

ZAKŁADU EKONOMIKI OGRODNICTWA

Pracownicy Zakładu mogą wykonać badania, ekspertyzy, wydawać opinie w zakresie analizy szeroko rozumianego rynku ogrodniczego, w tym:

- prowadzić badania marketingowe:
 - analizy rynku np. wielkość rynku, trendy na rynku i czynniki nań wpływające, grupy klientów,
 - analizy produktów np. jakość produktów i satysfakcja klientów, ocena cech jakości produktu, produkt na tle konkurencji, analiza cen produktu,
 - analizy klientów np. badania cech społeczno-demograficznych, zwyczajów i zachowań, preferencji, motywów, świadomości i wiedzy, opinii i sądów,
 - analizy działań marketingowych np. analiza dystrybucji produktów, promocji, wizerunku przedsiębiorstwa.
- badać koszty i opłacalność produkcji ogrodniczej: owoców, warzyw, kwiatów, materiału szkółkarskiego
- wykonywać analizy i oceny sytuacji majątkowo-finansowej przedsiębiorstw ze sfery agrobiznesu na podstawie obowiązującej sprawozdawczości w tym:
 - dokonywać oceny płynności finansowej gospodarstw, grup i organizacji producenckich oraz innych przedsiębiorstw ze sfery agrobiznesu,
 - prowadzić analizy i oceny ekonomicznej efektywności gospodarowania, rentowności, stopnia zadłużenia i obsługi długu,
 - dokonywać oceny efektywności inwestycji w gospodarstwach ogrodniczych i rolniczych,
 - prowadzić doradztwo w zakresie prowadzenia rachunkowości i opodatkowania działalności rolniczej,
- badać i analizować ceny produktów ogrodniczych w różnych przekrojach,
- wykonywać analizy wydajności pracy, badania struktury czasu pracy w celu zwiększenia wydajności i efektywności pracowników na różnych szczeblach zarządzania gospodarstwem/ przedsiębiorstwem ogrodniczym,
- prowadzić doradztwo w zakresie sporządzania biznesplanów.