

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://studservis.ru/kursovaya-rabota/6845>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Прогнозирование и планирование

Содержание

Введение 3

Глава 1. Общая характеристика методов изучения динамики оборота предприятия, прогнозирования спроса и объемов продаж 5

1.1. Изучение и прогнозирование потребительского спроса 5

1.2. Методы изучения динамики оборота предприятия, прогнозирования спроса и объемов продаж 7

1.3. Порядок составления прогнозов спроса и объемов продаж 15

Глава 2. Экономико-организационная характеристика компании ООО «Конкрит», оценка деятельности компании 18

2.1. Общая характеристика деятельности ООО «Конкрит» 18

2.2. Оценка запуска нового направления производства и продаж ООО «Конкрит» 21

Глава 3. Разработка плана продаж для нового направления деятельности ООО «Конкрит» 26

Заключение 33

Список литературы 35

Глава 1. Общая характеристика методов изучения динамики оборота предприятия, прогнозирования спроса и объемов продаж

1.1. Изучение и прогнозирование потребительского спроса

Рынок в целом представляет собой систему отношений между продавцом и покупателем по поводу обмена или купли-продажи товаров/услуг. Таким образом, одним из важнейших элементов рынка является потребительский спрос, в основе которого лежат потребности людей. Потребность в широком смысле слова – это осознанная необходимость человека в материалах, социальных благах, услугах и духовных ценностях. А вот потребность в товарах и/или услугах и проявляется в форме потребительского спроса. Причем спросом является та часть потребности, которая обеспечена денежными средствами и определяется максимальной возможностью покупателей заплатить за товар/услугу.

Объем (величина) спроса определяется как наибольшее количество товара, которое потребители готовы купить по предложенной цене за определенный период времени.

Объем спроса всегда зависит от множества факторов, формулу спроса можно представить в виде функции от перечисления данных факторов:

$$QD = f(P, P_a, P_b, \dots, I, T, W, O), (1.1.)$$

Где QD – объем спроса на данный товар/услугу в единицу времени,

P – уровень цены на данный товар/услугу,

P_a, P_b – уровень цен на другие товары/услуги,

I – уровень доходов потребителей,

T – вкусы и предпочтения потребителей,

W – размер накопленного имущества потребителей,

O – потребительские ожидания относительно будущих цен на товар или будущих доходов и т.п.

Потребительский спрос может формироваться на следующих уровнях:

1. совокупный спрос (на уровне макроэкономики);
2. отраслевой спрос (спрос на продукцию данной отрасли);
3. рыночный спрос (на определенный вид товаров/услуг)
4. спрос индивидуального потребителя.

В рыночной среде на формирование и уровень объема спроса оказывают влияние следующие факторы:

- уровень развития производства данных товаров;
- численность, состав, культурный уровень и покупательная способность населения;
- национальные, профессиональные, исторические, географические и климатические особенности;
- уровень цен на данный товар, на взаимозаменяемые товары, на взаимодополняющие товары;

- уровень свободного дохода населения;
- мода;
- наличие сезонности спроса;
- соответствие ожиданиям потребителей;
- уровень маркетинговой активности компаний-конкурентов.

Оценку существующего и потенциального размера спроса компания начинает еще только на этапе планирования своей деятельности на рынке. Ведь только определив объем спроса предприниматель сможет спрогнозировать какой объем товаров/услуг и по какой цене он сможет реализовать. На основе данных показателей можно определить сумму планируемых доходов и сопоставить ее с планируемыми затратами на производство и реализацию продукции. Величину спроса можно определить с помощью:

- опросов покупателей;
- сбора и анализа статистических данных;
- изучения данных о конкурентах (объемов их продаж).

Кроме того, определяя текущий рыночный объем спроса, предприятию целесообразно выявить и тенденции его изменения и развития. Т.е. изучение и прогнозирование величины спроса является важнейшей задачей маркетинговой деятельности предприятия.

Список литературы

1. Бережная Е.В. Математические методы моделирования экономических систем: учебное пособие / Е.В. Бережная, В.И. Бережной. – М., 2000г.;
2. Большаков А.С. Моделирование в менеджменте: учебное пособие / А.С. Большаков. – М., 2006г.;
3. Бушуева, Л.И. Методы прогнозирования объема продаж // Маркетинг в России и за рубежом, 2014, №1;
4. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / М.: Дашков и К°, 2004г.;
5. Галиева Р.Р., Тимирьянова В.М. Экономика, управление и учет на предприятии // Проблемы современной экономики, 2013, №3;
6. Завьялов П.С. «Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах» / Издательский Дом «ИНФРА-М», 2007 г.;
7. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / М.: Проспект, 2005г.;
8. Коротков А. Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях // Маркетинг, 2011, №2;
9. Кузин Б.И. Методы и модели управления фирмой / Б.И. Кузин, В.Н. Юрьев, Г.М. Шахдинаров. – СПб., 2008г.;
10. Лебедев В.Г., Томилина Д.Н., Бургунова Г.Н. Методика анализа деятельности предприятия в условиях рынка. – СПб: СПбГИЭА, - 2006;
11. Лезманова Б.Г. Методические вопросы прогнозирования сбыта // Маркетинг в России и за рубежом, 2000, №1;
12. Моисеенко И.В., Носкова Е.В. Классификация методов определения емкости рынка на основе применяемой маркетинговой информации// Маркетинг в России и за рубежом, 2013, №6;
13. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность : учеб. для вузов. – М.: Дашков и К., 2011;
14. Репин В.В. Процессный подход к управлению: Моделирование бизнес-процессов / В.В. Репин, В.Г. Елиферов. – 2-е изд. – М.: Стандарты и качество, 2005г.;
15. Смирнов А.Б., Соломатин А.Н. Оценка и прогнозирование торгово-закупочной деятельности: Учебник. – СПб.: СПбГТЭУ, 2015;
16. Экономический анализ в торговле: Учеб. Пособие. / Под ред. М.И. Баканова. – М.: Финансы, 2012;
17. Краткосрочное прогнозирование спроса на продукцию. www.rusnauka.com.

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://studservis.ru/kursovaya-rabota/6845>