

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СБЫТА





Важнейшими прогнозами в деятельности предприятий являются прогнозы сбыта, им придается особое значение, поскольку планирование производства начинается со сбыта и через производственную деятельность выходит на снабжение.

Прогноз сбыта — это тот центр, вокруг которого концентрируется все планирование бизнеса.

Прогноз сбыта строится на основе анализа продаж товара в прошлом и их экстраполяции (научное прогнозирование событий).

Прогноз сбыта содержит разные измерители, но среди них обязательно должны быть *количество единиц продукции* и *цена*. При разработке прогноза сбыта пользуются информацией; сведения о конъюнктуре рынка, состоянии экономики в целом, перспективны товарного предложения, условиях деятельности предприятия.



Прогноз сбыта осуществляется на основе прогноза спроса.

Разрабатывается для любого периода разделяется на краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные

По чем сосиски?





Краткосрочный прогноз сбыта может быть сроком до одного года. Если у фирмы имеется сезонность в производстве или продаже, то она может составлять прогнозы по месяцам, сезонам

Среднесрочный прогноз сбыта-составляется на 2-5 лет. Эти прогнозы часто основываются на предположении о сохранении тенденций в будущем, с учетом предполагаемых изменений численности населения и конъюнктуры рынка

Долгосрочный прогноз сбыта составляются на срок свыше 5 лет, а многие крупные компании составляют прогнозы на срок до 50 лет. Позволяет заложить фундамент для производства новых видов продукции. Значение долгосрочного периода зависит от сферы предприятия.

В крупных розничных организациях прогнозирование сбыта объединяет в себе процессы планирования сверху вниз и снизу вверх.

Планирование сверху вниз означает, что цели устанавливаются руководством организации и спускаются вниз по всем уровням иерархии.

При планировании снизу вверх специалисты по закупкам и другие оперативные менеджеры определяют для себя цели по товарам и прибыли, а затем согласуют их с высшим руководством.



ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СБЫТА



Рассмотрим некоторые методы прогнозирования сбыта.

1. *Опрос группы руководителей различных служб и отделов компании.* Прогнозы основываются на фактическом материале наиболее подходит для новых предприятий, не имеющих достаточно опыта в использовании других методов.

2. *Обобщение оценок отдельных торговых агентов компании и руководителей ее сбытовых подразделений.*

В этом случае анализ рынка дополняется мнением тех, кто ближе всего знаком с рынком сбыта острее всего чувствует малейшие колебания потребительских предпочтений.

3. *Прогнозирование на базе прошлого оборота.*

В этом случае данные о сбыте за прошлый год берутся в качестве основы для предсказания вероятного сбыта в будущем.

4. *Анализ тенденций и циклов. Анализ факторов, влияющих на объемы сбыта.*

Прогноз сбыта основан на вероятных тенденциях и лежащих в основе этих тенденций факторов.

5. *Корреляционный анализ, т.е. определение статистически значимых факторов влияния на сбыт продукции компании.*

Выявляются и ранжируются (по степени влияния) наиболее значимые факторы, в зависимости от которых в будущем может меняться объем сбыта.

6. *Прогнозирование на основе «доли рынка» сбыта фирмы*

при котором оборот прогнозируется в виде определенного процента от доли фирмы на рынке в данной отрасли, т.е. вначале прогнозируется сбыт для всей отрасли, а затем делается расчет доли предприятия в общем объеме продаж всей отрасли.

7. *Анализ конечного использования.*

Прогноз здесь основывается на предполагаемых объемах заказов основных заказчиков предприятия (оборот обычно превосходит этот показатель на определенный, заранее устанавливаемый, процент).

8. *Анализ ассортимента товаров*

Прогнозы производятся по каждому отдельному продукту и потом комбинируются для того, чтобы подвести итог для предприятия в целом.