**Задание 2**

Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы на 5%.

Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, Что емкость возрастет на 14% при сохранении доли.

В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн. шт., доля фирмы – 0,18. Изменений не предвидится.

Определить объем продаж фирмы в настоящий период при данных условиях.

# Задание 3

По данным табл. 1, 2 рассчитать показатель конку­рентоспособности К проекта строительства фирмами А и В 2-этажных кирпичных коттеджей. Коттедж фирмы А

*Таблица 1*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Параметры | Ед. измерения | Значения параметров | | Коэффициент значимости |
| Фирма А | Фирма В |
| Нулевой цикл | баллы | 16 | 15 | 18 |
| Ограждающие конструкции из кирпича | Баллы | 3 | 4 | 17 |
| Пиломатериала и изделия из древесины | Баллы | 18 | 15 | 15 |
| Металлоизделия | Баллы | 12 | 14 | 14 |
| Отделочные работы | Баллы | 17 | 16 | 16 |
| Санитарно-техническое оборудование | Баллы | 8 | 10 | 16 |
| Электротехническое оборудование | Баллы | 5 | 4 | 14 |
| Архитектурно-планировочное решение | Баллы | 6 | 5 | 12 |

Таблица 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Стоимостные характеристики | Строительная фирма А | Строительная фирма В |
| Стоимость коттеджа, тыс. долл. | 325 | 286 |
| Суммарные эксплуатационные расходы потребителей, тыс. долл. в год | 1,2 | 1,7 |

# Задание 10

Торговая фирма закупает стеклоблоки по цене 195 руб. за штуку и продает в количестве 1700 шт. этого товара еженедельно по цене 235 руб. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цену на 5%. Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне.

А) считать издержки торговой фирмы = 0;

Б) считать издержки торговой фирмы = 10 руб. за шт.

**Задание 12**

Себестоимость производства одной бетономешалки составляет 9000 рублей. Фирма-изготовитель продала 60 бетономешалок через прямой канал сбыта по цене 18000 рублей. Известно, что затраты на маркетинговые исследования составили 22000 рублей, а расходы на транспортировку и хранение товара – соответственно 75 руб./км и 300 руб./шт. Определить чистый доход фирмы-изготовителя, если расстояние от завода до магазина составляет 25 километров.

# Задание 16

### 

Определите размер выборки при опросе с помощью анкеты с альтернативным вопросом, если желаемый коэффициент доверия равен 2, ожидаемая пропорция составляет 0,2, а максимально возможная ошибка равна 0,06.