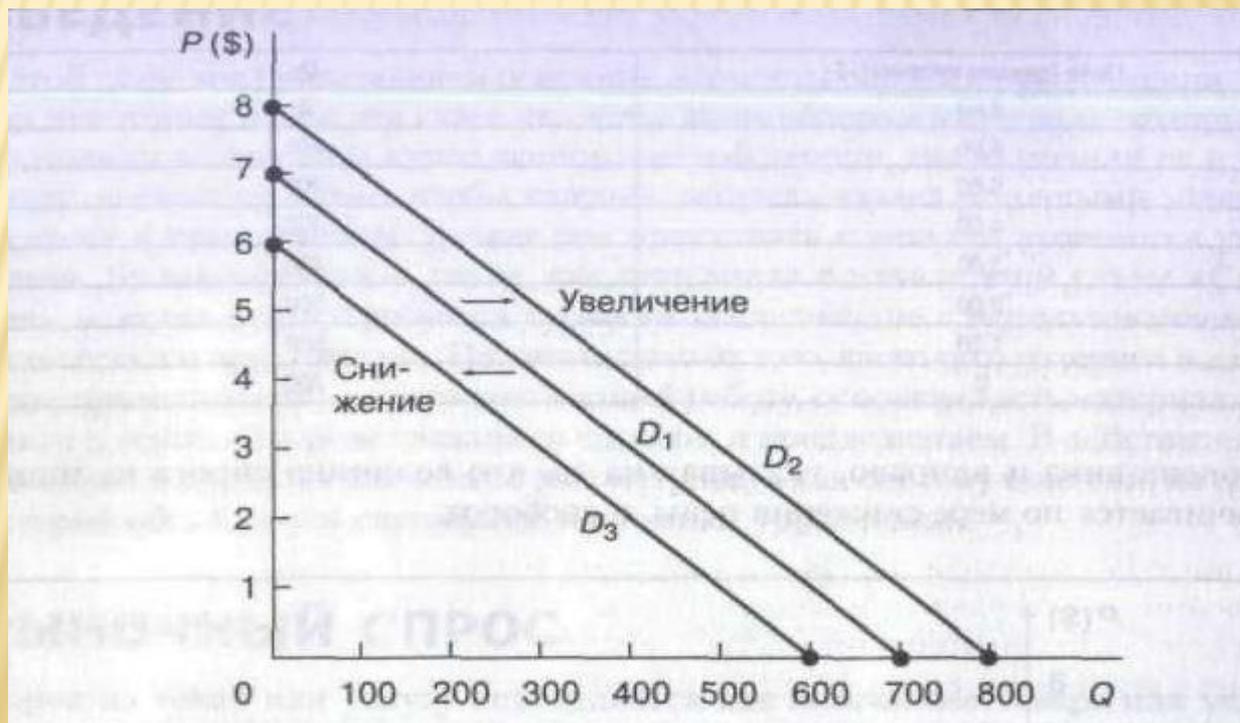


Управленческая экономика

**ТЕМА 3. ТЕМА 3. РЫНОЧНЫЙ СПРОС И
ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ИХ
ВЛИЯНИЕ НА ПРИНЯТИЕ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА
ПРЕДПРИЯТИИ**

ДЕЙСТВИЕ ЗАКОНА СПРОСА

- **Спрос на товар или услугу** определяется как количество товара или услуги, которые люди готовы купить по различным ценам в течение определенного периода времени; другие факторы, за исключением цены, остаются постоянными.
- Обратное отношение между ценой и величиной спроса называется **законом спроса**



ДЕЙСТВИЕ ЗАКОНА СПРОСА

- Признаком изменения спроса на любой другой товар служит изменение всего соотношения величин спроса и списка цен или сдвиг кривой спроса влево или вправо
- Изменения в цене приводят к изменениям величины спроса (т. е. движению вдоль кривой спроса).
- Изменения неценовых факторов приводят к изменению спроса (т. е. смещениям кривой спроса).

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ СПРОСА

□ Факторы, которые могут вызвать изменение спроса, называются неценовыми факторами спроса.

1. Вкусы и предпочтения. На эти вкусы и предпочтения могут влиять другие факторы. Реклама, промоушен и даже правительственные отчеты могут оказывать сильное воздействие на спрос через влияние на вкусы и предпочтения людей к отдельным товарам и услугам.

2. Уровень доходов. Когда у людей повышается заработок, разумно предположить, что их спрос на товар увеличится, и наоборот.

3. Цена на связанные товары. Товары или услуги могут быть связаны с другими товарами или услугами, выступая в качестве заменителя или дополняющего элемента. Если цена на товар-заменитель меняется, то мы ожидаем, что цена на товар должна измениться в том же направлении.

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ СПРОСА

4. Надежды на будущее. Если достаточное количество покупателей ожидает, что в будущем цена на товар или услугу увеличится (упадет), это может вызвать увеличение (снижение) текущего спроса.

5. Количество покупателей. Как изменение демографических факторов, вкусов и предпочтений внутри демографических групп может влиять на объем потенциальных покупателей определенного товара или услуги. Другими словами, голые цифры (т. е. популяция) могут быть не так важны, как различия внутри популяции.

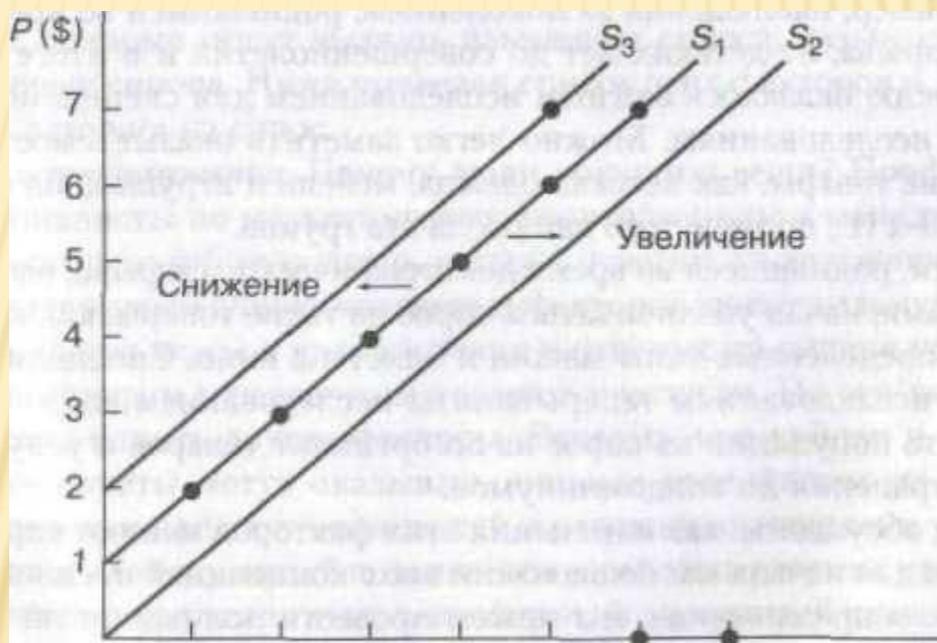
ПРЕДЛОЖЕНИЕ – ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

- **Предложение товара или услуги** -Количество товара или услуги, которое люди готовы продать по различным ценам в течение определенного периода времени; другие факторы, кроме цены, остаются постоянными.
- Как и в случае со спросом, **предложение определяется на конкретном отрезке времени**, в котором цена и другие факторы могут влиять на величину предложения
- Закон предложения утверждает, что **величина предложения имеет прямую зависимость от цены при постоянном значении прочих факторов**. Таким образом, любой график, представляющий связь между ценой и величиной предложения, будет демонстрировать снижение величины предложения при снижении цены.

ДЕЙСТВИЕ ЗАКОНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ

- Как и в случае со спросом, предложение определяется на конкретном отрезке времени, в котором цена и другие факторы могут влиять на величину предложения
- Кривые предложения имеют положительный наклон, который обусловлен прямой связью между ценой и величиной предложения

ДЕЙСТВИЕ ЗАКОНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ



ДЕЙСТВИЕ ЗАКОНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ

- Изменения в цене приводят к изменению величины предложения (т. е. движениям вдоль кривой предложения)
- Изменение неценовых факторов приводит к изменению предложения (т. е. сдвигу кривой предложения).
- Как и в случае со спросом, существуют неценовые факторы предложения

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Издержки и технология.

- Под **издержками** понимаются обычные производственные расходы, такие как стоимость труда, стоимость материалов, рента, выплата процентов, амортизационные отчисления, а также общие и административные расходы — другими словами, все те пункты, которые можно обнаружить в декларации о доходах фирмы.
- Под **технологией** понимаются технологические инновации или усовершенствования, призванные уменьшить издержки производства на единицу продукции

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

2. Цена других товаров и услуг, предлагаемых продавцом.

С точки зрения потребителя, у любого товара или услуги есть другие товар или услуга, которые связаны с ним как заменители или дополняющие элементы.

С точки зрения производителя, тоже могут иметься заменители или дополняющие элементы для определенного товара или услуги, предлагаемых на рынке

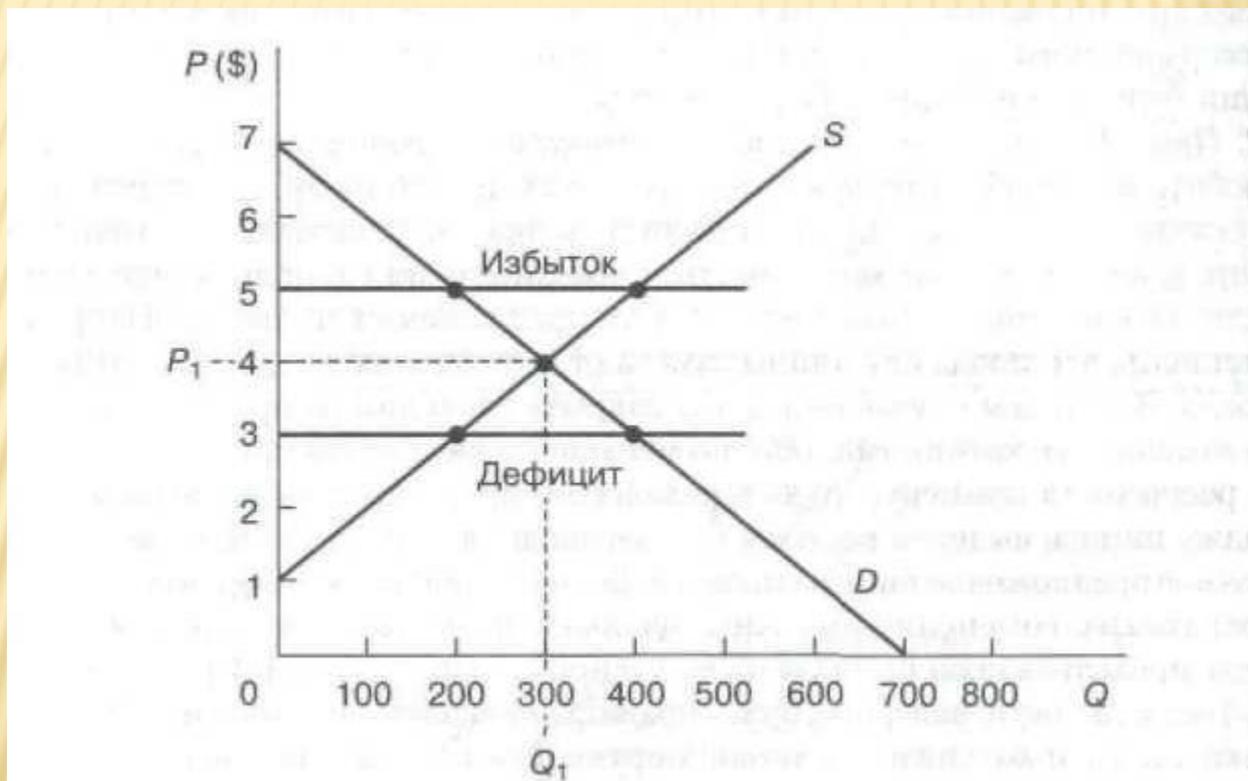
НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

3. Надежды на будущее. Этот фактор влияет на продавцов так же, как и на покупателей. Единственным различием является направление изменения. Например, если продавцы ожидают роста цены, они могут решить придерживаться текущего предложение, чтобы извлечь выгоду из более высокой цены в будущем, и тем самым они снижают текущее предложение

4. Количество продавцов.

5. Погодные условия

ИЗБЫТОК И ДЕФИЦИТ



ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

- **Равновесная цена:** цена, которая устанавливает равенство между величиной спроса и величиной предложения (т. е. цена, которая избавляет рынок от избытка и дефицита).
- **Равновесное количество:** количество, которое люди готовы купить, а продавцы готовы продать по равновесной цене.
- **Дефицит:** рыночная ситуация, при которой величина спроса превышает величину предложения при цене ниже равновесного уровня.
- **Избыток:** рыночная ситуация, при которой величина предложения превышает величину спроса при цене выше равновесного уровня.

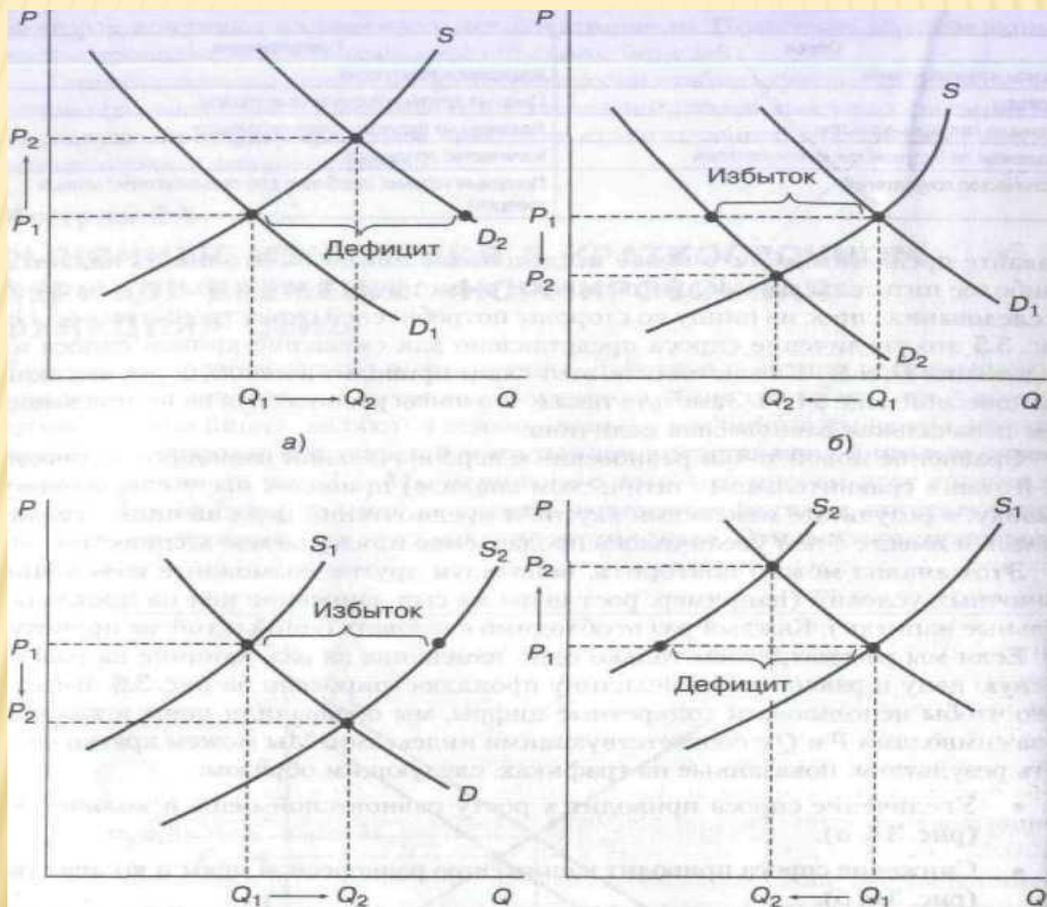
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ СТАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

- 1) формулируются допущения, необходимые для того, чтобы построить модель;
 - 2) вначале предполагается, что модель находится в равновесии;
 - 3) осуществляется изменение в модели. Таким образом, создается нарушение равновесия;
 - 4) находится новая точка, в которой восстанавливается равновесие;
 - 5) сравнивается новая точка равновесия со старой точкой.
- В сущности, сравнительный статический анализ является формой анализа чувствительности, или анализа возможностей, Термин статика указывает на теоретически стабильную точку равновесия, а слово сравнительный связано с сопоставлением различных точек равновесия.

РЫНОЧНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ ВРЕМЕНИ: «НОРМИРОВОЧНАЯ ФУНКЦИЯ» ЦЕНЫ

- Нормировочная функция цены: повышение или снижение цены для избавления рынка от любого избытка и дефицита. Эта функция рассматривается как краткосрочная, потому что ожидается, что как покупатели, так и продавцы будут реагировать только на изменения цены.
- Увеличение спроса приводит к росту равновесной цены и количества
- Снижение спроса приводит к снижению равновесной цены и количества
- Увеличение предложения приводит к снижению равновесной цены и увеличению количества
- Снижение предложения приводит к росту равновесной цены и снижению количества

РЫНОЧНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ ВРЕМЕНИ: «НОРМИРОВОЧНАЯ ФУНКЦИЯ» ЦЕНЫ



РЫНОЧНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ ВРЕМЕНИ: «НОРМИРОВОЧНАЯ ФУНКЦИЯ» ЦЕНЫ

1) краткосрочный период:

- а) период времени, в котором продавцы, уже имеющиеся на рынке, реагируют на изменение равновесной цены, регулируя количество определенных ресурсов, которые экономисты называют переменными издержками. Примерами таких затрат являются рабочие часы и сырье. Краткосрочные корректировки, производимые продавцами, могут быть представлены как движение вдоль заданной кривой предложения;
- б) период времени, в котором покупатели, уже имеющиеся на рынке, регулируют объем спроса на определенные товар или услугу. Краткосрочные корректировки, производимые покупателями, могут быть представлены как движение вдоль определенной кривой спроса;

ДОЛГОСРОЧНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА: «НАПРАВЛЯЮЩАЯ» ИЛИ «РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ» ЦЕНЫ

2) долгосрочный период:

- а) период времени, в котором на рынок могут выйти новые продавцы, а уже имеющиеся продавцы могут покинуть рынок. За этот период существующие на рынке продавцы могут увеличить или уменьшить свои постоянные факторы производства. Примерами постоянных факторов являются недвижимость, заводы и оборудование. Долгосрочные корректировки, производимые продавцами, могут быть графически представлены как смещение заданной кривой предложения;
- б) период времени, за который покупатели могут отреагировать на изменение равновесной цены, изменив свои вкусы и предпочтения или характер покупок (то, что называется «структурным изменением» спроса). Долгосрочные корректировки, производимые покупателями, могут быть графически представлены как смещение заданной кривой спроса.

«НОРМИРОВОЧНАЯ ФУНКЦИЯ» И «НАПРАВЛЯЮЩАЯ ФУНКЦИЯ» ЦЕНЫ НА ОСНОВЕ ПРИМЕРА С БЕНЗИНОМ И БИОЭТАНОЛОМ.

1. Изменение вкусов и предпочтений заставляет спрос на биоэтанол расти, а спрос на бензин уменьшаться.
2. Изменение спроса на оба товара приводит к дефициту на рынке биоэтанола и избытку на рынке бензина.
3. В ответ на дефицит и избыток на этих двух рынках цена служит нормирующим фактором, снижаясь на рынке хот-догов и увеличиваясь на рынке пиццы. То есть в краткосрочном периоде реакцией продавцов обоих товаров является изменение их переменных издержек (движение вниз вдоль линии предложения на рынке бензина и движение вверх по линии предложения на рынке биоэтанола).
4. В долгосрочном периоде цена выполняет свою направляющую функцию, заставляя продавцов и потенциальных продавцов реагировать, увеличивая мощности, или выходя на рынок биоэтанола и снижая мощности, или оставляя рынок бензина (что означает смещение линии предложения вправо для рынка биоэтанола и смещение линии предложения влево для рынка бензина).
5. В результате смещения линий предложения устанавливаются новые равновесные уровни цен и количества. Новые объемы продаж и покупок отражают перемещение ресурсов с одного рынка на другой.

СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЦЕНА — УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЗАДАЧА

Детерминанты спроса – факторы, оказывающие воздействие на величину спроса на товар.

- Качество
- Реклама
- Упаковка
- Деятельность продавцов и торговых агентов
- Цена товаров конкурентов
- Деятельность продавцов и агентов конкурентов
- Доходы покупателей
- Величины прямых и косвенных налогов,
- ставка процента
- ситуация на рынке рабочей силы
- международные кризисы
- природные явления
- политические и социальные конфликты
- ситуация на международном рынке энергоносителей
- валютный курс и т.п.

ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СБЫТА

- **СБЫТ** – количество данного товара данного предприятия, которое может быть реализовано за определенный промежуток времени.
- Для определения объема реализации (сбыта) необходимо иметь представление об общем объеме рыночного спроса и о воздействии на спрос на данный товар различных детерминантов спроса.
- Предприятие может оказывать прямое воздействие на ограниченное количество детерминантов спроса. Эти факторы называются параметрами воздействия на сбыт.

ПАРАМЕТРЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СБЫТ

- Параметры воздействия на сбыт – факторы, оказывающие влияние на сбыт продукции предприятия и на которые предприятие в свою очередь может оказывать влияние.
- Параметры воздействия на сбыт делятся на две группы:
- исходные параметры воздействия на сбыт: цена товара, упаковка, сервисное обслуживание, каналы распространения, месторасположение предприятия, фирменный ассортимент.
- Дополнительные (контактные) параметры воздействия на сбыт : реклама, деятельность продавцов и агентов.

-
- **ПОД СТАНДАРТИЗОВАННЫМ ТОВАРОМ** ПОНИМАЕТСЯ ТОВАР, ПРЕДЛАГАЕМЫЙ РАЗЛИЧНЫМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ, НО ВОСПРИНИМАЕМЫЙ ПОКУПАТЕЛЯМИ КАК ОДНОРОДНЫЙ ВО ВСЕХ СЛУЧАЯХ
 - Под **дифференцированным** товаром понимается товар, предлагаемый различными предприятиями и воспринимаемый покупателями как различный у каждого продавца. Большинство дифференцированных товаров предлагаются покупателям как фирменные товары.
 - **Фирменный товар** – дифференцированный товар стандартного качества, который в стандартных количествах и упаковке продается под определенным наименованием на значительном сегменте рынка.

ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

- **Под эластичностью спроса** понимается характеристика степени реагирования покупаемого количества данного товара на колебания рыночного уровня цен.
- Спрос называют эластичным (эластичным по цене) если валовая выручка увеличивается при снижении цены и уменьшается при ее повышении. Ввиду этого предельный доход имеет положительное значение.
- Нейтрально эластичный спрос означает, что валовая выручка при снижении цены не изменяется. Предельный доход в этом случае равен 0.
- Неэластичный спрос означает, что валовая выручка уменьшается при снижении цены и возрастает при ее повышении. Предельный доход имеет отрицательное значение.

Эластичность спроса по цене

Изменение цены	Ценовая эластичность		
	Эластичный спрос	Нейтрально эластичный спрос	Неэластичный спрос
Повышение цены	ВВ падает	ВВ неизменна	ВВ растет
Понижение цены	ВВ растет	ВВ неизменна	ВВ падает
Значение ПД	Положительно е	Нулевое	Отрицательное

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ

- Ценовая эластичность спроса зависит от доходов покупателей
- На эластичность спроса влияют следующие показатели:
 - * наличие заменителя
 - * доля потребительского рынка
 - * временная перспектива

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ

- Эластичность спроса на различные товары – различна
- Предметы роскоши – спрос эластичен
- Товары повседневного спроса и товары первой необходимости – спрос неэластичен
- Доля в бюджете покупателя – чем меньше доля, тем менее эластичен спрос
- Реакция конкурентов на изменение цены – риск воздействия на сбыт посредством ценового параметра на конкурентном неоднородном рынке:
 - Повышение цены – риск замены товара дешевыми товарами конкурентов
 - Понижение цены – адекватная реакция со стороны конкурентов и стабилизация доли рынка при более низких ценах

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ

$$\text{Эластичность спроса} = \frac{\text{Изменение объема продаж в \%}}{\text{Изменение цены в \%}}$$