Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/referat/208460

Тип работы: Реферат

Предмет: Экономический анализ

Введение 3
1. Теоретические аспекты анализ рынка сбыта товаров 4
1.1 Основные принципы анализа рынка сбыта товаров 4
1.2 Этапы анализа рынка сбыта товаров 9
2. Методы анализа рынка сбыта товаров 14
Заключение 17
Список литературы 18

Актуальность данной темы обусловлена тем, что сбытовая политика как инструмент финансово-хозяйственной деятельности, как организация рационального процесса продвижения продукции от производителя к конечному потребителю, обеспечивает доставку нужных товаров в нужное место, в нужное время с оптимальными затратами. Материальные потоки на стадии движения генерируются в сбытовой политике с соответствующими (генерируемым им) информационным, финансовым и сервисным потоком.
Анализ рынка сбыта товаров – ключевой процесс эффективной маркетинговой политики. Постоянное движение спроса и предложения заставляет продавцов и производителей держать руку на рыночном пульсе. То, что было актуально вчера, уже сегодня может не дать положительного эффекта, а завтра все забудут, что на рынке был такой товар и приносил хорошую прибыль. Кроме того, анализ рынка производится индивидуально для каждого региона. Общие тенденции, присутствующие на одном рынке, могут не сработать на других рынках даже в рамках одной страны. Если же фирма выступает на международном рынке, анализ усложняется.
Эффективное стимулирование сбыта не только влияет на объем получаемой предприятием прибыли, но и формирует положительный образ организации в глазах общественности, имидж предприятия, что опять же положительно сказывается на его деятельности.
Цель исследования – анализ рынков сбыта продукции.
Задачи исследования:
- рассмотреть основные принципы анализа рынка сбыта товаров;
- изучить этапы анализа рынка сбыта товаров;
- определить методы анализа рынка сбыта товаров.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.
1. Теоретические аспекты анализ рынка сбыта товаров
1.1 Основные принципы анализа рынка сбыта товаров

Анализ сбыта (sales analysis) – тщательное изучение особенностей и тенденций рынка на текущий момент для разработки эффективной маркетинговой стратегии в заданном временном горизонте.
На первом этапе мы определяем целевую аудиторию для нашей товарной группы. В любом случае присутствует несколько каналов сбыта, каждый из которых требует своих инструментов и методик продвижения. Необходимо точно назвать каждую группу потребителей, оценить потенциал их покупательской способности и в цифрах выразить объем товара, который удастся прокачать при грамотной маркетинговой политике. Начать стоит с выделения наиболее крупных групп. Определим, как покупатели относятся именно к нашему товару и насколько они информированы .
Рынок подразделяется на следующие сегменты:
- Неинформированные потребители («спящая группа»), которые ничего не знают о нашем товаре;
- Информированные клиенты, но не мотивированные на покупку товара («ждущая категория»);
- Посетители рынка товаров наших конкурентов («потенциальная группа»);
- Настоящие покупатели нашего товара («рабочая категория»).

На основе данных, которые дает рынок сбыта товаров, строится стратегия выхода на рынок и мер по стимулированию и расширению текущих потребителей.

Анализ рынка сбыта товаров интересен как для производителей продукции, так и для ритейлеров и дилеров, которые занимаются распространением товара каждый в своем сегменте. Производственная компания зачастую отдает сбыт своим партнерам либо строит независимую сбытовую структуру, которая призвана распространять товар на рынке. Интересы производства и сбыта очень часто расходятся в диаметрально противоположных направлениях. Например, для производства удобна унификация товара, ритмичность выпуска, наличие склада готовой продукции и т.д. Сбыт, как правило, преследует совсем иные цели: персонализация товара для каждого покупателя, точечные объемы выпуска, изготовление товара под клиента и т.п. Чтобы совместить эти интересы, надо тщательно просчитать рынок и выбрать тот ассортимент, который понравится большинству, 80-90 % покупателей. Оставшиеся 10-20 % будут интересны лишь фирмам, производящим и продающим эксклюзивную продукцию.

Методы, позволяющие провести анализ рынка сбыта товаров

Рынок посредников. Посредники нацелены на покупку большого объема товара и сбыта его на определенном географическом рынке. В отличие от дистрибьюторов они не зависят от производителя, не обязаны поддерживать его сбытовую или продуктовую стратегию и действуют сугубо в личных финансовых интересах. Посредников можно подразделить на две большие группы. Первая закупает товар со 100 % оплатой и затем занимается его сбытом на свой страх и риск. Анализ рынка сбыта лежит полностью на плечах посредника.

Вторая осуществляет агентский сбыт. Агенты осуществляют анализ рынка на основе интересов производственного предприятия и занимаются сбытом за счет предприятия, получая за это агентское вознаграждение. Фактически они являются внештатными сотрудниками отдела сбыта, у которых нет окладной части оплаты труда.

Анализ рынка сбыта предполагает изучение каждой из этих групп отдельно. Необходимо отследить объемы каждого канала сбыта в разрезе ассортиментной линейки и товарной политики, проследить за

1. Акуленко, Н.Б. Экономический анализ: Учебное пособие / Н.Б. Акуленко, В.Ю. Гарнова, В.А. Колоколов. - М.: Инфра-М, 2017. - 96 с.
2. Александров, О.А. Экономический анализ: Учебное пособие / О.А. Александров, Ю.Н. Егоров. - М.: Инфра-М, 2018. - 336 с.
3. Артеменко, В.Г. Экономический анализ / В.Г. Артеменко, Н.В. Анисимова. - М.: КноРус, 2018. - 384 с.
4. Басовский, Л.Е. Экономический анализ (Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности): Учебное пособие / Л.Е. Басовский, А.М. Лунева, Е.Н. Басовская и др. - М.: Инфра-М, 2018. - 479 с.
5. Гавель, О.Ю. Экономический анализ в схемах и определениях / О.Ю. Гавель, В.И. Бариленко, О.В. Ефимова. - М.: Русайнс, 2018. - 384 с.
6. Головнина, Л.А. Экономический анализ / Л.А. Головнина, О.А. Жигунова. - М.: КноРус, 2018. - 400 с.
7. Иванов, И.Н. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / И.Н. Иванов. - М.: Инфра-М, 2017. - 311 с.
8. Казакова, Н.А. Экономический анализ: Учебник / Н.А. Казакова. - М.: Инфра-М, 2016. - 256 с.
9. Киреева, Н.В. Экономический и финансовый анализ: Учебное пособие / Н.В. Киреева. - М.: Инфра-М, 2019. - 368 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/referat/208460