

Анализ потребительского спроса на продукцию

Айдемирова Умукусум Абдулаевна

студентка 3 курса направления «Экономика»

Научный руководитель: Магомедова З.О., к.э.н.

доцент кафедры «Аудит и экономический анализ»

ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»

e-mail: umukusumaydemirova@mail.ru

Россия, Махачкала

Аннотация. В данной статье раскрывается сущность потребительского спроса и факторы, оказывающие на него влияние.

Ключевые слова: потребительский спрос, сбыт продукции, личное потребление.

Важнейшим условием успешного функционирования и развития любого рынка является то, насколько хорошо товаропроизводители ориентируются в спросе и могут ли они обеспечить рентабельное производство востребованной продукции и её сбыт.

Спрос представляет собой зависимость между ценой и количеством товара, который покупатели могут и желают купить по строго определённой цене, в определённый промежуток времени. Данную зависимость можно графически изобразить (рис.1)

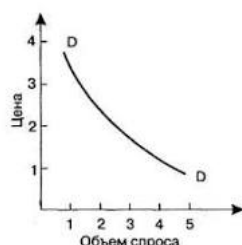


Рис.1

Анализировать спрос на продукцию необходимо всем организациям, потому что в процессе исследования могут выявиться изделия, имеющие наивысшую потребность среди покупателей, группы товаров, приносящих максимальную выгоду, также это позволит производителю проследить за динамикой интересов потребителей.

Определение спроса включает в себя оценку величины и структуры текущего спроса и перспективу его изменения. Текущий спрос определяется общим количеством продукции, проданной по определенной цене на конкретном рынке за определённый период времени (от 3 до 5 лет). Информация должна позволить оценить размеры и структуру основных сегментов рынка по категориям потребителей.

Потребительский спрос является категорией, на которую оказывает влияние множество факторов экономического, технического, социального характера, среди которых наиболее важными являются:

- 1) Цена товара
- 2) Тип товара
- 3) Доходы покупателей
- 4) Полезность товара и его качество
- 5) Цены на товары-заменители
- 6) Сезонность
- 7) Привычки, вкусы, предпочтения покупателей
- 8) Перспективные ожидания, связанные с инфляцией, правительственной политикой, неблагоприятными климатическими условиями
- 9) Мода
- 10) Реклама

Влияние этих факторов приводит к перемещению линии спроса (рис.2)

СДВИГ ЛИНИИ СПРОСА

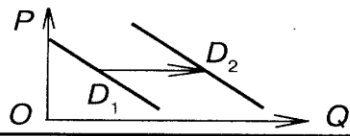
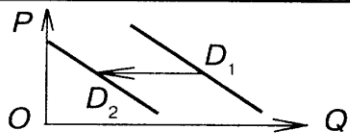
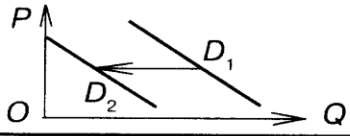
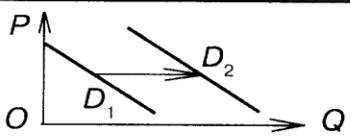
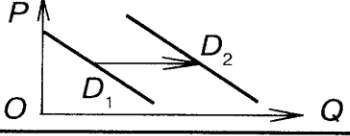
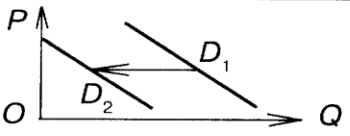
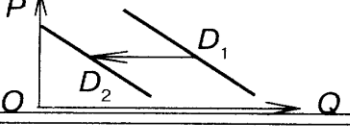
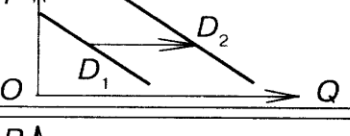
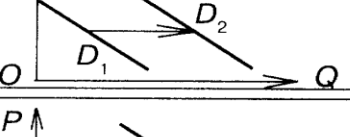
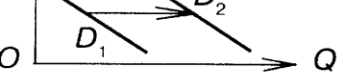
Факторы	Изменение спроса	Сдвиг линии спроса
Изменение цен на товары-заменители	Рост цен на товар-заменитель	 <p>Сдвиг линии спроса вправо</p>
	Снижение цен на товар-заменитель	 <p>Сдвиг линии спроса влево</p>
Изменение цен на дополняющий товар	Рост цен на дополняющий товар	 <p>Сдвиг линии спроса влево</p>
	Снижение цен на дополняющий товар	 <p>Сдвиг линии спроса вправо</p>
Доходы покупателей	Увеличение доходов покупателей	 <p>Сдвиг линии спроса вправо</p>
	Снижение доходов покупателей	 <p>Сдвиг линии спроса влево</p>
Мода	Товар вышел из моды	 <p>Сдвиг линии спроса влево</p>
Реклама	Фирма увеличивает расходы на рекламу своего товара	 <p>Сдвиг линии спроса вправо</p>
Сезонные изменения	В холодное время года используется больше электроэнергии	 <p>Сдвиг линии спроса вправо</p>
Ожидания покупателей	Покупатели думают, что товар скоро подорожает	 <p>Сдвиг линии спроса вправо</p>

Рис.2

Методы, которые могут быть рекомендованы для изучения потребительского спроса делятся на три основные группы: методы для изучения реализованного, неудовлетворенного и формирующегося спроса.

Метод изучения реализованного спроса — это сплошное или выборочное статистическое обследование. Данные статистической отчетности позволяют выявить общие закономерности развития спроса, его структуру, сезонные колебания.

Метод изучения неудовлетворенного спроса — анкетные опросы. Анкеты заполняются самими опрашиваемыми или анкетерами.

Данные для изучения неудовлетворенного спроса дают и заочные потребительские конференции.

Метод изучения формирующегося спроса осуществляется на выставках-продажах продукции. При этом определяется отношение покупателей к этой продукции.

Таким образом, анализ потребительского спроса и характерных черт его развития позволяют рационально распределять на территории страны торговые ресурсы, оказывать активное воздействие на промышленность, повышать качество и ассортимент выпускаемых товаров, формировать ассортимент оптовой и розничной торговли.

Список литературы:

1. Гребнев Г.Д. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Гребнев Г.Д. – Оренбург: ОГУ, 2017. - 303 с.
2. Степанова Т.Е., Рыбалкина О.А. Потребительский спрос в постиндустриальной экономике: учебное пособие / Степанова Т., Рыбалкина О.А. – М.:Инфра-М, 2014. – 160 с.
3. Богомолова Н.П. Микроэкономика: теория потребительского поведения: учебное пособие / Богомолова Н.П., - Издательство Уральского университета, 2017. – 202 с.