

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до проходження навчальної практики змаркетингу і написання звіту

для студентів денної форми навчання
спеціальності 075 Маркетинг
ОС «Бакалавр»

1. Програма навчальної практики

Завдання 1.

Сутність та визначення маркетингу.

Для ознайомлення з основами маркетингової діяльності необхідно визначити суть та роль маркетингу в Україні у сучасних ринкових умовах, описати види маркетингу та їх особливості у регіоні (привести приклади), описати основні маркетингові концепції та їх використання вітчизняними підприємствами (привести приклади), проаналізувати складові комплексу маркетингу, описати принципи створення відділу маркетингу,

Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на навчальній практиці: в електронному варіанті представити теоретичний матеріал (у вигляді тексту, рисунків та таблиць; термінів не більше 10 сторінок).

Завдання 2.

Необхідно проаналізувати маркетингову діяльність на одному із нижчезазначених підприємств/торгових марок.

Для аналізу маркетингової діяльності обраного підприємства/торгової марки доцільно зосередитися на дослідженні організації маркетингу в компанії, характеристики маркетингових функцій, які діють, детально проаналізувати товарну, цінову, збутову та комунікативну політики обраного об'єкта дослідження, зазначити основних конкурентів, динаміку попиту та пропозиції, ринки збуту, можливості подальшого розвитку маркетингової діяльності. Аналітичну інформацію доцільно подати у вигляді рисунків та таблиць в динаміці за останні 2-3 роки.

Запропоновані торгові марки/компанії наведено у таблиці нижче.

| №п/п | Назва підприємства | Офіційний сайт підприємства |
|------|----------------------------------|---|
| 1 | ТОВ «Київмлин» | https://kyivmlyn.ua/ |
| 2 | ТОВ «Organic Milk» | https://organic-milk.com.ua/ |
| 3 | ПП «Мама і Папа» | https://www.mamaipapa.kiev.ua/ |
| 4 | Мережа ресторанів «БистроПекаря» | https://bistropekarya.com.ua/ |
| 5 | ПАТ «Оболонь» | https://obolon.ua/ua |
| 6 | ФГ «Zinka» | https://zinka.ua/ |
| 7 | ТОВ «О'Ферма» | https://www.oferma.com.ua/ |
| 8 | ТОВ «Fructo» | https://www.fructo.com.ua/ |
| 9 | ТОВ «Сирне Королівство» | https://cheesekingdom.com.ua/ |
| 10 | ТОВ «Обухівський молочний завод» | http://obmol.com.ua/map.php |
| 11 | ПАТ «Юрія» | https://voloshkovepole.com.ua/ |
| 12 | ПрАТ «Галичина» | https://galychyna.com.ua/ |
| 13 | ТМ «Яготинське» | https://milkalliance.com.ua/company/brands/tm-yagotynske/ |
| 14 | ПП «Лакталіс Україна» | https://lactalis.com.ua/ |
| 15 | ПрАТ «Кагма» | https://kagma.ua/ |

| | | |
|----|----------------------------------|---|
| 16 | ТМ «Моршинська» | https://www.morshynska.ua/ |
| 17 | ТАС-Аптека | https://apteka-tas.com.ua/ |
| 18 | ТМ «М'ясомаркет» | https://ryaba.ua/myasomarket/ |
| 19 | ГК «Глобіно» | http://ua.globino.ua/ |
| 20 | ТОВ «Юрія-Фарм» | https://www.uf.ua/ |
| 21 | ТМ «Алан» | http://alan.ua/ |
| 22 | Компанія «Green Garth» | https://www.greengarth.com.ua/kontakty/ |
| 23 | Компанія «TeamProject» | https://www.teamproject.com.ua/ |
| 23 | ТМ «Епікур» | https://epikur.com.ua/ |
| 24 | ТМ «Арома Кава» | https://aromakava.ua/ |
| 25 | ТМ «Комо» | https://komo.ua/uk |
| 26 | Крафтова сироварня «Сироман» | https://www.syroman.com.ua/ |
| 27 | ТМ «ТЕВІТА» | https://www.tevitta.com/ |
| 28 | ГК «ЛНЗ Груп» | https://www.lnz.com.ua/ |
| 29 | ГК «Кернел-Трейд» | https://www.kernel.ua/ua/ |
| 30 | Компанія «Нібулон» | https://www.nibulon.com/ |
| 31 | ГК «Укрлендфармінг» | https://www.ulf.com.ua/ua/ |
| 32 | ГК «Терра Фуд» | https://terrafood.ua/ |
| 33 | ТОВ «Київхліб» | https://kyivkhlіb.ua/ |
| 34 | Агрохолдинг «Авангард» | https://avangardco.ua/ |
| 35 | Агроіндустріальний холдинг «МХП» | https://mhp.com.ua/uk/glorytoUkraine |
| 36 | ТОВ «Лубнимаш» | https://lubnymash.com/ |
| 37 | Компанія «BASF» | https://www.basf.com/ua/uk.html |
| 38 | ГК «Укравіт» | https://ukravit.com.ua/ |
| 39 | ТОВ «Сингента Україна» | https://www.syngenta.ua/ |
| 40 | ТОВ «Кортева» | https://www.corteva.com.ua/ |
| 41 | ТОВ «Транс-Сервіс 1» | https://www.trans-service-1.com.ua/ |
| 42 | ПАТ «Укрзалізниця» | https://www.uz.gov.ua/ |
| 43 | ТОВ «Байєр» | https://www.bayer.com/uk/ua/ukraine-home |
| 44 | Холдинг «HARVEAST» | https://harveast.com/ |
| 45 | Компанія «New Holland» | https://agriculture.newholland.com/eu/uk-ua |
| 46 | Компанія «JOHN DEERE У» | https://www.deere.ua/uk/index.html |

Рекомендований об'єм виконання завдання 10-15 сторінок формату А4.

Завдання 3.

Звіт з практики. Щоденник з практики.

Оформити Звіт з навчальної практики за вимогами та сформувані щоденник проходження навчальної практики з календарним розподілом та описом виконаних завдань.

Виконати практичне завдання: в електронному вигляді представити презентацію Звіту про проходження навчальної практики (у форматі Power Point/Canva).

2. Методи навчання

Бесіда, розповідь, діалог; демонстрація; міждисциплінарна інтеграція; використання ТЗН:

- словесні (пояснення, інструктаж, проблемний виклад, дослідницько-пошукова робота, дискусія);
- наочні (ілюстрація – схема; демонстрація – слайди, мультимедійні файли, схеми-конспекти);
- практичні (виконання розрахункових завдань; робота з опорними схемами, створення рекламних текстів та проспектів).

3. Методи контролю

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчальної практики:

- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- наявність звіту та щоденника практики;
- диференційований залік

4. Форми поточного та підсумкового контролю

Усне опитування; захист матеріалів навчальної практики, диференційований залік.

5. Критерії оцінювання

Оцінювання знань студентів з «Навчальної практики» здійснюється на основі результатів підсумкового контролю, що відбувається у вигляді диференційованого заліку що проводиться у форму захисту матеріалів навчальної практики.

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамен та заліки у НУБіП України» (затверджений Вченою Радою НУБіП України від 26.04.2023 р. протокол № 10).

| Рейтинг студента, бали | Оцінка національна | |
|---------------------------|--------------------|---------------|
| | екзаменів | заліків |
| 90-100 | Відмінно | Зараховано |
| 74-89 | Добре | |
| 60-73 | Задовільно | |
| 0-59 | Незадовільно | Не зараховано |

Критерії оцінки захисту матеріалів навчальної практики:

– **«відмінно»** - за глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих літературних джерелах; аргументоване висловлення своєї думки; вміння аналізувати економічні явища, у їхньому взаємозв'язку і розвитку та робити обґрунтовані висновки; творчий підхід до виконання індивідуальних завдань; здатність чітко і лаконічно, логічно і послідовно відповідати на поставлені запитання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання

практичних завдань, вчасне виконання всіх завдань практики, оформлений згідно вимог Звіт та Щоденник з навчальної практики;

– **«добре»** - за ґрунтовні знання навчального матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені запитання; здатність аналізувати економічні явища та робити обґрунтовані висновки; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язування практичних завдань; аргументовані відповіді на поставлені запитання, які, однак, містять певні (несуттєві) неточності; здатність аналізувати економічні явища та робити висновки, які можуть бути неповними та недостатньо обґрунтованими; вчасне виконання всіх завдань практики, оформлений згідно вимог Звіт та Щоденник з навчальної практики;

– **«задовільно»** - за знання навчального матеріалу на репродуктивному рівні; не достатньо аргументовані відповіді; посередню здатність аналізувати економічні явища та робити висновки; уміння використовувати теоретичні знання лише у стандартних ситуаціях під час розв'язання практичних завдань або міцні знання теоретичного матеріалу, проте слабе застосування теоретичних положень під час розв'язання практичних завдань; за посередні знання навчального матеріалу, мало аргументовані відповіді, слабе застосування теоретичних положень або невміння їх застосування під час розв'язання деяких практичних завдань;

– **«незадовільно»** - за відсутність знань стосовно певної частини матеріалів практики, суттєві помилки у відповідях на запитання, невміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних завдань; за відсутність знань стосовно значної частини навчального матеріалу та основних фундаментальних положень, суттєві помилки у відповідях на запитання, нездатність орієнтуватися під час розв'язання практичних завдань, не вчасне виконання всіх завдань практики, оформлений Звіту та Щоденнику з навчальної практики не за вимогами.

6. Методичне забезпечення

1. Пояснення до виконання практичних завдань.
2. Завдання для самостійної роботи та методичні рекомендації з їх виконання.
3. Критерії оцінювання знань студентів.
4. Презентаційні матеріали.

7. Рекомендована література

Нормативні документи

1. Конституція України (зі змінами № 2680-VIII від 07.02.2019).
2. Господарський кодекс України (зі змінами № 2672-VIII від 17.01.2019).
3. Закони України: «Про захист прав споживачів» (зі змінами № 2740-VIII від 06.06.2019).
Закони України: «Про ціни та ціноутворення в Україні» (зі змінами № 2168-VIII від 19.10.2017).
4. Закони України: «Про рекламу» (зі змінами № 2484-VIII від 03.07.2018)

5. Закони України: «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (зі змінами №317-VIII (317-19) від 09.04.2015.
6. ДСТУ 3294-95 Маркетинг. Терміни та визначення основних понять. Видання офіційне – Київ: ДЕРЖСТАНДАРТ УКРАЇНИ, 1996 (діючий).

Основні підручники і навчальні посібники

1. Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Луцій О.П. Маркетинг: Підручник, практикум та навчально-методичний комплекс з маркетингу. К.: Вид-во «Наш час», 2007. 507 с.
2. Чеботар С.І., Боняр С.М., Луцій О.П. Маркетингова товарна політика: Підручник. 2-ге вид., зі змінами. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2012. 264 с.
3. Чеботар С.І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2011. 200 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
5. Мазаракі А.А. Міжнародний маркетинг / А.А. Мазаракі, О.О. Чаюн – К.: КНТЕУ, 2002.
6. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2016. - 148 с.
7. Маркетинг: підручник / [В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.]. ред. – упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – [4-те вид.]. – К.: навч.-метод. центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2009. – 648с.

Додаткові підручники і посібники, періодичні видання

1. Зозульков О. Схема аналізу поведінки споживачів на промисловому ринку / О. Зозульков, А. Василенко // Маркетинг в Україні. – 2017. – № 1 (100). – С. 24-31.
2. Косар Н. С. Перспективи розвитку торговельних мереж України. / Н. С. Косар, Н. Є. Кузьо // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 7 (181). – С. 97- 109.
3. Ільїна С. Підготовка зі створення примірних специфікацій на маркетингові дослідження / С. Ільїна // Маркетинг в Україні. – 2017. – № 1 (100). – С. 52-57.
4. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посібник для самост. вивч. / В.Я. Кардаш -К.: КНЕУ, 2000.
5. Шандрівська О. Є. Комплексний аналіз ринку логістичних послуг в Україні / О. Є. Шандрівська, Л. Ю. Шевців // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 7(181). – С. 163-173.
6. Марченко С.М. Основы маркетингу. У схемах і таблицях. Навч. посіб. / С.М. Марченко -К.: Центр “Методика - інформ”, 2002
7. Павленко А.Ф. Маркетинг: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. Дисципліни / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак - К.: КНЕУК, 1999

Журнали: «Маркетинг в Україні», «Споживач».

Інформаційні ресурси мереж Internet

1. www.consumerinfo.org.ua
2. www.nbuivportal.ua.
3. www.business.kiev.ua
4. газета «Галицькі контракти» www.gc.lviv.ua.
5. [www..blitz-price.com.ua](http://www.blitz-price.com.ua)

8. Технічні вимоги до оформлення звіту

Звіт має бути надрукований українською мовою на комп'ютері без помилок та виправлень з одного боку білого паперу формату А4 (210 x 297) або написаний від руки.

Загальний обсяг звіту, включаючи список використаних літературних джерел, не повинен перевищувати 30 сторінок, надрукованих 14 шрифтом TimesNew Roman через 1,5 інтервали.

Аркуш звіту повинен мати поля: ліве – 30 мм, верхнє – 20, праве – 10, нижнє – 20 мм.

Абзацний відступ має бути однаковим по всьому тексту в межах 125 мм (5 знаків або літер).

Нумерацію сторінок та пунктів звіту подають арабськими цифрами без знака №. Першою сторінкою звіту є титульна (титульний аркуш), яку включають до загальної нумерації сторінок, але не нумерують. Номер сторінки проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

На запозичену з інших джерел інформацію, а також на цитати, щонаводяться в тексті, мають бути зроблені посилання. Їх наводять одразу після закінчення цитати в квадратних дужках, де вказують порядковий номер джерела у списку використаної літератури та відповідні сторінки джерела (наприклад: [14, с. 31-48]). Кожне джерело має бути пронумероване арабськими цифрами.

Ілюструють звіт за ретельно продуманим тематичним планом, що дає змогу уникнути ілюстрацій випадкових, другорядних та навпаки, включити ілюстрації вкрай необхідні, стосовно найважливіших тем. Зміст кожної ілюстрації має бути узгоджений з текстом, а зміст тексту – з ілюстрацією.

Ілюстрації (креслення, рисунки, графіки, схеми, діаграми, фотознімки) слід розміщувати у звіті безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. На всі ілюстрації у роботі мають бути посилання.

Ілюстрації можуть мати назву, яку розміщують під ілюстрацією. За необхідності під ілюстрацією розміщують пояснювальні дані (підрисунковий текст). Ілюстрація позначається словом «Рисунок», яке разом з назвою ілюстрації розміщують після пояснювальних даних, наприклад, «Рисунок 3.1

- Схема розміщення».

Ілюстрації слід нумерувати арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком ілюстрацій, наведених у додатках.

Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, відокремлених крапкою, наприклад, рисунок 3.2 – другий рисунок третього пункту.

Ілюстрації, за необхідності, можуть бути перелічені в змісті з зазначенням їх номерів, назв і номерів сторінок, на яких вони вміщені.

Цифровий матеріал, як правило, оформлюють у вигляді таблиць.

Таблицю слід розташовувати безпосередньо після тексту, у якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці. На всі таблиці мають бути посилання в тексті звіту.

Таблиці слід нумерувати арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком таблиць, що наводяться у додатках. Номер таблиці складається з номера пункту і порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою, наприклад, таблиця 2.1 – перша таблиця другого пункту.

Таблиця може мати назву, яку друкують малими літерами (крім першої великої) і вміщують над таблицею. Назва має бути стислою і відбивати зміст таблиці.

Якщо рядки або графи таблиці виходять за межі формату сторінки, таблицю поділяють на частини, розміщуючи одну частину під одною, або поруч, або переносячи частину таблиці на наступну сторінку.

При поділі таблиці на частини допускається її головку або бокові рядки замінити відповідно номерами граф чи рядків, нумеруючи їх арабськими цифрами у першій частині таблиці.

Слово «Таблиця_» вказують один раз зліва над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть: «Продовження таблиці » з зазначенням номератаблиці.

Заголовки граф таблиці починають з великої літери, а підзаголовки – з малої, якщо вони складають одне речення з заголовком.

Підзаголовки, що мають самостійне значення, пишуть з великої літери. В кінці заголовків і підзаголовків таблиць крапки не ставлять. Заголовки і підзаголовки граф указують в однині.

Переліки, за потреби, можуть бути наведені всередині пунктів або підпунктів. Перед переліком ставлять двокрапку. Перед кожною позицією переліку слід ставити малу літеру української абетки з дужкою, або, не нумеруючи – дефіс (перший рівень деталізації). Для подальшої деталізації переліку слід використовувати арабські цифри з дужкою (другий рівень деталізації). Переліки першого рівня деталізації друкують малими літерами з абзацного відступу, другого рівня – з відступом відносно місця розташування переліків першого рівня.

Список використаних джерел – елемент бібліографічного апарату, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків. Список використаних джерел складають в алфавітному порядку відповідно до чинних стандартів з бібліотечної та видавничої справи (ГОСТ 7.1:2006. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання).

Додатки оформлюють як продовження звіту про практику на наступних його сторінках. Кожний додаток повинен починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований вгорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово

«Додаток » і велика літера, що позначає додаток.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад: Додаток А, Додаток Б. Один додаток позначається як Додаток А.

Текст кожного додатка за необхідності може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка. У цьому разі перед кожним номером ставлять позначення додатка (літеру) і крапку, наприклад: А.2 – другий розділ додатка А; В.3.1 – перший підрозділ третього розділу Додатка В.

Ілюстрації, таблиці та формули, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: рис. Д.1.2 – другий рисунок першого розділу додатка Д; формула (А.1) – перша формула Додатка А.

Приклад оформлення щоденника

ЩОДЕННИК НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

(вид і назва практики)

студента _

(прізвище, ім'я, по батькові)

Факультет аграрного менеджменту

Кафедра _ маркетингу та міжнародної торгівлі

Освітній ступінь _ Бакалавр

Спеціальність_ 075 «Маркетинг»

(назва)

курс, група _____

Календарний графік проходження практики

| № з/п | Назви робіт | Тижні проходження практики | | | | | Відмітки про виконання |
|-------|-------------|----------------------------|----|-----|----|---|------------------------|
| | | I | II | III | IV | V | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

Керівник практики від НУБіП України

(підпис

(прізвище та ініціали)

Висновок керівника практики від вищого навчального закладу про проходження практики

Дата складання заліку „____” _____ 20____ року

Оцінка:

за національною шкалою _____

(словами)

кількість балів _____

(цифрами і

словами) за шкалою ECTS _____

Керівник практики від НУБіП України _____

(підпис)

(прізвище та ініціал)

Зразок оформлення титульного аркуша звіту

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

ЗВІТ ПРО НАВЧАЛЬНУ ПРАКТИКУ З МАРКЕТИНГУ

Виконав(ла): студент __групи__ курсу
Факультету аграрного менеджменту
Спеціальності 075 Маркетинг
(Прізвище, ім'я, по-батькові)

Перевірив:
Керівник практики від кафедри:
доцент, к.е.н. Олена НАГОРНА
доцент, к.е.н. Віолета ГЕРАЙМОВИЧ

Київ – 2023

Зразок оформлення змісту звіту

| ЗМІСТ | | |
|----------------------------|--|----|
| ВСТУП | | 3 |
| РОЗДІЛ 1. | ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ | 5 |
| 1.1. | Сутність та значення маркетингу в діяльності підприємств | 5 |
| 1.2. | Особливості формування цінової політики підприємства | 8 |
| 1.3. | Сучасні тенденції розвитку маркетингу | 12 |
| РОЗДІЛ 2. | ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТЕРРА-ФУД» | 16 |
| 2.1. | Аналіз господарської діяльності ТОВ «Терра Фуд» | 16 |
| 2.2. | Особливості товарної та цінової політики ТОВ «Терра Фуд»..... | 21 |
| 2.3. | Характеристика збутової діяльності та особливості використання маркетингових комунікацій ТОВ «Терра Фуд» | 26 |
| 2.4. | Перспективи розвитку маркетингової діяльності ТОВ «Терра Фуд» | 29 |
| ВИСНОВКИ | | 43 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | | 45 |
| ДОДАТКИ | | 48 |

Приклад оформлення таблиць

Таблиця 1

**Товарний асортимент та обсяг виробництва продукції
ТОВ «Колос» протягом 2015-2017рр.**

| Продукція | 2015р. | 2016р. | 2017р. | 2017р. до 2015р. |
|----------------------------|--------|--------|--------|---------------------|
| Пшениця озима, ц | 29640 | 29043 | 28197 | 95,1 |
| Ячмінь озимий, ц | 16673 | 21643 | 12898 | 77,4 |
| Ячмінь ярий, ц | | 2669 | 1344 | 50,4 |
| Овес ярий, ц | 238 | | | - |
| Горох, ц | | | 1626 | - |
| Кукурудза на зерно, ц | 2210 | 5920 | 2114 | 95,7 |
| Соняшник, ц | 6186 | 6200 | 7832 | 126,6 |
| Соя, ц | | | 18 | - |
| Сіно, ц | 1400 | 2400 | 1022 | 73,0 |
| в т.ч. насіння | 10 | 13 | 9 | 90,0 |
| зелена маса | 2100 | 3550 | 2590 | 123,3 |
| Кукурудза на силос, ц | | | 2310 | - |
| Приріст ВРХ, ц | 57 | 67 | 51 | 89,5 |
| Свинарство, ц | 96 | 68 | 104 | 108,3 |
| Розведення овець та кіз, ц | 33 | 45 | 18 | 54,5 |
| Птахівництво, ц | 23 | 20 | 18 | 78,3 |
| Молоко, ц | 755 | 753 | 958 | 126,9 |
| Яйця курячі, тис. штук | 1 | 15 | 5 | 500,0 |

Джерело: сформовано автором за даними звітності підприємства

Таблиця 2

Витрати на виставки ПП «Агротех» протягом 2013-2015 рр., тис. грн

| Виставка | 2013р. | 2014р. | 2015р. | Загальна сума витрат, тис. грн | 2015р. до 2013р., % |
|-----------------------|--------|--------|--------|-----------------------------------|------------------------|
| Агро | 29,5 | 31,8 | 36,0 | 97,3 | 122,03 |
| Україна аграрна | 35,9 | 41,7 | 43,6 | 121,2 | 121,4 |
| Зернові технології | 45,2 | 47,5 | 49,6 | 142,3 | 109,7 |

Джерело: сформовано автором за даними звітності підприємства

Структура собівартості окремих видів продукції

ТОВ «Колос» у 2017 р., тис. грн

| | Стаття витрат | Пшениця | | Ячмінь | | Соняшник | |
|-------------------------------|---|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|
| | | тис. грн | % | тис. грн | % | тис. грн | % |
| 1. | Прямі матеріальні витрати | 3967 | 65 | 1774 | 54 | 2413 | 64 |
| | в т.ч. насіння та посадковий матеріал | 280 | 4 | 190 | 6 | 180 | 4 |
| | Мінеральні добрива | 370 | 6 | 206 | 6 | | |
| | Пальне і мастильні матеріали | 980 | 16 | 873 | 26 | 1200 | 31 |
| | Оплата послуг і робіт сторонніх організацій | 1250 | 21 | 270 | 9 | 550 | 14 |
| | Інші матеріальні витрати | 1087 | 18 | 235 | 7 | 483 | 12 |
| 2. | Прямі витрати на оплату праці | 1400 | 23 | 1053 | 33 | 880 | 24 |
| 3. | Амортизація | 350 | 6 | 204 | 6 | 280 | 7 |
| 4. | Відрахування на соціальні заходи | 308 | 6 | 232 | 7 | 194 | 5 |
| Виробнича собівартість | | 6025 | 100 | 3263 | 100 | 3767 | 100 |

Джерело: розраховано автором на основі звітності підприємства

Прогнозовані показники бюджету служби маркетингу

ДП ДГ «Зорі над Бугом» НААН України, тис. грн

| Напрямки витратів | Місяці 2018р. | | | | | | Всього за рік, тис. грн | |
|---|---------------|-------|-----|-------|-----|-------|-------------------------|--------|
| | 1 | 2 | ... | 6 | ... | 11 | | 12 |
| Заробіткова плата працівникам-маркетологам | 5,0 | 5,0 | | 5,0 | | 5,5 | 5,5 | 61,0 |
| Відрахування на обов'язкові види страхування та пенсійні внески | 1,1 | 1,1 | | 1,1 | | 1,2 | 1,2 | 13,4 |
| Витрати на збут | 184,0 | 184,0 | | 184,0 | | 184,0 | 187,0 | 2211,0 |
| Забезпечення ПК та обладнанням | 150,0 | 5,0 | | 5,0 | | 5,0 | 5,0 | 205,0 |
| Амортизація | - | 15,0 | | 16 | | 17 | 17,5 | 174,5 |
| Канцелярське приладдя | 1,9 | 1,7 | | 1,0 | | 0,5 | 0,5 | 16,4 |
| Інші позавиробничі витрати | 2,0 | 2,0 | | 1,0 | | 1,0 | 1,0 | 12,0 |
| Разом | 344,0 | 213,8 | | 213,1 | | 214,2 | 217,7 | 2693,3 |

Джерело: розроблено автором

Приклад оформлення графічного матеріалу

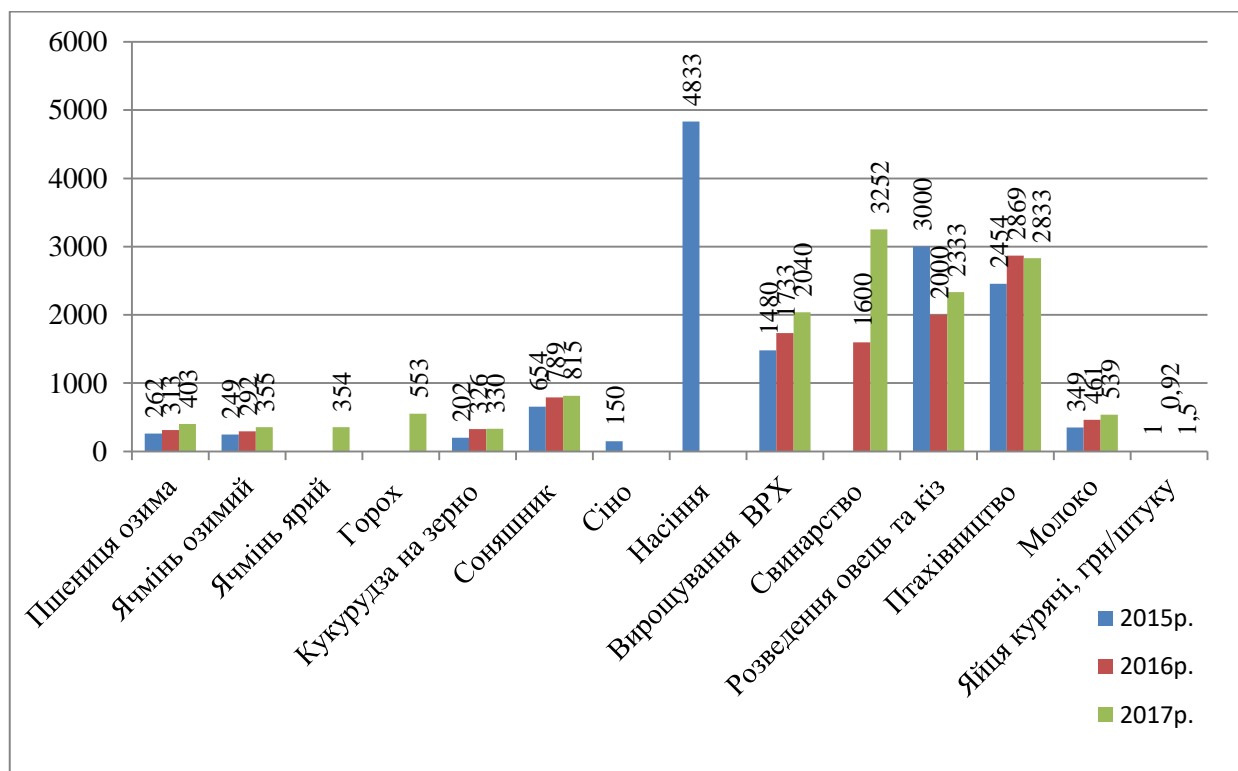


Рис. 1. Середня оптова ціна реалізації продукції ТОВ «Колос» протягом 2015-2017рр., грн/ц

Джерело: побудовано автором на основі звітності підприємства

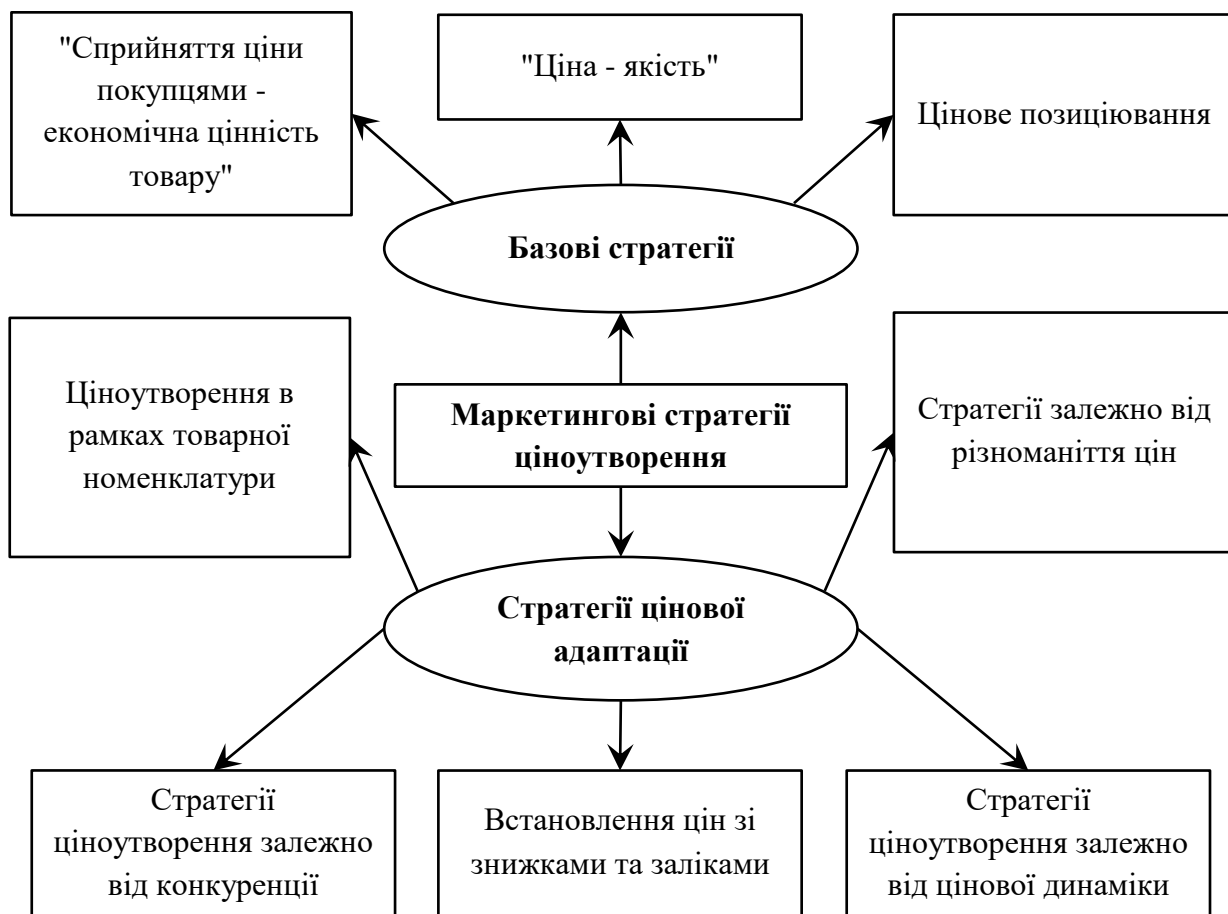


Рис. 2.3 Класифікація цінових стратегій вітчизняних підприємств

Джерело: сформовано автором з використанням джерел: [17, с.36]