

Тема занятия: «Определение влияния цены на объемы реализации продукции»

Теоретическая справка.

Изменение цены в любом случае приводит к изменению спроса на продукцию. В экономической теории влияние изменения цены на уровень спроса изучают через показатель эластичности спроса по цене. Данный инструмент нашел отражение и в практической деятельности различных предприятий – при проведении маркетингового анализа изучается статистика отражающая, как действия того или иного предприятия при установлении цены повлияло на спрос на его продукцию и на изменение рынка в целом. Полученные результаты затем позволяют достаточно точно определять как будет изменяться спрос.

С точки зрения теории вопроса, Коэффициент эластичности показывает степень количественного изменения одного фактора (например, объема спроса или предложения) при изменении другого (цены, доходов или издержек) на 1%. Эластичность спроса вычисляется как отношение процентного изменения величины спроса к процентному изменению какой-либо детерминанты.

Детерминанты — это факторы оказывающие воздействие на спрос или предложение.

Различные товары различаются между собой по степени изменения спроса под воздействием того, или иного фактора. Степень реакции спроса на эти товары поддается количественному измерению с помощью коэффициента эластичности спроса.

Понятие эластичности спроса раскрывает процесс адаптации рынка к изменению основных факторов (ценой товара, ценой товара аналога, дохода потребителя).

Основным недостатком данного инструмента является то, что он не учитывает действий других контрагентов на рынке, и поэтому может применяться только в краткосрочном планировании, пока конкуренты не предпринимают ответных действий.

Основная формула расчета коэффициента эластичности, отражающая его экономический смысл следующая:

$$k_{\varepsilon} = - \Delta Q_p / \Delta C_p, \quad (1)$$

где ΔQ_p – изменение объема реализации, %;

$\Delta Ц_p$ – изменение цены, %.

Рассмотрим практическое применение данного коэффициента на примере решения практической задачи:

Базовая цена товара – 100 рублей, издержки на его производство – 80 рублей. Планируемый объем продаж – 1 млн. штук. С целью наращивания доли рынка фирма решает снизить цену на 6 рублей. Маркетинговый отдел предполагает, что рынок предлагаемого фирмой товара, характеризуется эластичностью спроса по цене равного 1,5.

Рассмотрите последствия такого инициативного решения, если соотношение издержек производства (постоянных и переменных) составляет 20:80.

Студентам предлагается решить данную задачу самостоятельно. После решения задачи требуется дать обоснованный вывод о том, стоит ли предприятию прибегать к снижению цены.