Сказка об элементарных методах изучения спроса

2

Если для статистического анализа не хватает надежной информации, то в начале необходимо провести исследование рынка

2 метода оценки спроса:

Статистический анализ

Исследование рынка

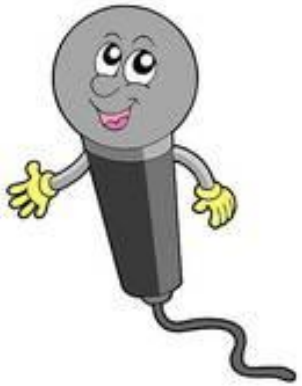
Желательно провести исследование рынка в следующих случаях:

1) **Вводится новый продукт;**
2) **Предполагаются изменения таких качественных переменных, как вкус, предпочтения или ожидания потребителей**

Обследования потребителя

ОПРОС *(группы существующих и потенциальных покупателей)*

Как вы отреагируете на изменение таких переменных спроса, как цена, доход, цены на другие продукты и т.п.?



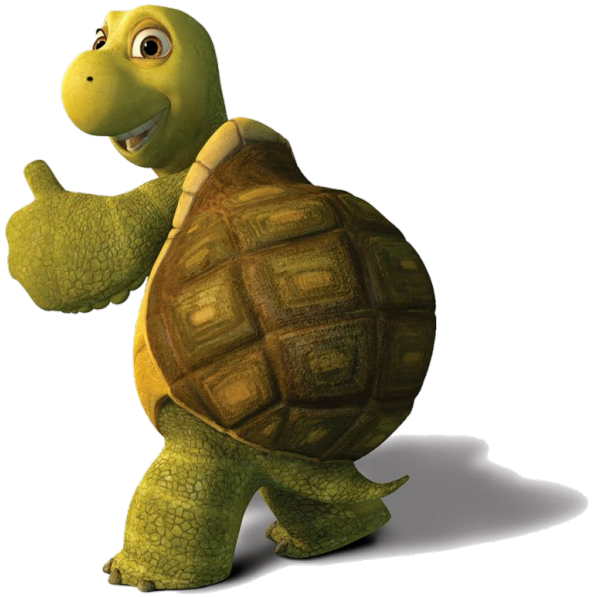
Но практически потребители могут быть не в состоянии или не желать дать точные ответы на вопросы

Выводы, основанные на прямых ответах, могут быть ненадежными!

Полезная информация из опросов получается не прямым путем, а косвенно!

<u>EX:</u> Если люди кажутся несведущими в разнице цен на конкурирующие товары, то это может служить хорошим индикатором того, что цены на этот вид товара неэластичны

Эффективность рекламной компании также может быть оценена по осведомленности потребителей

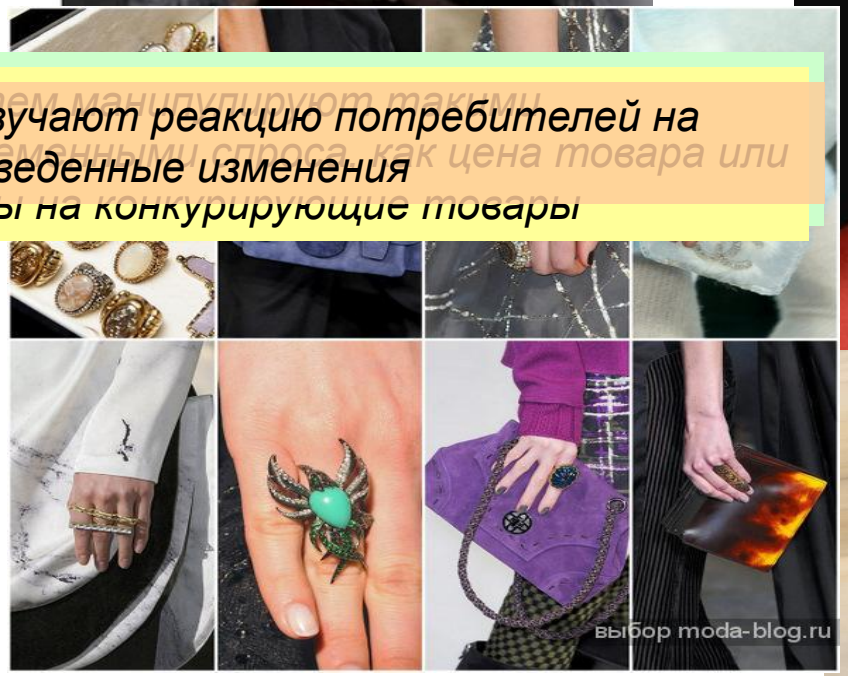


Другой метод выявления реакции потребителя на изменения переменных спроса – проведение контролируемого эксперимента.

Потребители знают, что за ними наблюдают и ведут себя неестественно

Выявление предпочтений потребителя

(Искусственные условия)



И изучают реакцию потребителей на проведенные изменения

Затем манипулируют такими переменными спроса, как цена товара или цены на конкурирующие товары

Выявление предпочтения потребителя:

Рыночные эксперименты

(Условия реального рынка)

EX: фирма может менять цены на один и тот же товар на различных рынках и сравнивать результаты

С помощью демографической статистики фирмы могут ставить эксперименты на нескольких рынках с целью определить влияние на спрос таких характеристик, как возраст, профессия, образование, размеры семьи

Потребители не должны знать, что они являются объектами эксперимента

Иначе они изменят свое поведение

РИСК: ПОТРЕБИТЕЛИ МОГУТ НИКОГДА БОЛЬШЕ НЕ ВЕРНУТЬСЯ!

Эластичность цены и перекрестная эластичность спроса трех партий валенсийских апельсинов

Вариации изменения цен	Относительные изменения потребления		
	Флорида, округ Индиан-Ривер	Внутренний район Флориды	Калифорния
Флорида, округ Индиан-Ривер	**−3,07**	+1,56	+0,01
Внутренний район Флориды	+1,16	**−3,01**	+0,14
Калифорния	+0,18	+0,09	**−2,76**