

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ, ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ТА МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У **ТВАРИННИЦТВІ**

Методичні рекомендації

до виконання практичних занять для здобувачів
першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти ОПП «Технологія
виробництва і переробки продукції
тваринництва» спеціальності 204
«Технологія виробництва і переробки
продукції тваринництва» денної та заочної форми
здобуття вищої освіти



Миколаїв

2024

УДК 005+658.8]636

M50

Друкується за рішенням науково-методичної комісії факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету від 23.05.2024 р., протокол №10

Укладач:

А. І. Бурковська – доктор філософії з економіки, старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу Миколаївського національного аграрного університету

Рецензенти:

Д. В. Калнауз – керівник відділення Миколаївське РУ АТ КБ «ПриватБанк»

О. А. Боднар – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Миколаївського національного аграрного університету

© Миколаївський національний
аграрний університет 2024

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	4
ТЕМА 1: ПРЕДМЕТ, ПРИНЦИПИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	6
Питання для обговорення.....	6
Тести.....	7
Розрахункові задачі.....	9
Ситуаційні задачі.....	10
ТЕМА 2: БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗЗЮ ТВАРИННИЦТВА	11
Питання для обговорення.....	11
Тести.....	12
Розрахункові задачі.....	14
Ситуаційні задачі.....	15
ТЕМА 3: ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЯК ОСНОВА МЕНЕДЖМЕНТУ У ТВАРИННИЦТВІ.....	16
Питання для обговорення.....	16
Тести.....	17
Розрахункові задачі.....	19
Ситуаційні задачі.....	20
ТЕМА 4: СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ ...	21
Питання для обговорення.....	21
Тести.....	22
Розрахункові задачі.....	24
Ситуаційні задачі.....	25
ТЕМА 5: МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА В ТВАРИННИЦТВІ ...	26
Питання для обговорення.....	26
Тести.....	27
Розрахункові задачі.....	29
Ситуаційні задачі.....	30
ТЕМА 6: ЦІНОВА ПОЛІТИКА ТА УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ТВАРИННИЦЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	31
Питання для обговорення.....	31
Тести.....	33
Розрахункові задачі.....	34
Ситуаційні задачі.....	35
ТЕМА 7: РЕКЛАМА І СИСТЕМА СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ТВАРИННИЦЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	36
Питання для обговорення.....	36
Тести.....	37
Розрахункові задачі.....	39
Ситуаційні задачі.....	40
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	41

ВСТУП

В період переходу до ринкової економіки важливою значення набуває діяльність щодо керівництва людьми в аграрних підприємствах із використанням інтелекту, праці мотивів поведінки всіх членів трудового колективу, тобто менеджменту. Разом із тим, для ефективного ведення господарської діяльності серед великої кількості аналогічних товаровиробників необхідним є вивчення маркетингової концепції управління підприємством.

Головною метою викладання дисципліни "Менеджмент та маркетинг у тваринництві" є формування у майбутніх фахівців з технології виробництва та переробки продукції тваринництва сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту та маркетингу, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень; забезпечення необхідного рівня підготовки спеціалістів зоотехнічного профілю з питань маркетингу. Здобувачі вищої освіти повинні одержати знання про суть маркетингу, його предмет, об'єкти, методи маркетингових досліджень.

Завданням вивчення дисципліни "Менеджмент та маркетинг у тваринництві" є теоретична підготовка здобувачів вищої освіти із питань:

- сутності основних понять і категорій менеджменту та управління;
- принципів та функцій менеджменту;
- системи методів управління;
- змісту процесів та технології управління;
- основ планування, здійснення мотивування та контролювання;
- прийняття рішень у менеджменті;
- інформаційного забезпечення процесу управління;
- ефективності управління;
- теоретичних основ маркетингу;
- практичних навичок в плануванні та організації маркетингових заходів;
- застосування отриманих теоретичних знань в практичній маркетинговій діяльності.

У результаті вивчення дисципліни "Менеджмент та маркетинг у тваринництві" здобувачі вищої освіти будуть **знати**: сутність основних понять і категорій менеджменту та маркетингу в тваринництві; функції менеджменту і маркетингу в тваринництві; суть організації та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища в галузі тваринництва; систему методів управління в галузі тваринництва; зміст процесів й технології управління та маркетингу в тваринництві; основи планування, здійснення мотивування та

контролювання в галузі тваринництва; організацію взаємодії та повноважень на підприємствах галузі тваринництва; зміст та характеристику основних типів організаційних структур управління на підприємствах галузі тваринництва; показники ефективності системи менеджменту та маркетингу на підприємствах галузі тваринництва; сутність основних інструментів маркетингу, що використовуються підприємствами галузі тваринництва; **вміти** : визначати місії та цілі організації, будувати "дерево цілей" діяльності галузі чи структурного підрозділу; планувати діяльність галузі і персоналу; аналізувати та будувати різні типи організаційних структур управління організацій, методику розробки організаційних документів (статуту, положень про структурні підрозділи, посадових інструкцій); здійснювати делегування; підбір кваліфікованих кадрів; використовувати новітні методи управління колективом; застосовувати заходи матеріального і морального стимулювання; забезпечувати трудову і виробничу дисципліну; здійснювати окремі види менеджерської діяльності та визначати її результативність під час виробництва продукції тваринництва та її переробки; визначати попит ринку на окремі види продукції тваринництва та її переробки; визначати потенційну ємність ринку і можливості конкурентів в галузі виробництва продукції тваринництва та її переробки; характеризувати суть, функції та складові маркетингу, стратегічного планування та контролю за реалізацією продукції тваринництва та її переробки; забезпечувати первинну обробку та реалізацію продукції тваринництва та її переробки, позиціонування товару, ціноутворення, стимулювання збуту на внутрішньому та зовнішньому ринках; планувати та організовувати маркетингові заходи в галузі виробництва та переробки продукції тваринництва.

Тема 1. Предмет, принципи менеджменту та методи дослідження

Питання для обговорення

1. Які основні принципи менеджменту в тваринництві, які допомагають забезпечити ефективно господарювання?
2. Які аспекти маркетингу впливають на успіх тваринницьких підприємств?
3. Які методи дослідження в менеджменті тваринництва допомагають вдосконалити виробничі процеси?
4. Як менеджмент впливає на якість та кількість продукції в галузі тваринництва?
5. Як можна вдосконалити системи управління ресурсами в тваринництві для досягнення оптимального виробництва?
6. Які виклики стоять перед менеджментом та маркетингом в галузі тваринництва в умовах сучасного ринку?
7. Які стратегії маркетингу можуть допомогти розвитку тваринницьких підприємств?
8. Як визначити оптимальний рівень запасів та обігу товарів у галузі тваринництва?
9. Як впливає інноваційний підхід до менеджменту на конкурентоспроможність тваринницьких підприємств?
10. Які методи дослідження можуть бути застосовані для вивчення споживчих вподобань у тваринництві?
11. Як враховувати етичні аспекти управління тваринницьким підприємством?
12. Які чинники впливають на формування ціноутворення в тваринництві?
13. Які основні принципи управління персоналом в тваринництві сприяють створенню ефективної команди?
14. Як можна вдосконалити логістику та транспорт в тваринництві для забезпечення швидкого та якісного постачання продукції?
15. Які аспекти ринкового дослідження важливі для розвитку тваринництва?
16. Як впливає ефективне управління ризиками на стабільність та прибутковість тваринницьких підприємств?
17. Яким чином можна впровадити принципи сталого розвитку в менеджмент та маркетинг у галузі тваринництва?
18. Які інновації в галузі маркетингу можуть забезпечити підвищення попиту на тваринницьку продукцію?
19. Як визначити оптимальний масштаб виробництва в тваринництві для досягнення економічної ефективності?
20. Які методи аналізу конкурентоспроможності можуть допомогти визначити переваги та недоліки тваринницького підприємства на ринку?

Тести

1. Який принцип менеджменту в тваринництві передбачає визначення конкретних цілей та розподіл ресурсів для їх досягнення?

- a) Принцип інноваційності
- b) Принцип ефективності
- c) Принцип планування
- d) Принцип адаптації

2. Який аспект маркетингу в тваринництві визначає, як продукція представлена на ринку та як вона сприймається споживачами?

- a) Ціноутворення
- b) Реклама
- c) Брендінг
- d) Дистрибуція

3. Який метод дослідження в менеджменті та маркетингу тваринництва дозволяє вивчити вплив ефективності управлінських рішень на виробничі процеси?

- a) Соціологічні опитування
- b) Експеримент
- c) Аналіз витрат
- d) Спостереження

4. Яка стратегія маркетингу передбачає акцент на низькій ціні продукції для залучення більшого обсягу споживачів?

- a) Стратегія диференціації
- b) Стратегія концентрації
- c) Стратегія лідерства за вартістю
- d) Стратегія ринкового пенетрації

5. Якість та кількість продукції в тваринництві напряму пов'язані з:

- a) Маркетинговим дослідженням
- b) Управлінням ризиками
- c) Ефективністю менеджменту
- d) Аналізом конкурентоспроможності

6. Яке методичне дослідження може бути використане для вивчення споживчих вподобань у тваринництві?

- a) Експеримент
- b) Спостереження
- c) Соціологічне опитування
- d) Аналіз витрат

7. Яка основна мета стратегії ринкового пенетрації в маркетингу тваринництва?

- a) Залучення нових клієнтів
- b) Підвищення якості продукції
- c) Створення унікального бренду
- d) Розширення асортименту продукції

8. Якість управління персоналом в тваринництві визначається:

- a) Кількістю працівників
- b) Спеціалізацією персоналу
- c) Ефективністю комунікацій
- d) Загальним обсягом виробництва

9. Який із методів аналізу конкурентоспроможності може допомогти визначити переваги та недоліки тваринницького підприємства на ринку?

- a) SWOT-аналіз
- b) Аналіз витрат
- c) Методичні експертизи
- d) Спостереження за конкурентами

10. Які принципи сталого розвитку можна впроваджувати в менеджмент та маркетинг у галузі тваринництва?

- a) Зменшення витрат
- b) Енергоефективність
- c) Використання вторинних ресурсів
- d) Усі відповіді вірні

Розрахункові задачі

1. Господарство "Зелена Долина" має 500 голів великої рогатої худоби. Середня продуктивність однієї корови складає 20 літрів молока на день. Яке загальне денне виробництво молока у господарстві?
2. Фермерське підприємство вирощує органічне м'ясо курей. Вартість вирощення одного курча становить 5 доларів. Яка має бути ціна продажу одного курча, щоб отримати прибуток у 20%?
3. Господарство "Золоте Пасовище" має 1000 овець. Якщо кожна овечка приносить в середньому 3 кг вовни за сезон, то яка загальна кількість вовни може бути зібрана?
4. Фермер планує розширення господарства, додаючи ще 200 курей. Якщо вартість утримання одного кура за місяць становить 2 долари, то яка буде загальна вартість утримання курей за місяць?
5. Фермер вирішив реалізувати частину свого молока через місцевий фермерський ринок. Якщо він продає 50 літрів молока на тиждень по ціні 1,5 долара за літр, який щотижневий дохід він отримує від продажу молока?
6. Тваринницьке підприємство вирішило рекламувати свої продукти в місцевих магазинах. Якщо вартість рекламної кампанії становить 500 доларів, а продажі зросли на 20%, який додатковий прибуток отримає підприємство?
7. Для вивчення впливу нового методу годівлі кролів на їхній приріст, проведено експеримент на 50 кроликах. Якщо середній приріст ваги у групі з новим методом становить 200 г за тиждень, а у контрольній групі - 150 г, то яка різниця в прирості ваги?
8. Фермер вирішив впровадити новий метод стрижки вовни, який, за його словами, може зекономити 30% робочого часу. Якщо фермер раніше витрачав 40 годин на стрижку, то скільки годин він заощадить застосовуючи новий метод?
9. Ферма планує збільшити поголів'я свиней на 20%. Як це рішення вплине на виробництво м'яса, якщо середня вага свині при забої становить 150 кг, а виробництво в момент приросту складає 80% від ваги свині?
10. Фермер розглядає можливість встановлення нової системи автоматичного доїння корів. Якщо вартість системи становить 10 000 доларів, а кількість доїних корів у господарстві - 200, яка частка інвестицій у систему автоматичного доїння буде припадати на кожну корову?

Ситуаційна задача

Господарство "АгроПрогрес" – велике та успішне тваринницьке підприємство, яке спеціалізується на вирощуванні великої рогатої худоби та виробництві молока. Останнім часом ферма відчуває потребу у модернізації своїх методів управління, підвищенні ефективності виробництва та розширенні ринкового впливу.

Завдання:

Ваше завдання – розробити стратегію модернізації та управління тваринницьким господарством "АгроПрогрес". Керівництво ферми вперше звертається до консультантів з метою поліпшення ефективності та конкурентоспроможності.

Етапи вирішення:

Аналіз сучасного стану:

Провести аналіз поточного управління господарством, визначити сильні та слабкі сторони. Розглянути виробничі показники, витрати та якість продукції.

Визначення цілей:

Встановити конкретні цілі для модернізації, такі як підвищення виробничої потужності, зменшення витрат, покращення умов утримання тварин.

Маркетинговий аналіз:

Провести аналіз ринку молочної продукції, визначити можливості розширення асортименту та підвищення конкурентоспроможності.

Вибір технологічних рішень:

Розглянути інноваційні технології в галузі тваринництва, які можуть покращити якість управління та виробництва.

Розробка плану впровадження:

Створити детальний план модернізації, включаючи етапи впровадження, залучення фінансування та ресурсів, та визначення відповідальних осіб.

Методи дослідження:

Визначити методи дослідження для оцінки ефективності впроваджених змін. Включити аналіз виробничих показників, покупницького сприйняття та змін витрат.

Комунікація та залучення персоналу:

Розробити стратегію комунікації для залучення персоналу та стейкхолдерів до нових ініціатив. Врахувати можливі опори та перешкоди.

Очікувані результати:

Очікується, що виробництво на "АгроПрогрес" стане більш ефективним, а продукція отримає позитивний відгук на ринку. Зазначте конкретні метрики для вимірювання успіху модернізації.

Тема 2: Бізнес-планування в системі управління галуззю тваринництва

Питання для обговорення

1. Чому важливо включити бізнес-планування в систему управління галуззю тваринництва?
2. Які основні кроки і етапи розробки бізнес-плану для тваринницького господарства?
3. Як бізнес-план може впливати на прийняття стратегічних рішень у тваринництві?
4. Які ключові елементи повинні бути враховані при аналізі ринку у бізнес-плані тваринництва?
5. Як можна оцінити і врахувати ризики та можливості у бізнес-плані для тваринництва?
6. Як визначити витрати на утримання та годівлю тварин у бізнес-плані тваринництва?
7. Як бізнес-план допомагає визначити оптимальний розмір господарства та поголів'я тварин?
8. Які стратегії маркетингу можна включити в бізнес-план для просування тваринницької продукції?
9. Як врахувати аспекти сталого розвитку та екологічні чинники у бізнес-плані тваринництва?
10. Як бізнес-план може впливати на вибір технологій та інновацій у тваринництві?
11. Які фінансові показники слід враховувати у бізнес-плані тваринництва?
12. Як забезпечити в бізнес-плані ефективне управління ресурсами в тваринництві?
13. Яким чином бізнес-план може впливати на процеси придбання обладнання та інфраструктури для господарства?
14. Як визначити цільову аудиторію та ринкові сегменти у бізнес-плані тваринництва?
15. Як врахувати логістику та транспортування продукції у бізнес-плані тваринництва?
16. Як бізнес-план може покращити управління персоналом та робочою силою у тваринництві?
17. Як враховувати соціальні аспекти та відносини з громадськістю у бізнес-плані тваринництва?
18. Як оцінити і врахувати потреби у фінансуванні та інвестиціях у бізнес-плані тваринництва?
19. Як бізнес-план може визначити оптимальні стратегії розвитку та розширення господарства?
20. Яким чином бізнес-план може служити інструментом для внутрішнього контролю та моніторингу ефективності в тваринництві?

Тести

1. Що є основними етапами розробки бізнес-плану для тваринницького господарства?
 - a) Продажі та маркетинг
 - b) Аналіз конкурентів та внутрішнє середовище
 - c) Фінансовий план та управління ризиками
 - d) Здоров'я та безпека тварин

2. Для чого проводиться аналіз ринку у бізнес-плані тваринництва?
 - a) Визначення витрат на утримання тварин
 - b) Виявлення сильних та слабких сторін господарства
 - c) Оцінка ризиків управління персоналом
 - d) Прогнозування погодних умов

3. Що включає в себе аспект сталого розвитку в бізнес-плані для тваринництва?
 - a) Оцінка конкурентоспроможності
 - b) Ефективне використання ресурсів та енергії
 - c) Розвиток нових маркетингових стратегій
 - d) Вивчення потреб споживачів

4. Які фінансові показники можуть бути враховані в бізнес-плані тваринництва?
 - a) Середній приріст ваги тварини
 - b) Кількість використаних гектарів землі
 - c) Обсяг продукції та його вартість
 - d) Температура води в водоймі

5. Чому бізнес-план тваринництва може враховувати витрати на маркетинг?
 - a) Для розробки стратегії розвитку господарства
 - b) Для залучення нових працівників
 - c) Для реклами та просування тваринницької продукції
 - d) Для покращення умов утримання тварин

6. Як бізнес-план тваринництва може впливати на вибір технологій та інновацій?
 - a) Встановлення термінів вагітності у тварин
 - b) Оцінка відмінностей у сортах рослин
 - c) Визначення потреб у ремонті обладнання
 - d) Розробка нових методів годівлі та утримання тварин

7. Для чого важливий аналіз витрат у бізнес-плані тваринництва?
 - a) Для визначення конкурентоспроможності господарства
 - b) Для оцінки потреб у фінансовій підтримці
 - c) Для розробки маркетингових стратегій
 - d) Для зменшення витрат на комунікації

8. Як може бізнес-план впливати на стратегії розвитку та розширення тваринницького господарства?
- Визначення кількості виводків у році
 - Підбір сучасного обладнання для тваринництва
 - Залучення інвестицій для будівництва нових приміщень
 - Вирішення питань генетичної селекції тварин
9. Що може включати в себе аналіз конкурентів у бізнес-плані тваринництва?
- Визначення споживчого попиту на продукцію
 - Вивчення стратегій та сильних сторін конкурентів
 - Прогнозування врожаю кормових рослин
 - Оцінка стану здоров'я тварин у сусідніх господарствах
10. Для чого може бути використаний бізнес-план у внутрішньому контролі та моніторингу господарства?
- Забезпечення якості та безпеки продукції
 - Визначення кількості опадів протягом року
 - Вивчення термінів годування тварин
 - Організація соціальних заходів у господарстві
11. Які фінансові показники можуть бути враховані в бізнес-плані тваринництва?
- Обсяг продукції та її вартість
 - Середній приріст ваги тварини
 - Температура води в водоймі
 - Кількість використаних гектарів землі
12. Чому бізнес-план тваринництва може враховувати витрати на маркетинг?
- Для реклами та просування тваринницької продукції
 - Для розробки стратегії розвитку господарства
 - Для покращення умов утримання тварин
 - Для залучення нових працівників
13. Для чого важливий аналіз витрат у бізнес-плані тваринництва?
- Для розробки маркетингових стратегій
 - Для оцінки потреб у фінансовій підтримці
 - Для зменшення витрат на комунікації
 - Для визначення конкурентоспроможності господарства

Розрахункові задачі

1. У господарстві вирощуються корови для молочного виробництва. Витрати на утримання однієї корови становлять 2500 грн на місяць. Середній приріст молока на корову складає 25 літрів. Знайдіть собівартість одного літра молока.
2. Господарство планує розширення виробництва, збільшивши поголів'я корів на 20%. Яка буде зміна витрат на утримання та як це вплине на загальний фінансовий план?
3. Ферма вирішила запустити новий маркетинговий проект для підвищення продажів молочної продукції. Вартість проекту складає 15,000 грн. Яка частина цих витрат буде включена в собівартість одного літра молока, якщо очікується виробництво 10,000 літрів?
4. Для годівлі тварин ферма закупляє кормові добавки. Ціна одного кілограма складає 15 грн, а середнє споживання однієї корови - 20 кг на місяць. Знайдіть загальні місячні витрати на корми для поголів'я в 50 корів.
5. Зі збільшенням поголів'я необхідно додатково найняти працівників для обслуговування тварин. Якщо середній місячний оклад одного працівника - 8000 грн, скільки буде становити додаткова витрата на оплату праці за рік?
6. Господарство планує інвестувати 50,000 грн у встановлення нового обладнання для доїння корів. Як швидко, за розрахунками, відбудеться повернення цієї інвестиції при номінальному середньому прирості продукції?
7. Обчисліть рентабельність господарства, якщо сукупні доходи за рік становлять 500,000 грн, а собівартість виробництва - 300,000 грн.
8. Розрахуйте рентабельність витрат на маркетингову кампанію, якщо витрати на рекламу та просування складають \$20,000, а прибуток від збільшення продажів – \$50,000.
9. Визначте вартість одного кілограма молока, якщо витрати на годівлю та утримання корів на рік становлять \$100,000, а вироблено 50 тонн молока.
10. Розрахуйте рентабельність інвестицій, якщо прибуток від нового проекту тваринницького господарства складає \$60,000, а витрати на впровадження проекту – \$40,000.
11. Обчисліть середньорічний витрати на утримання одного великої рогатої тварини в господарстві, якщо загальні витрати за рік – \$50,000, а кількість тварин – 100 штук.
12. Визначте рентабельність господарства, якщо загальний прибуток за рік становить \$120,000, а загальні витрати – \$80,000.

Ситуаційна задача

Ви є керівником тваринницького господарства, яке спеціалізується на вирощуванні та утриманні молочних корів. У вас є план розширення господарства для збільшення виробництва молока та оптимізації управління ресурсами.

Завдання:

Аналіз потреб та можливостей:

Проведіть аналіз поточного стану господарства, визначте обсяг виробництва молока, вартість утримання корів, та визначте основні сильні та слабкі сторони.

Визначте ринкові можливості та вимоги споживачів стосовно молочної продукції.

Розробка стратегії розвитку:

Визначте цілі розширення господарства та збільшення виробництва молока.

Розробіть стратегію вибору нових технологій та інновацій для оптимізації виробництва.

Фінансовий план:

Створіть фінансовий план для реалізації стратегії розвитку.

Визначте витрати на розширення господарства, закупівлю нового обладнання, та навчання персоналу.

Прогнозуйте дохід від збільшеного виробництва молока та нових продаж.

Маркетинг та продажі:

Розробіть маркетингову стратегію для впровадження нової продукції на ринок.

Визначте цільову аудиторію та конкурентні переваги вашого господарства.

Управління ризиками:

Визначте можливі ризики та шляхи їх зменшення.

Розробіть план дій у випадку негативних сценаріїв, таких як погіршення погодних умов або виникнення захворювань серед тварин.

Внутрішнє управління та персонал:

Розробіть план управління персоналом, включаючи навчання та розвиток працівників.

Визначте необхідність нових найманих працівників та організацію роботи з існуючим персоналом.

Сталість та екологічні питання:

Врахуйте аспекти сталого розвитку та екологічні чинники в бізнес-плані.

Визначте способи зменшення впливу господарства на навколишнє середовище.

Оцінка ефективності:

Визначте ключові показники ефективності для вимірювання досягнення цілей та стратегій.

Розробіть систему моніторингу та звітності для внутрішнього контролю.

Тема 3: Процес прийняття рішень як основа менеджменту у тваринництві

Питання для обговорення

1. Як ви оцінюєте важливість прийняття ефективних рішень у тваринницькому господарстві?
2. Які основні фактори впливають на процес прийняття рішень у тваринницькому бізнесі?
3. Які методи аналізу використовуються для збору необхідної інформації перед прийняттям рішення в галузі тваринництва?
4. Як рішення, прийняте в галузі генетичної селекції, може вплинути на покращення якості та продуктивності тварин?
5. Як ви оцінюєте ризики, пов'язані з різними аспектами тваринницького виробництва, при прийнятті стратегічних рішень?
6. Як управління та розподіл ресурсів впливає на прийняття рішень у сфері годівлі та утримання тварин?
7. Як рішення щодо вибору кормів та годівлі може вплинути на здоров'я та продуктивність тварин?
8. Як ви оцінюєте вплив економічних чинників на процес прийняття рішень у тваринництві?
9. Як рішення щодо вибору технологій впливають на ефективність виробництва в галузі тваринництва?
10. Як менеджери взаємодіють з експертами та консультантами під час прийняття стратегічних рішень у тваринництві?
11. Як рішення щодо вибору порід тварин може впливати на виробництво м'яса або молока?
12. Як ви оцінюєте важливість етичних аспектів при прийнятті рішень у тваринництві?
13. Як рішення щодо забезпечення здоров'я та безпеки тварин може впливати на репутацію господарства?
14. Як ви реагуєте на невизначеність та змінність в умовах тваринницького виробництва при прийнятті рішень?
15. Які стратегії прийняття рішень ви використовуєте для оптимізації використання робочої сили в господарстві?
16. Яким є вплив регулюючих нормативів та законів на прийняття рішень в галузі тваринництва?
17. Як ви реагуєте на конфлікти між цілями виробництва та добробутом тварин при прийнятті рішень?
18. Як рішення, пов'язані з утилізацією відходів тваринництва, можуть впливати на екологічну стійкість господарства?
19. Які показники ви використовуєте для оцінки результативності при прийнятті оперативних рішень у тваринництві?
20. Як рішення щодо вибору ринків збуту може впливати на доходи та конкурентоспроможність господарства?

Тести

1. Що включає в себе процес прийняття рішень у менеджменті тваринництва?
 - a) Тільки розподіл ресурсів
 - b) Аналіз ринку
 - c) Визначення цілей та вибір оптимального варіанту дії
 - d) Розваги та відпочинок працівників

2. Які фактори можуть впливати на рішення щодо вибору технологій в тваринництві?
 - a) Тільки сезонність
 - b) Економічні, екологічні та етичні аспекти
 - c) Кольори обладнання
 - d) Мода серед конкурентів

3. Що визначається аналізом ринку в контексті прийняття рішень в тваринництві?
 - a) Тільки ціни на тварин
 - b) Сильні та слабкі сторони господарства
 - c) Попит та пропозиція на тваринницьку продукцію
 - d) Кольорові властивості тварин

4. Як рішення щодо вибору годівлі може впливати на здоров'я та продуктивність тварин?
 - a) Тільки вартість годівлі
 - b) Кольорові пристрої у стайні
 - c) Споживання коровами різних видів трав
 - d) Відсутність звуків в стайні

5. Які методи аналізу використовуються для збору інформації перед прийняттям рішення в тваринництві?
 - a) Тільки чуттєва інтуїція
 - b) SWOT-аналіз, експертні оцінки, опитування та спостереження
 - c) Медитація та йога
 - d) Відомості отримані від таро-карт

6. Як впливають регулюючі нормативи на прийняття рішень в галузі тваринництва?
 - a) Тільки зміни ставок податків
 - b) Створення нормативів для утилізації відходів
 - c) Кольорові вимоги до споруд
 - d) Введення нових заборон щодо тваринницької продукції

7. Чому важливий аналіз ризиків при прийнятті стратегічних рішень в тваринництві?
 - a) Тільки для розваг
 - b) Для запобігання потенційним проблемам та втратам
 - c) Для створення атмосфери конфліктів
 - d) Для поліпшення екологічної стійкості

8. Яким чином економічні чинники можуть впливати на процес прийняття рішень в тваринництві?
- a) Тільки зміни курсу валют
 - b) Вартість обладнання та матеріалів
 - c) Погода
 - d) Ранковий графік роботи працівників
9. Як враховуються етичні аспекти при прийнятті рішень в тваринництві?
- a) Тільки вартість продукції
 - b) Дотримання тваринами гігієнічних норм
 - c) Вплив на місцеву екосистему
 - d) Кольорові особливості тварин
10. Що визначається якістю прийнятого рішення в тваринництві?
- a) Тільки ефективність витрат
 - b) Доходи та витрати
 - c) Вплив на ринок
 - d) Кількість бар'єрів у стайні
11. Як рішення в галузі генетичної селекції може впливати на продуктивність та адаптацію тварин до умов господарювання?
- a) Тільки на зовнішній вигляд тварин
 - b) Стійкість тварин до хвороб
 - c) Рівень голоду тварин
 - d) Обсяг споживання води тваринами
12. Як використання здоров'я та безпеки тварин може впливати на репутацію господарства?
- a) Тільки на зовнішній вигляд тварин
 - b) Зменшення ризику зараження харчових продуктів
 - c) Споживання коровами різних видів трав
 - d) Кольорові особливості тварин
13. Як рішення щодо вибору ринків збуту може впливати на доходи та конкурентоспроможність господарства?
- a) Тільки на кольори упаковки продукції
 - b) Збільшення обсягів продажів
 - c) Рівень попиту на ринку
 - d) Розміщення оголошень в засобах масової інформації

Розрахункові задачі

1. Компанія виробляє товар із витратами на виробництво \$5000. Яка кількість товару повинна бути продана при ціні \$10 за одиницю для досягнення точки беззбитковості?
2. Консультант в тваринництві витрачає \$2000 на рекламу та \$1000 на професійний розвиток щомісяця. Скільки годин консультацій він повинен провести, щоб досягнути точки беззбитковості при ставці \$50 за годину?
3. Ресторан витрачає \$10,000 на інгредієнти та \$5000 на оплату персоналу на місяць. Скільки порцій їжі потрібно продати за ціною \$15 за порцію для досягнення точки беззбитковості?
4. Фермер витрачає \$8000 на насіння та утримання поля. Яка повинна бути ціна за кг продукції, якщо врожай складає 2000 кг, щоб досягти точки беззбитковості?
5. Організатор заходу витрачає \$5000 на оренду приміщення та \$3000 на рекламу. Скільки квитків потрібно продати за ціною \$20 для досягнення точки беззбитковості?
6. Тренер витрачає \$3000 на матеріали та \$2000 на прокат залу для тренінгу. Якщо вартість участі в тренінгу \$150 на особу, скільки учасників повинно брати участь, щоб досягти точки беззбитковості?
7. Для вирощування рослин в теплиці витрачається \$4000 на електроенергію та \$1000 на систему поливу на місяць. Якщо одна рослина приносить прибуток \$5, скільки рослин потрібно продати для досягнення точки беззбитковості?
8. Власник студії фітнесу витрачає \$6000 на оренду залу та \$2000 на обладнання щомісяця. Якщо вартість абонементу \$50, скільки абонементів потрібно продати для досягнення точки беззбитковості?
9. Художник витрачає \$3000 на матеріали та \$1000 на оренду галереї. Якщо середній дохід від продажу картини - \$500, скільки картин потрібно продати для досягнення точки беззбитковості?
10. Компанія, що надає ІТ-послуги, витрачає \$10,000 на оплату праці та \$5000 на офісні витрати щомісяця. Якщо середня ціна послуги - \$1000, скільки послуг потрібно надати для досягнення точки беззбитковості?

Ситуаційна задача

Ви є керівником фермерського господарства, яке спеціалізується на вирощуванні та утриманні великої рогатої худоби. У останній період часу збільшилася частота захворювань серед тварин, і це почало негативно впливати на продуктивність господарства. Після проведення деяких досліджень ви виявили, що причиною може бути неправильне харчування та неефективне управління годівлею.

Завдання:

Аналіз ситуації:

Опишіть основні проблеми, які виникають у зв'язку з частотою захворювань серед тварин.

Зазначте, як ці проблеми можуть вплинути на ефективність господарства.

Дослідження:

Наведіть план дослідження, спрямованого на визначення причин та факторів, що сприяють захворюванню та погіршенню стану тварин.

Які методи дослідження ви використаєте для отримання необхідної інформації?

Визначення стратегії:

Яка стратегія управління годівлею та утриманням великої рогатої худоби може бути запроваджена для покращення стану та зниження частоти захворювань?

Які альтернативні стратегії можна розглянути?

Прийняття рішень:

Визначте основні кроки та етапи процесу прийняття рішень щодо впровадження нової стратегії управління годівлею.

Які фактори та обставини слід враховувати при прийнятті кінцевого рішення?

Реалізація стратегії:

Створіть план впровадження обраної стратегії. Як будуть залучені ресурси господарства для реалізації цього плану?

Як ви збираєтеся оцінити ефективність нової стратегії?

Моніторинг та корекція:

Розробіть систему моніторингу для відстеження результатів впровадження стратегії.

Які критерії ви будете використовувати для визначення успіху чи неуспіху нової стратегії?

Оцінка ризиків:

Визначте можливі ризики, пов'язані з впровадженням нової стратегії.

Які заходи ви будете приймати для зменшення або управління цими ризиками?

Підсумок:

Сформулюйте основні висновки та очікувані результати впровадження нової стратегії управління годівлею та утриманням великої рогатої худоби.

Як ви оцінюєте вплив цієї стратегії на загальний успіх та стійкість господарства в майбутньому?

Тема 4: Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Питання для обговорення

1. Яка сутність маркетингу і як вона визначається в сучасному бізнес-середовищі?
2. Які основні елементи складають сучасну концепцію маркетингу?
3. Як маркетинг сприяє взаємодії між підприємствами та споживачами?
4. Які основні відмінності між традиційним та сучасним підходами до маркетингу?
5. Як визначається цільова аудиторія в сучасному маркетингу?
6. Яка роль технологій у сучасних стратегіях маркетингу?
7. Які принципи стоять за концепцією споживача в центрі управління маркетингом?
8. Як маркетингова стратегія враховує зміни в поведінці споживачів?
9. Як маркетинг допомагає створювати та утримувати позитивний бренд підприємства?
10. Як визначаються та вимірюються результати маркетингових кампаній у сучасному бізнес-середовищі?
11. Як змінюються підходи до маркетингу в умовах цифрової трансформації?
12. Як маркетингові дослідження сприяють управлінню продуктом та побудові стратегій?
13. роль соціальних мереж у сучасних маркетингових стратегіях?
14. Які переваги надає концепція інбаунд-маркетингу у порівнянні з традиційними методами?
15. Які чинники впливають на формування ціноутворення в сучасному маркетингу?
16. Які стратегії залучення клієнтів найбільш ефективні в сучасних умовах конкуренції?
17. Як маркетингова автоматизація спрощує та оптимізує маркетингові процеси?
18. Як формується та розвивається відносини з клієнтами у сучасному маркетинговому підході?
19. Як впливає врахування екологічних та етичних питань на маркетингові стратегії підприємства?
20. Як маркетинг впливає на створення унікальної продуктової пропозиції (USP) та вирізнення бренду на ринку?

Тести

1. Що означає термін "маркетинг" у бізнесі?
 - a) Тільки реклама
 - b) Продаж товарів
 - c) Управління обміном
 - d) Виробництво товарів

2. Яка основна ідея за сучасною концепцією маркетингу?
 - a) Орієнтація на товар
 - b) Орієнтація на виробництво
 - c) Орієнтація на споживача
 - d) Орієнтація на продаж

3. Яким чином сучасний маркетинг визначає цільову аудиторію?
 - a) Зосередження на конкурентах
 - b) Визначення захоплюючих технологій
 - c) Спрямованість на потреби споживачів
 - d) Виробництво найсучасніших товарів

4. Яка роль технологій у сучасних стратегіях маркетингу?
 - a) Обмежена
 - b) Незначна
 - c) Критична
 - d) Непримітна

5. Що означає поняття "інбаунд-маркетинг"?
 - a) Залучення клієнтів через зовнішні рекламні кампанії
 - b) Акцент на привабливості товару
 - c) Залучення клієнтів шляхом створення цікавого та корисного контенту
 - d) Зосередженість на продажах

6. Як визначається цінова стратегія в маркетингу?
 - a) За допомогою конкурентоспроможності товарів
 - b) За допомогою витрат на виробництво
 - c) За допомогою вартості продажу товару
 - d) За допомогою бажаного рівня прибутку

7. Якість, задоволення потреб споживачів та збільшення продажів - це основні принципи:
 - a) Масового маркетингу
 - b) Інбаунд-маркетингу
 - c) Продажів
 - d) Соціального маркетингу

8. Яке з наведених тверджень відображає концепцію "споживач в центрі" управління маркетингом?

- a) "Ми виробляємо найкращі товари на ринку."
- b) "Ми робимо все можливе для задоволення потреб споживачів."
- c) "Наша компанія випускає товари за найнижчими цінами."
- d) "Ми домінуємо на ринку завдяки нашим конкурентним перевагам."

9. Якість і доступність товару для широкого споживача - це характеристика якої концепції маркетингу?

- a) Суспільного маркетингу
- b) Продуктового маркетингу
- c) Продажів
- d) Споживчого маркетингу

10. Якість та інновації у виробництві, а також створення унікальної продуктової пропозиції (USP) - це стратегічні елементи якої концепції?

- a) Продажів
- b) Споживчого маркетингу
- c) Продуктового маркетингу
- d) Суспільного маркетингу

11. Яка роль соціальних мереж у сучасних маркетингових стратегіях?

- a) Запобігання конкуренції
- b) Зниження вартості товарів
- c) Взаємодія та залучення споживачів
- d) Збільшення витрат на рекламу

12. Як визначається успіх маркетингових кампаній в сучасному бізнесі?

- a) Лише за прибутковістю
- b) За розміром бюджету кампанії
- c) За задоволенням потреб споживачів та доходами компанії
- d) За числом проданих одиниць товару

13. Як змінюються підходи до маркетингу в умовах цифрової трансформації?

- a) Знижуються значущість технологій
- b) Збільшується значення традиційних методів маркетингу
- c) Розвиваються інноваційні підходи та цифрові стратегії
- d) Цифрова трансформація не впливає на маркетинг

14. Як визначається цільова аудиторія в сучасному маркетингу?

- a) За допомогою конкурентоспроможності товарів
- b) За допомогою вартості продажу товару
- c) За допомогою аналізу та визначення потреб споживачів
- d) За допомогою витрат на виробництво

Розрахункові задачі

1. Розрахунок конверсії:

Компанія витратила \$5,000 на маркетинг та привернула 500 клієнтів. Яка конверсія з витрат на клієнтські придбання?

2. Визначення САС (вартість привернення клієнта):

Фірма витратила \$10,000 на рекламу та здобула 200 нових клієнтів. Яка середня вартість привернення клієнта?

3. Розрахунок ROI (прибутковості інвестицій):

Якщо компанія витратила \$20,000 на маркетинг і здобула додатковий прибуток у розмірі \$50,000, який її ROI?

4. Калькуляція витрат на рекламу:

Компанія розпочала рекламну кампанію, і за місяць витратила \$8,000. Яка середня денна витрата на рекламу?

5. Визначення LTV (життєвої вартості клієнта):

Якщо середній клієнт приносить компанії \$1,500 на рік, а середня тривалість відносин з клієнтом - 4 роки, то яка LTV?

6. Розрахунок маржинальної прибутковості:

Компанія продає товар за \$100, виробництво коштує \$40. Яка маржинальна прибутковість на одиницю товару?

7. Оцінка ефективності кампанії:

Після маркетингової кампанії продажі зросли на 20%. Як це вплинуло на продажі, якщо попередні продажі були \$50,000?

8. Калькуляція CTR (відсотку клікабельності):

Рекламний банер мав 1,000 переглядів, і на нього клікнули 50 разів. Який CTR відсоток?

9. Розрахунок рентабельності рекламного каналу:

Компанія витратила \$15,000 на рекламу в Інтернеті і здобула 500 нових клієнтів. Яка рентабельність рекламного каналу?

10. Оцінка ефективності кампанії з електронною розсилкою:

Фірма вислала електронний лист до 10,000 підписників і отримала 500 відповідей. Яка конверсія з розсилки?

Ситуаційна задача

Компанія GreenPaws спеціалізується на виробництві екологічно чистих та дружніх до тварин продуктів для домашніх улюбленців. Завданням компанії є вивести свій бренд на ринок та здобути довіру споживачів у галузі тваринництва.

Завдання:

Ситуація на Ринку Тваринництва: Галузь тваринництва є конкурентною, але водночас відкритою до інновацій. GreenPaws стикається з викликом вирішення свого бренду серед інших.

Цільова Аудиторія в Тваринництві: Визначте цільову аудиторію для продуктів GreenPaws. Які особливості та потреби важливі для власників домашніх улюбленців?

Стратегія Продажу в Магазинах для Тварин: GreenPaws хоче впроваджувати свої продукти в магазинах для тварин. Які підходи до продажу та маркетингу можуть бути використані для залучення уваги споживачів?

Органічні та Екологічно Чисті Продукти: GreenPaws прагне створювати продукти, які не тільки корисні для тварин, але й дбають про довкілля. Як це може вплинути на споживачів та їхнє сприйняття продуктів?

Онлайн-Присутність та Соціальні Мережі: Розгляньте стратегії GreenPaws щодо онлайн-продажів та використання соціальних мереж для взаємодії з клієнтами. Як можна створити спільноту власників тварин?

Цінова Політика в Галузі Тваринництва: Враховуючи вартість дорогоцінних інгредієнтів у виробництві, як GreenPaws може встановити ціни на свої продукти та залишатися конкурентоспроможною?

Маркетингові Кампанії для Тваринництва: Розробіть ідеї для маркетингових кампаній, спрямованих на підвищення усвідомленості бренду GreenPaws. Як можна використовувати історії успіху та рекомендації клієнтів?

Звернення до Ветеринарів та Спеціалістів: GreenPaws планує співпрацювати з ветеринарами та тваринними експертами. Як це може підсилити довіру споживачів до продуктів?

Відгуки та Зворотний Зв'язок: Як GreenPaws планує взаємодіяти з відгуками та зворотнім зв'язком від клієнтів? Як вони можуть використовувати цю інформацію для поліпшення продуктів?

Соціально-Відповідальний Бізнес: GreenPaws важливий соціально-відповідальний бренд. Як вони можуть використовувати свій успіх для підтримки благодійних організацій та допомоги тваринам у потребі?

Примітка: Ваші відповіді мають бути обґрунтовані концепціями маркетингу та стратегічним підходом до бізнесу в галузі тваринництва.

Тема 5: Маркетингова товарна політика в тваринництві

Питання для обговорення

1. Які аспекти маркетингової товарної політики є найбільш важливими для компаній у галузі тваринництва?
2. Які основні фактори впливають на визначення асортименту продукції для тваринницьких товарів?
3. Як брендування може покращити сприйняття тваринницьких товарів споживачами?
4. Як компанії можуть адаптувати свою товарну політику до змін у споживчих попитах у сфері тваринництва?
5. Як виробники та роздрібні торговці можуть співпрацювати для оптимізації товарної політики в галузі тваринництва?
6. Як важливість якості продукції впливає на рішення про товарну політику у сфері тваринництва?
7. Які особливості продажу та просування товарів для домашніх тварин можуть впливати на товарну політику?
8. Як компанії можуть використовувати сезонність у своїй товарній політиці для підвищення продажів в галузі тваринництва?
9. Як визначити оптимальні цінові стратегії для тваринницьких товарів, враховуючи конкуренцію та цінові очікування споживачів?
10. Як впливає розвиток нових технологій на товарну політику у галузі тваринництва?
11. Як виробники можуть використовувати підходи "екологічно чистого" та "етичного" виробництва в товарній політиці для привертання споживачів?
12. Як змінюється підхід до товарної політики в залежності від специфіки ринків (домашні тварини, фермерські тварини, ветеринарія тощо)?
13. Як компанії можуть використовувати упаковку як частину своєї товарної стратегії в галузі тваринництва?
14. Як електронна комерція впливає на товарну політику компаній, які продають товари для тварин?
15. Як можна оптимізувати логістику та постачання в товарній політиці для галузі тваринництва?
16. Які важливі аспекти гарантій та обслуговування клієнтів входять в товарну політику для товарів у галузі тваринництва?
17. Як визначити оптимальний розмір асортименту для магазинів, спеціалізованих на продажу товарів для тварин?
18. Як виробники можуть використовувати підходи "персоналізації" в товарній політиці для тваринництва?
19. Як впливає міжнародна торгівля на товарну політику у галузі тваринництва?
20. Як виробники можуть використовувати програми лояльності в товарній політиці для залучення та утримання клієнтів у галузі тваринництва?

Тести

1. Яка стратегія товарної політики включає в себе широкий асортимент продуктів для різних сегментів ринку тваринництва?
 - a) Стратегія диференціації
 - b) Стратегія концентрації
 - c) Стратегія пенетрації ринку
 - d) Стратегія інтеграції

2. Які елементи часто враховуються в товарній політиці для галузі тваринництва?
 - a) Тільки ціни
 - b) Ціни і розміщення
 - c) Ціни, продукт, розміщення та просування
 - d) Тільки просування

3. Які фактори впливають на рішення щодо асортименту продукції у товарній політиці тваринництва?
 - a) Тільки попит споживачів
 - b) Попит споживачів, конкуренція, технологічні можливості
 - c) Тільки конкуренція
 - d) Технологічні можливості та попит споживачів

4. Яке поняття описує процес розробки та управління асортиментом продукції відповідно до цільових ринкових потреб?
 - a) Брендуння
 - b) Диференціація
 - c) Ліцензія
 - d) Сегментація

5. Що означає стратегія "нішевого" ринку в товарній політиці тваринництва?
 - a) Продаж на всіх ринках
 - b) Зосередження на обмеженій аудиторії
 - c) Зниження цін для привертання клієнтів
 - d) Співпраця з конкурентами

6. Яке поняття описує встановлення цін на основі витрат, додавання прибутку та врахування конкурентноспроможності?
 - a) Цінова стратегія
 - b) Диференціація цін
 - c) Ціновий параграф
 - d) Цінова пенетрація

7. Як виробники можуть використовувати стратегію "пенетрації ринку" в товарній політиці?
- Встановлення високих цін для елітних клієнтів
 - Зниження цін для швидкого входу на ринок
 - Зосередження тільки на преміум-продукції
 - Ліцензування брендів
8. Як визначається поняття "брендування" в контексті товарної політики тваринництва?
- Зниження цін на брендovanі товари
 - Встановлення унікальних характеристик та іміджу для продукції
 - Повне відсутність рекламних кампаній
 - Продаж без бренду
9. Як виробники можуть використовувати "крос-продажі" в товарній політиці тваринництва?
- Продаж товарів зі знижкою
 - Продаж товарів, які доповнюють основний продукт
 - Збільшення цін на всю продукцію
 - Виключення деяких товарів з асортименту
10. Які переваги може мати стратегія диференціації в товарній політиці тваринництва?
- Зниження витрат
 - Залучення різних сегментів ринку
 - Зниження цін на продукцію
 - Зосередження тільки на одному виді продукції
11. Що означає поняття "розміщення" у контексті товарної політики тваринництва?
- Визначення місць продажу товарів
 - Забезпечення якісного розташування виробництва
 - Збільшення обсягів виробництва
 - Організація промо-акцій
12. Як може виробник використовувати психологічні ціни в товарній політиці?
- Встановлення цін, які відображають реальні витрати
 - Встановлення цін, які є круглими числами
 - Зменшення цін для стимулювання попиту
 - Ігнорування психологічних аспектів ціноутворення
13. Як виробники можуть використовувати стратегію "вивчення ринку" у товарній політиці тваринництва?
- Визначення цін конкурентів
 - Аналіз реакції споживачів на зміни цін
 - Встановлення цін на основі власних витрат
 - Визначення цінових трендів на ринку

Розрахункові задачі

1. Компанія вирішила встановити ціну на новий корм для собак так, щоб отримати прибуток у розмірі 25% від витрат на виробництво. Витрати на виробництво одного кілограма корму - \$5. Яка повинна бути ціна продажу одного кілограма корму?
2. Магазин роздрібної торгівлі пропонує корм для котів за \$10 за упаковку. Виробник розраховується з магазином, надавши йому знижку у розмірі 15% від оптової ціни. Яка оптова ціна корму для котів?
3. Компанія вирішила реалізувати свої товари через онлайн-магазин. З метою конкурентоспроможності вони встановлюють ціну на корм для собак на рівні \$15 за упаковку. Якщо плата за обслуговування та доставку складає \$2 за кожну упаковку, який обсяг прибутку компанії за умови продажу 100 упаковок?
4. Компанія запускає програму лояльності, в рамках якої кожен 10-й покупець отримує знижку у розмірі 20%. Як це може вплинути на середній чек та загальний обсяг продажів, якщо середній чек становить \$30?
5. Витрати на виготовлення та дизайн упаковки корму для гризунів складають \$5000. Якщо компанія планує випустити 5000 упаковок, яка частина витрат припадає на кожну упаковку?
6. Корм для папуг "ЕкоПеро" має ціну продажу \$8 за упаковку. Витрати на виробництво та пакування становлять \$4 за упаковку. Яка рентабельність продукту у відсотках?
7. Проведено дослідження ринку, під час якого встановлено, що коефіцієнт цінової чутливості для корму для гризунів складає $-0,8$. Як зміниться обсяг продажів, якщо знизити ціну на 10%?
8. Компанія витратила \$2000 на рекламну кампанію для нового корму для риб. Якщо протягом першого місяця після запуску продано 500 упаковок, які витрати на маркетинг припадають на кожну упаковку?
9. Крупна мережа супермаркетів виражає бажання купувати великі обсяги корму для собак. Компанія розглядає можливість надання їм додаткової знижки у розмірі 15%. Як це може вплинути на їхній обсяг закупів та прибуток компанії?

Ситуаційна задача

Фермерське господарство "Сонячна Долина" спеціалізується на вирощуванні органічних фруктів та овочів. Фермери готові впровадити новий продукт - "ЕкоКорм для Домашніх Тварин". Цей продукт призначений для годування домашніх улюбленців і виготовлений з екологічно чистих інгредієнтів. Фермери розглядають різні аспекти маркетингової товарної політики для ефективного введення продукту на ринок.

Завдання:

Брендування "ЕкоКорму":

Фермери розглядають можливість створення бренда для "ЕкоКорму". Які основні елементи брендування можуть підкреслити екологічність та якість продукту, забезпечити йому визнаність та відмінності від конкурентів?

Лінійка Продуктів "ЕкоКорм":

Фермери вирішили розширити лінійку продуктів "ЕкоКорм" та додати нові варіанти для собак і котів. Як можна створити ефективну лінійку продуктів, яка враховуватиме різні потреби та вподобання власників домашніх тварин?

Ціноутворення для "ЕкоКорму":

Фермери розглядають варіанти ціноутворення для "ЕкоКорму". Які фактори слід враховувати при встановленні цін на продукт, який є екологічно чистим і високоякісним?

Позиціонування на Ринку:

Як "ЕкоКорм" може визначити свою позицію на ринку серед інших кормів для домашніх тварин? Які унікальні характеристики продукту можуть бути використані для створення вигоди для споживачів?

Стратегія Реклами:

Фермери планують рекламну кампанію для "ЕкоКорму". Які канали та підходи до реклами будуть найефективнішими для залучення уваги власників домашніх тварин?

Упаковка та Дизайн:

Фермери бачать важливість привабливої упаковки та дизайну для "ЕкоКорму". Як можна створити дизайн, що привертає увагу та передає ідею екологічно чистого продукту?

Розподіл та Дистрибуція:

Які канали розподілу можна використовувати для ефективного доставки "ЕкоКорму" до магазинів та онлайн-платформ для продажу?

Програма Лояльності для Клієнтів:

Фермери вважають, що програма лояльності може стати ключовим елементом для утримання клієнтів. Які можливості лояльності можна вводити для покупців "ЕкоКорму"?

Управління Відгуками та Рейтингами:

Фермери бояться негативних відгуків та рейтингів. Як можна підтримувати позитивний імідж та вирішувати проблеми, якщо вони виникають?

Співпраця з Ветеринарними Клініками:

Фермери розглядають можливість співпраці з ветеринарними клініками для просування "ЕкоКорму". Як це може допомогти в побудові довіри серед власників домашніх

Тема 6: Цінова політика та управління збутом тваринницької продукції

Питання для обговорення

1. Як виробники тваринницької продукції визначають цінову стратегію для своїх товарів?
2. Як важливість якості впливає на встановлення цін на продукцію для тваринництва?
3. Як виробники тваринницької продукції можуть реагувати на коливання цін на сировину та інші витратні матеріали?
4. Як використання технологій в управлінні збутом може впливати на цінову політику та підвищити ефективність?
5. Як компанії у галузі тваринництва вирішують питання диференціації цін для різних ринків або сегментів клієнтів?
6. Як виробники та роздрібні торговці співпрацюють у встановленні оптимальних цін для кінцевого споживача?
7. Як ефективно використовувати знижки та промо-акції в ціновій політиці для тваринницької продукції?
8. Як впливають сезонність та попит на встановлення цін на продукцію для тваринництва?
9. Як виробники можуть оптимізувати цінову політику для нових продуктів на ринку тваринництва?
10. Як варіюються стратегії ціноутворення для різних видів тваринницької продукції (корми, ліки, аксесуари тощо)?
11. Як управління логістикою впливає на цінову політику та вартість постачання тваринницьких товарів?
12. Як компанії визначають оптимальний розмір націнок для забезпечення прибутковості та конкурентоспроможності?
13. Як виробники реагують на зміни валютних курсів та їх вплив на ціни на експортовані тваринницькі товари?
14. Як враховуються витрати на маркетинг та рекламу при формуванні цінової стратегії для тваринницької продукції?
15. Як виробники можуть використовувати аналітику та дослідження ринку для прийняття обґрунтованих рішень щодо цін?
16. Як взаємодія з дистриб'юторами впливає на цінову політику та доступність тваринницької продукції на ринку?
17. Як виробники можуть управляти цінами під час кризових ситуацій, таких як пандемія чи природні катастрофи?
18. Як визначається оптимальний рівень цін на еко- та органічні продукти в тваринництві?
19. Як компанії можуть управляти ціною репутацією та реагувати на зміни відгуків споживачів?
20. Як виробники можуть враховувати конкуренцію в ціновій стратегії та залишатися конкурентоспроможними на ринку тваринництва?

Тести

1. Як визначається стратегія ціноутворення "цінова пенетрація" у тваринницькому бізнесі?
 - a) Встановлення високих цін для приваблення клієнтів
 - b) Встановлення низьких цін для швидкого входу на ринок
 - c) Збільшення цін поступово з плином часу
 - d) Виключення деяких товарів з асортименту

2. Як впливає цінова стратегія "цінова дискримінація" на управління збутом тваринницької продукції?
 - a) Різні ціни для різних сегментів ринку чи клієнтів
 - b) Фіксована ціна для всіх споживачів
 - c) Зниження цін для всіх категорій покупців
 - d) Однакові ціни на всю продукцію

3. Що включає в себе поняття "доставка FOB" у зв'язку з ціновою політикою тваринницького бізнесу?
 - a) Відповідальність за доставку на виробничому об'єкті
 - b) Відповідальність за доставку на покупцевій локації
 - c) Безкоштовна доставка для всіх замовлень
 - d) Доставка за фіксованою ціною для всіх покупців

4. Які фактори впливають на рішення щодо вибору каналів збуту тваринницької продукції?
 - a) Тільки розміщення
 - b) Розміщення, витрати, розмір аудиторії
 - c) Тільки розмір аудиторії
 - d) Кількість конкурентів

5. Як виробники можуть використовувати стратегію "прямого розміщення" для управління збутом тваринницької продукції?
 - a) Використання інтернет-магазинів та власних точок продажу
 - b) Виключення посередників у ланцюжку постачання
 - c) Продаж через роздрібні магазини
 - d) Використання тільки дистриб'юторів

6. Як визначається "зона цінової діаграми" у стратегії ціноутворення тваринницької продукції?
 - a) Графік цін на всі товари компанії
 - b) Визначення цінового коридору для кожної категорії товарів
 - c) Подання графічної інформації про ринкові ціни
 - d) Розміщення цін на графіку в часовому аспекті

7. Як впливає стратегія "цінова агресія" на конкурентну боротьбу в тваринницькому секторі?

- a) Зниження цін для входу на нові ринки
- b) Підняття цін для забезпечення високих прибутків
- c) Співпраця з конкурентами для встановлення єдиної цінової політики
- d) Відсутність конкуренції між виробниками

8. Які елементи включає в себе стратегія "цінової дисконтування" у тваринницькому бізнесі?

- a) Високі ціни для преміум-продукції
- b) Постійні низькі ціни для всіх товарів
- c) Тимчасові знижки для підвищення попиту
- d) Ігнорування конкурентноспроможності

9. Як виробники можуть використовувати стратегію "цінової диференціації" для управління збутом?

- a) Встановлення однакових цін на всю продукцію
- b) Різні ціни для різних сегментів ринку
- c) Зниження цін для всіх клієнтів
- d) Використання тільки одного каналу збуту

10. Як впливає стратегія "цінової позиції" на споживчу перцепцію тваринницької продукції?

- a) Збільшення споживчої перцепції якісної продукції
- b) Зниження споживчої перцепції вартості товарів
- c) Збільшення конкурентноспроможності за рахунок цінової позиції
- d) Вплив на споживчі уподобання

11. Як виробники можуть використовувати стратегію "цінової адаптації" для різних ринків?

- a) Встановлення високих цін на всіх ринках
- b) Різні ціни для різних регіонів чи сегментів ринку
- c) Тільки зниження цін для всіх ринків
- d) Використання однакових цін для всіх ринків

12. Як виробники можуть використовувати стратегію "банерної ціни" для управління збутом?

- a) Встановлення цін, які висвітлюють переваги товару
- b) Зниження цін для виходу на нові ринки
- c) Реалізація товару за найвищою ціною в категорії
- d) Збільшення цін для стимулювання попиту

Розрахункові задачі

1. Компанія виробляє сир у великих обсягах. Витрати на виробництво одного кілограма сиру складають \$5. Яка має бути ціна продажу, щоб забезпечити 30% прибутку?
2. Збутова компанія отримує відсоток від кожного проданого продукту. Якщо обсяг продажів становить 1000 одиниць, а відсоток збутової компанії - 10%, то якими будуть її маржинальні витрати?
3. Компанія постачає свої м'ясні вироби ресторанам оптом. Витрати на виробництво одного кілограма м'яса - \$8. Яка має бути оптова ціна, щоб забезпечити 20% прибутку?
4. Компанія вирішила провести розпродаж своєї продукції зі знижкою у розмірі 15%. Як це вплине на її прибуток, якщо середній чек становить \$50, а звичайний рівень прибутку - 25%?
5. Компанія вирішила збільшити ціну на свій продукт на 10%. Якщо попит на продукцію скоротиться на 5%, яка є еластичність попиту?
6. Компанія виробляє козячий сир. Собівартість одного кілограма сиру складається з витрат на сировину (\$3), працю (\$5), та виробничі витрати (\$2). Яка є собівартість одного кілограма сиру?
7. Компанія встановила ціну на свій продукт у розмірі \$20, а її прибуток на одиницю продукції - \$5. Скільки одиниць продукції потрібно продати, щоб досягнути прибутку у розмірі \$10,000?
8. Компанія вирішила встановити ціну на свій новий продукт так, щоб досягти оптимального зиску. Якщо витрати на виробництво становлять \$15, а попит на ринку підтримує ціну у розмірі \$30, яка буде ціна продажу?
9. Збутова компанія отримує 5% від кожної угоди. Якщо клієнт купив товар на \$1000, яка буде маржа збуту?
10. Компанія розробила новий продукт та хоче встановити ціну, яка покриє витрати на його виробництво та принесе прибуток у розмірі 20%. Які повинні бути витрати на виробництво, якщо ціна продажу - \$50?
11. Компанія вирішила впровадити знижку у розмірі 10% на всю лінійку своїх м'ясних продуктів. Якщо за місяць вдалося реалізувати 5000 одиниць продукції, а звичайний рівень прибутку - 15%, яка буде загальна вигода від цієї знижки?

Ситуаційна задача

Компанія "Здорова Ферма" спеціалізується на виробництві органічних м'ясних продуктів та молочної продукції. Компанія вирішила впровадити новий продукт - органічне м'ясо курки "ЕкоКурка". Для успішного введення на ринок компанія розглядає різні стратегії ціноутворення та управління збутом.

Ситуація:

Компанія вже встановила, що витрати на виробництво одного кілограма м'яса становлять \$7, і вона прагне отримати прибуток у розмірі 20% від ціни продажу. Ринковий дослід показав, що попит на органічне м'ясо зростає, особливо серед клієнтів, які цінують якість та стурбованість до добробуту тварин.

Завдання:

Ціноутворення "Преміум" Класу:

Компанія розглядає можливість встановлення високої ціни на продукт, позначаючи його як "Преміум" класу через його органічність та високу якість. Яка повинна бути ціна продажу одного кілограма "ЕкоКурка" для досягнення цілі у розмірі 20% прибутку?

Ціноутворення "Лідерство в Вартості":

Замість встановлення високої ціни, компанія розглядає варіант низької ціни для "ЕкоКурка" з метою стати лідером вартості на ринку. Як вона може встановити конкурентоспроможну ціну, забезпечуючи при цьому прибуток?

Стратегія Збуту через Органічні Магазини:

Компанія розглядає можливість ексклюзивного розміщення "ЕкоКурка" у спеціалізованих органічних магазинах. Як це може вплинути на цінову стратегію та сприяти відзначенню продукту?

Програма Лояльності для Оптових Покупців:

З метою привертання ресторанів та інших оптових клієнтів, компанія розглядає впровадження програми лояльності. Як вона може використовувати ціноутворення для залучення оптових партнерів?

Знижкова Акція для Перших Покупців:

Компанія планує влаштувати знижкову акцію для перших покупців "ЕкоКурка". Як вона може встановити знижку так, щоб привернути увагу, але при цьому забезпечити прибуток?

Експортна Стратегія:

Розглядаючи можливість експорту, компанія вивчає ринки за кордоном. Як ціноутворення повинно бути адаптоване для введення продукту на міжнародний ринок?

Ціноутворення для Фермерських Ринків:

Компанія розглядає участь у фермерських ринках як каналі продажу. Як вона може встановити ціни так, щоб вони були доступні для клієнтів на фермерських ринках, але при цьому приносили прибуток?

Стратегія Збуту через Онлайн-Платформи:

Компанія розглядає можливість продажу "ЕкоКурка" через онлайн-платформи. Як ціноутворення може бути налаштоване для забезпечення зручності та конкурентоспроможності в цьому каналі продажу?

Тема 7: Реклама і система стимулювання збуту тваринницької продукції

Питання для обговорення

1. Як виробники тваринницької продукції можуть ефективно використовувати рекламні кампанії для підвищення усвідомленості своїх брендів?
2. Як впливає використання соціальних мереж на рекламу та популяризацію тваринницьких товарів?
3. Які рекламні стратегії ефективні для продажу тваринницьких продуктів онлайн?
4. Як система стимулювання збуту може сприяти прискоренню обороту та збільшенню продажів в галузі тваринництва?
5. Як виробники можуть використовувати програми лояльності для утримання і повернення нових клієнтів?
6. Як впливають рекламні кампанії на виробництво та споживчі вподобання в галузі тваринництва?
7. Які переваги та недоліки використання традиційних засобів реклами у порівнянні з цифровими в галузі тваринництва?
8. Як виробники можуть використовувати відеоконтент для реклами та стимулювання збуту тваринницьких товарів?
9. Як враховувати етичні аспекти у рекламних кампаніях для продажу тваринницьких продуктів?
10. Як впливають партнерські програми та співпраця з іншими брендами на ефективність реклами у сфері тваринництва?
11. Як можуть виробники використовувати рекламу для освітніх цілей та підвищення усвідомленості про догляд за тваринами?
12. Як впливає географічна локалізація на рекламні стратегії у тваринництві?
13. Як компанії можуть використовувати інфлюенсер-маркетинг для реклами та популяризації тваринницьких товарів?
14. Як ефективно використовувати акції та знижки в рекламних кампаніях для тваринницької продукції?
15. Як виробники можуть адаптувати свою рекламну стратегію до різних сегментів ринку тваринництва?
16. Як враховувати різні культурні аспекти при розробці рекламних кампаній для глобального ринку тваринництва?
17. Як впливає створення унікального іміджу на рекламу та сприйняття брендів у галузі тваринництва?
18. Які інноваційні методи реклами можуть виробники використовувати для стимулювання збуту тваринницької продукції?
19. Як визначити оптимальний медіамікс для рекламних кампаній у галузі тваринництва?
20. Як виробники можуть використовувати ефективні засоби маркетингового стимулювання для збільшення обсягів продажів та покращення лояльності клієнтів у тваринництві?

Тести

1. Що означає поняття "прямі продажі" в контексті системи стимулювання збуту тваринницької продукції?
 - a) Продаж товарів безпосередньо виробником споживачеві
 - b) Продаж через посередників
 - c) Продаж за допомогою інтернет-магазинів
 - d) Продаж тільки через роздрібні магазини

2. Які елементи включає в себе поняття "комунікаційного міксу" в рекламі тваринницької продукції?
 - a) Тільки реклама
 - b) Реклама, продажі, особисті продажі, зв'язки з громадськістю
 - c) Продажі, знижки, реклама
 - d) Тільки зв'язки з громадськістю

3. Як виробники можуть використовувати "трейд-маркетинг" для стимулювання збуту тваринницької продукції?
 - a) Реклама на телебаченні
 - b) Співпраця з роздрібними мережами та посередниками
 - c) Знижки для кінцевих споживачів
 - d) Використання соціальних мереж

4. Як визначається поняття "промоційної події" в системі стимулювання збуту?
 - a) Рекламна кампанія на телебаченні
 - b) Організація спеціальних заходів для просування продукції
 - c) Знижки для постійних клієнтів
 - d) Використання тільки рекламних брошур

5. Як впливає стратегія "збільшення продажів за допомогою подарунків" на споживчу поведінку?
 - a) Збільшення відсотка повторних покупок
 - b) Зниження інтересу споживачів до продукції
 - c) Зниження загального обсягу продажів
 - d) Залучення нових конкурентів

6. Як виробники можуть використовувати "продажі спеціальних пропозицій" для стимулювання збуту?
 - a) Регулярні знижки для всіх клієнтів
 - b) Знижки на продукцію зі скороченим терміном придатності
 - c) Продаж подарунків разом з продукцією
 - d) Збільшення цін для приваблення клієнтів

7. Що означає поняття "прямий маркетинг" в системі стимулювання збуту тваринницької продукції?
- a) Продаж через інтернет-магазини
 - b) Співпраця з посередниками
 - c) Рекламна кампанія на телебаченні
 - d) Продаж через роздрібні магазини
8. Як виробники можуть використовувати "знижки на обсяг" для стимулювання збуту тваринницької продукції?
- a) Зниження цін для постійних клієнтів
 - b) Співпраця з роздрібними мережами
 - c) Знижки для покупок у великих кількостях
 - d) Використання тільки рекламних брошур
9. Як визначається поняття "віртуальна подія" у рекламі тваринницької продукції?
- a) Тільки реклама через інтернет
 - b) Організація заходів для споживачів
 - c) Продаж товарів у віртуальних магазинах
 - d) Рекламна кампанія на телебаченні
10. Як виробники можуть використовувати "персональні знижки" для стимулювання збуту?
- a) Знижки для покупок у великих кількостях
 - b) Зниження цін для постійних клієнтів
 - c) Використання рекламних брошур
 - d) Співпраця з посередниками
11. Як впливає стратегія "конкурсів" на взаємодію зі споживачами тваринницької продукції?
- a) Зниження інтересу споживачів до бренду
 - b) Збільшення лояльності споживачів
 - c) Зниження витрат на маркетингові заходи
 - d) Створення конфліктних ситуацій
12. Як виробники можуть використовувати "продажі з обмеженими термінами" для стимулювання збуту?
- a) Зниження цін для всіх клієнтів
 - b) Зниження цін на товари зі скороченим терміном придатності
 - c) Рекламна кампанія на телебаченні
 - d) Продаж товарів у великих кількостях

Розрахункові задачі

1. Розрахунок ефективності рекламної кампанії:

У компанії проведено рекламну кампанію на телебаченні з витратами у розмірі \$50,000. Протягом місяця обсяг продажів збільшився на 20%. Обчисліть рентабельність рекламної кампанії, якщо середній прибуток від продажу одиниці продукції складає \$10.

2. Розрахунок ефективності знижкової акції:

Компанія надає знижку у розмірі 15% на свою продукцію протягом двох тижнів. Якщо зазвичай за цей період продавалося 1000 одиниць продукції по ціні \$30 за одиницю, то скільки складають втрати від знижкової акції?

3. Розрахунок ефективності програми лояльності:

У програмі лояльності кожен клієнт отримує 1 бал за кожні \$10 витрат. Якщо клієнт накопичив 50 балів, він отримує знижку у розмірі 10%. Якщо середній чек покупця складає \$50, то яка буде ймовірність того, що він скористається знижкою?

4. Розрахунок витрат на рекламу в Інтернеті:

Компанія розпочала інтернет-рекламну кампанію, витративши \$2 за кожен клік на її банерну рекламу. Протягом місяця отримали 5000 кліків, а конверсія до покупок становить 3%. Які були загальні витрати на рекламу та скільки покупок здійснилося через цю кампанію?

5. Розрахунок ROI рекламної події:

Компанія організувала спеціальну рекламну подію з наданням безкоштовних зразків продукції. Загальні витрати на проведення події становлять \$20,000. За час події було роздано 2000 зразків. Якщо звичайний відсоток конверсії після отримання зразка становить 10%, то які були витрати на залучення одного нового клієнта?

6. Розрахунок ефективності програми кешбеку:

Компанія запустила програму кешбеку, в якій клієнти отримують 5% вартості своїх покупок назад у вигляді кешбеку. Якщо середній чек складає \$100, а кількість учасників програми за місяць - 5000, то яка буде сума виплачених кешбеків?

7. Розрахунок ефективності трейд-маркетингу:

Компанія уклала угоду з роздрібною мережею про розміщення її продукції на виділеній полиці зі знижкою у розмірі 15%. Якщо протягом місяця вдалося продати 1000 одиниць продукції, то яка буде загальна вигода від такої угоди?

8. Розрахунок ефективності промоційної акції:

Компанія організовує акцію "Купи один - отримай другий в подарунок". Якщо середній чек становить \$50, і під час акції вдалося реалізувати 5000 одиниць продукції, то які будуть витрати на реалізацію одного продукту?

Ситуаційна задача

Компанія "Зелене Поле" спеціалізується на виробництві органічних молочних продуктів. Директор компанії вирішив запустити новий продукт - органічний кисломолочний напій для дітей під брендом "Веселі Козенята". З метою вивчення ринку та стимулювання збуту були введені різні маркетингові стратегії.

Рекламна Кампанія:

Компанія вирішила вкластися в рекламну кампанію на телебаченні та в інтернеті, використовуючи яскраві рекламні ролики та соціальні мережі. Планується витратити \$50,000 на цю кампанію. Які можливі переваги та ризики пов'язані із застосуванням рекламних засобів для продвигання нового продукту?

Програма Лояльності:

Компанія розробила програму лояльності для постійних покупців "Козячі Бонуси". Кожен раз при купівлі продукції з програмою, клієнт отримує бонусні бали, які можна обміняти на знижки на наступні покупки. Як вплине ця програма на лояльність клієнтів та обсяги продажів?

Знижкова Акція:

З метою привертання уваги, компанія вирішила провести знижкову акцію "Перше Знайомство". Перші 1000 покупців отримають знижку у розмірі 20% на новий кисломолочний напій. Яким чином ця акція може вплинути на обсяги продажів та ставлення споживачів до нового продукту?

Трейд-маркетинг:

Компанія уклала партнерство з крупною роздрібною мережею супермаркетів для виділення спеціальної полиці з продукцією "Веселі Козенята" та знижкою у розмірі 15%. Як вплине такий підхід на вигляд продукції для споживачів та на загальний обсяг продажів?

Спеціальна Промоційна Подія:

З метою залучення сімейного споживача, компанія вирішила організувати спеціальну промоційну подію у парку розваг. Під час події буде проведено розіграш подарунків та роздача безкоштовних зразків продукції. Які можуть бути плюси та мінуси такої промоційної події для компанії?

Ефективність Рекламного Банера:

Компанія розмістила рекламний банер на сайті для батьків та дітей. Як виміряти ефективність цього рекламного заходу? Якщо 100,000 відвідувачів сайту переглянули банер, а відсоток клікабельності склав 3%, як це може вплинути на продажі?

Персональні Знижки для Постійних Клієнтів:

Компанія вирішила впровадити систему персональних знижок для своїх постійних клієнтів. Як це може вплинути на лояльність та регулярність покупок?

Кешбек Програма:

З метою стимулювання повторних покупок, компанія запустила кешбек-програму, де клієнти отримують 5% вартості своїх покупок у вигляді грошового кешбеку. Як вплине ця програма на відданість клієнтів та фінансові результати компанії?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 468 с.
2. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О. М. Управління персоналом. 2-ге видання : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 502 с.
3. Довгань Л. Є., Ведута Л. Л., Мохонько Г. А. Технології управління людськими ресурсами : навч. посіб. / КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 512 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25275/1/TULR_navch_posibn.pdf
4. Козирева О. В., Овсієнко О. В. Організація праці менеджера : навч. посіб. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2019. 203 с.
5. Лугова В. М., Голубев С. М. Основи самоменеджменту та лідерства : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 212 с. URL: https://www.dut.edu.ua/uploads/1_2058_35923197.pdf
6. Менеджмент : підручник / М. М. Шкільняк, О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, Ж. Л. Крисько, І. О. Демків. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 258 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46199/1/MenedjmentPD_B5_1.11.22.pdf
7. Менеджмент для бакалаврів : підручник. у 2 т. Т. 1. / за ред. О. Ф. Балацького, О. М. Теліженка. Суми : Університетська книга, 2016. 604 с.
8. Менеджмент для бакалаврів : підручник. у 2 т. Т. 2. / за ред. О. Ф. Балацького, О. М. Теліженка. Суми : Університетська книга, 2016. 591 с.
9. Менеджмент організацій : навчальний посібник / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад. Л. Є. Довгань, І. П. Малик, Г. А. Мохонько, М. В. Шкробот. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 271 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22243/1/%d0%9c%d0%9e_2017.pdf
10. Монастирський Г. Л. Теорія організації : підручник. 2-ге вид., перероб і доп. Тернопіль : Крок, 2019. 368 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37776/1/Teoriia%20orhanizatsii%202019.pdf>
11. Пушкар З. М., Пушкар Б. Т. Кадровий менеджмент : навч. посіб. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2017. 210 с. URL: https://www.dut.edu.ua/uploads/1_1828_53008904.pdf
12. Скібіцька Л. І. Організація праці менеджера : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 360 с.
13. Управління персоналом : навч. посіб. / Л. С. Борданова, В. Е. Мельничук, Н. В. Рощина, Н. В. Семенченко ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 103 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36380/1/Upravlinia_personalom_KL.pdf
14. Управління персоналом : опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальностей 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування» денної форми

навчання / уклад. А. Л. Сухорукова. Миколаїв : МНАУ, 2022. 69 с. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/12088>

15. Управління персоналом : підручник / О. М. Шубалий та ін. ; за ред. О. М. Шубалого. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.

16. Шевченко В. С. Менеджмент і адміністрування (Самоменеджмент) : конспект лекцій / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. Бекетова, 2020. 91 с. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/55289/1/2019%20%D0%BF%D0%B5%D1%87%20135%D0%9B.pdf>

17. Shebanina O., Klyuchnik A., Burkovska A., Caruso D. and Burkovska A. Providing labor income as a supporting factor of the food security. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2018. № 40(4). P. 597-608. DOI: <http://doi.org/10.15544/mts.2018.51>

18. Бурковська А., Романчик М. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств через стратегічне управління людськими ресурсами. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2016. №2(4), С. 43-51. <https://doi.org/10.51599/are.2016.02.04.04>

19. Полторац А.С., Сухорукова А. Л., Бурковська А. І. Кібербезпека в системі трансформації управління бізнес-організацією. Трансформація менеджменту бізнес-організацій: сучасні тренди та виклики : колективна монографія. Київ : Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. 2021. С. 158-176. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10893/1/17.pdf>

20. Bobrovska N., Sukhorukova A., Burkovska A. Transformation Processes of the Business Environment in the Context of European Integration of Ukraine. *Modern Economics*. 2022. №34. P. 13-20. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V34\(2022\)-02](https://doi.org/10.31521/modecon.V34(2022)-02)

Інтернет-ресурси

1. Верховна Рада України : офіційний веб-портал. URL: <http://www.portal.rada.gov.ua>

2. Пенсійного фонду України : офіційний веб-сайт. URL: <http://www.pfu.gov.ua>

3. Державна служба зайнятості України : офіційний веб-сайт. URL: <http://www.dcz.gov.ua>

4. Діловодство в Україні. URL: <http://www.dilovodstvo.wordpress.com>

Навчальне видання

МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У ТВАРИННИЦТВІ

Методичні рекомендації

Укладач: Бурковська Анна Іванівна

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 2,0
Тираж 50 прим. Зам. №

Надруковано у видавничому відділі
Миколаївського національного аграрного університету
54020, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2013 р.