ПРАКТИЧНА РОБОТА № 7

**«Визначення зміни попиту під впливом нецінових чинників».**

Попит залежить не тільки від ціни товару. Є ряд інших, нецінових, факторів, які формують попит споживачів і зміни в яких викликають зміни в попиті на товар при незмінній ціні на нього.

В результаті дії нецінових факторів попиту відбуваються зміни в попиті, що означає, що споживачі готові купувати більше або менше даного товару по кожній з можливих попередніх цінах.

Нецінові чинники:

1. час, день тижня, місяця, пора року;

2. зміна смаків, мода, реклама;

3. зміна кількості споживачів;

4. зміна доходів споживачів;

5. зміна цін на товари-замінники (наприклад: чай, кава, капучіно, лате, какао, сік, ін.);

6. ціни на товари-доповнювачі (наприклад: автомобілі та бензин чи дизельне пальне);

7. інфляційні очікування (очікування зростання цін на цей товар чи всі товари в країні).

Проаналізуємо дію кожного чинника на зміну попиту.

1. Час, день тижня, пора року

Попит на споживчі товари більший увечері, ніж уранці. На структуру споживання впливають пори року − зумовлюють зростання або зменшення попиту на деякі товари та послуги.

Приклади: попит на зимовий і літній одяг, взуття, рукавиці, насіння овочів, засоби для поливу, послуги шиномонтажу тощо.

2. Смаки споживачів

Смаки споживачів можуть змінюватися під впливом моди, вподобань знайомих та друзів, достовірної інформації, реклами, появи більш функціональних товарів тощо. Сприятливі зміни в смаках, викликані, наприклад, рекламою, модою, спричинять збільшення попиту на даний товар. І навпаки, негативна інформація може зменшити попит на товар.

Приклади: смартфони нових моделей, нові туристичні подорожі.

3. Кількість споживачів

Зрозуміло, що зі зростанням кількості споживачів попит на товар буде зростати та навпаки.

Приклади: зростання попиту на товари для малюків зі зростанням народжуваності, зменшення попиту на споживчі товари зі зменшенням кількості жителів у селі чи місті, під кінець відпочинкового сезону зменшується попит на послуги туристичних фірм.

4. Доходи споживачів

У випадку зростання доходів споживачів попит на нормальні товари зростає, а на товари нижчої категорії (дешеві замінники) зменшується і навпаки.

Приклади: зі зростанням доходів попит на ринку натурального м’яса зростає, а на соєві продукти (замінники м’яса) дещо зменшується; на якісні макарони – зростає, а на дешеві макарони нижчого сорту – зменшується.

5. Ціни на товари – замінники

Якщо ціна на товар-замінник зростає, то попит на основний товар також зростає – і навпаки.

Приклади товарів-замінників: чай чорний і зелений, кока-кола та пепсі-кола, ін.

Якщо ціна на вершкове масло зростає, то попит на спред, маргарин дещо збільшується.

6. Ціни на товари-доповнювачі

Якщо ціна на товар-доповнювач зростає, то попит на основний товар зменшується, і навпаки.

Приклади товарів доповнювачів: телевізор − супутникова антена або Інтернет; автомобіль − бензин, дизельне пальне, мастила.

Якщо ціна на бензин зменшилась, а йдеться про ринок автомобілів, то попит на автомобілі зросте, а на газобалонне обладнання для авто зменшиться.

7. Інфляційні очікування.

У випадку появи інфляційних очікувань на ті чи інші товари та послуги (групи товарів), попит на них зростає.

Приклад: як зміниться попит на житло, якщо кілька місяців підряд ціни на квартири в новобудовах зростають? Зрозуміло, що попит на квартири може зростати через тих покупців, які планували придбати житло і не хотіли би платити більше через певний час.

Отже, збільшення попиту на продукт X може бути викликане наступними причинами: сприятливими змінами в смаках споживачів; збільшенням кількості споживачів на ринку; зростанням доходу, якщо продукт X є нормальним товаром; зменшенням доходу, якщо продукт X є товаром нижчої категорії; ростом ціни на взаємозамінний товар; зменшенням ціни на взаємопов'язаний товар; очікуванням підвищення ціни на товар Х, очікуванням підвищення доходів. Причинами ж зменшення попиту на товар X можуть бути: несприятливі зміни у смаках покупців; зменшення кількості споживачів даного товару; зниження доходу, якщо продукт X є нормальним товаром; ріст доходу, якщо продукт X є нижчої категорії; зниження ціни на взаємозамінний продукт; підвищення ціни на взаємопов'язаний товар; очікування зменшення ціни на продукт Х очікування зниження доходу споживача.

Завдання: змоделюйте ситуації збільшення й зменшення попиту на товар чи послугу, запропоновані нижче

ЗРАЗОК:

Ринок: мандарин у грудні в місті Х.

Подія 1: наближаються новорічні свята – попит зростає

Подія 2: дешевшають апельсини – попит зменшується

Ринок 1: ПАРАСОЛЬОК (ЗОНТІВ)

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 2: ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 3: ЯЄЦЬ КУРЯЧИХ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 4: ШКІРЯНОГО ВЗУТТЯ ДЛЯ МАЛЮКІВ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

40

Ринок 5: ТУРИСТИЧНИХ ПУТІВОК У ЄГИПЕТ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 6: ПУХОВИКІВ (КУРТОК І ПАЛЬТ З НАПОВНЕННЯМ З ПУХУ)

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 7: УЧНІВСЬКИХ ЗОШИТІВ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 8: СМАРТФОНІВ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 9: ПЕРУКАРСЬКИХ ПОСЛУГ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 10: ПОСЛУГ РЕПЕТИТОРІВ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 11: РИНОК АВТОМОБІЛІВ З ПРОБІГОМ ПОНАД 50 000 КМ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 12: ПОСЛУГ СЛЮСАРА ПО РЕМОНТУ АВТОМОБІЛІВ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується