

Forwarded message



ТЕМА 4

Підготовка до початку бізнесу

Урок 11
14.04.2022 р.

Тему уроку : ОСНОВНІ КРОКИ ПІДГОТОВКИ
ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ:
ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ ТОВАРУ.

Практична робота 3.

Визначення зміни попиту під дією нецінових чинників.

План

1. Потреби та блага
2. Попит, чиннику попиту
3. Методи прогнозування попиту
4. Способи прогнозування попиту на товар
(послугу)

Опорний конспект

Потреба – це відчуття необхідності певного блага, бажання мати його. На формування потреб впливають вік і стать людини, традиції та звички, природні умови, соціальне оточення, рівень доходів, реклама тощо.

Потреби існують не лише в людини, але й у підприємства (підприємця). Підприємства прагнуть мати у своєму розпорядженні все те, що дозволить їм реалізувати визначені цілі, наприклад: споруди, будівлі, транспортні засоби, необхідні інформаційні системи тощо. Уряд, громада, місцева спільнота піклується про майбутні покоління, прагне будувати дороги, лікарні, навчальні заклади, зміцнювати армію тощо.

Відмінна властивість потреб – їх безмежність, постійна якісна та кількісна зміна. Це зумовлено розвитком виробництва та науково-технічним прогресом, а також розвитком самої людини, її інтелекту. Задоволення одних потреб породжує виникнення інших. В цьому знаходить свій прояв **безмежне зростання потреб**, що має закономірний характер.



Поміркуйте, чому потреби безмежні. У якій частині бізнес-плану прописано дії, спрямовані на зміну потреб потенційних споживачів (покупців) товару чи послуги?

Благо – це засіб для задоволення потреб. Усі блага поділяють на дарові (неекономічні) та економічні. Дарові блага – це ті життєві блага (переважно природні), які доступні людям в обсязі набагато більшому, ніж величина потреби в них, їх не треба виробляти (повітря, сонячне світло та тепло, мальовничий природний ландшафт тощо). Але основне коло потреб людей задовольняється шляхом не дарових, а економічних благ. Економічні блага – це ті, обсяг яких недостатній для задоволення потреб людей, може бути збільшений лише шляхом витрати праці та інших ресурсів і розподіляється між тими, хто здатний заплатити сформовану на цей момент ціну цих благ. Економічні блага можна поділити на товари та послуги. Розуміння відмінностей допоможе вибрати вид економічної діяльності для власного бізнесу, схарактеризувати попит на потенційному ринку.

Товари – це продукти праці, що задовольняють потреби не тих, хто їх виробляє, а тих, хто отримує їх в процесі обміну.

Одна і та ж сама потреба може бути задоволена за допомогою різних товарів. Товари, які задовольняють одну й ту ж саму потребу, але відрізняються за своїми властивостями, якісними характеристиками, мають назву товари-замінники.

Приклади таких товарів – доїзд громадським транспортом або таксі; окуляри або контактні лінзи тощо.

Є товари, що доповнюють одне одного, і тим самим роблять можливим їх споживання. Вони неначе супроводжують одне одного; потреба в таких товарах одночасно збільшується або одночасно зменшується.

■ *Приклад таких товарів – комп'ютери та програмне забезпечення для них.*

Виділяють також незалежні товари, потреби в яких ніяк не пов'язані (наприклад, мандарини та риба). За терміном використання товари можна поділити на такі, що використовуються один раз (наприклад, продукти харчування) та товари тривалого вжитку (наприклад, житло, одяг, транспортні засоби).

Послуги – це дії, які задовольняють людські потреби. І послуга адвоката, і лекція в університеті, і циркова вистава задовольняють певні людські потреби, і тому можна говорити про виробництво нематеріальних благ і послуг.

Особи, чії потреби задовольняються споживанням товарів і послуг, називаються споживачами.



Яку продукцію виробляють особи того фаху, який ви здобуваєте, – товари чи послуги? Наведіть приклади товарів чи послуг, які є їхніми заміниками. Визначте наявність та наведіть приклади товарів чи послуг, які є доповнювачами.

Попит – та кількість товару, яку споживачі бажають та можуть придбати за певною ціною у визначений проміжок часу (потреба – це бажання мати благо, а попит – бажання і можливість придбати благо). Ціна попиту – це та найвища ціна, яку згодні заплатити споживачі за ту чи іншу кількість товару.

Передусім величина попиту на товар визначається його ціною. **За інших рівних умов величина попиту на товар тим більша, чим нижча його ціна (і навпаки).** Ця залежність називається законом попиту.

Розглянемо приклад такої залежності та задамо її табличним способом (найчастіше підприємці-початківці можуть скласти таку таблицю, щоб відстежувати залежність величини попиту від ціни свого товару чи послуги).

Приклад.

Попит на пшеницю 3-го класу* в регіоні

Продавці: фермерські господарства

Покупці: борошномельні підприємства, фірми-експортери зерна тощо.

Ціна за тону пшениці 3-го класу (P), \$	Величина попиту (Q), тис. тонн
220	85
215	90
210	100
205	115
200	135
195	160
190	185

*пшениця для виробництва хлібобулочної продукції

На зміну попиту впливають 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 паливо*);
7. інфляційні очікування (*очікування зростання цін на цей товар чи всі товари в країні*).

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.

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.

4. Доходи споживачів

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

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

5. Ціни на товари – замітники

Якщо ціна на товар-замітник 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 децю 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 паливо, мастило.

Якщо ціна на бензин зменшилась, а йдеться про ринок автомобілів, то попит на автомобілі зростає, 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.

ПРАКТИЧНА РОБОТА № 3

«Визначення зміни попиту під впливом нецінових чинників»

Мета: Освоїти методику, виробити уміння визначати зміни попиту під впливом нецінових чинників

Обладнання: інструкційна картка, зошит-конспект

Послідовність виконання практичної роботи

- Опрацювати теоретичний матеріал (див. слайд 3-10)
- Пройти тест для самоперевірки
- Виконати практичне завдання
- Оформити висновок виконаної практичної роботи.



Тест для самоперевірки

ТЕМА «ПОПИТ, ЗАКОН ПОПИТУ, ЧИННИКИ ПОПИТУ»

1. Закон попиту відбиває залежність

- А попиту на товари від доходів споживачів
- Б ціни товару від смаків та вподобань покупців
- В ціни товару від витрат на його виробництво
- Г величини попиту на товар від ціни товару

2. Попит на пшеницю зростає, якщо зростуть

- А ціни на пшеницю
- Б ціни на жито, ячмінь
- В площі посівів пшениці
- Г доходи виробників зерна

3. До товарів-доповнювачів (комплементарних) належать:

- А хліб та одяг
- Б крем для взуття та взуття
- В сметана та вершки молочні
- Г чорні та коричневі сумки

4. Якщо зросла ціна на шоколад молочний «Корона», то

- А збільшиться попит на молочний шоколад КОРОНА
- Б зменшиться попит на молочний шоколад ROSHEN
- В збільшиться попит на молочний шоколад СВІТОЧ
- Г зменшиться попит на весь імпортний молочний шоколад

5. Збільшить попит на квитки на прем'єру вистави в обласному драматичному театрі

- А концерт відомого співака з новою програмою
- Б підвищення ціни на квитки напередодні вистави
- В перенесення вистави з суботи на понеділок або вівторок
- Г реклама вистави в школах міста та області

6. Зменшення попиту на послуги таксі в місті зумовлено

- А зростанням кількості жителів
- Б збільшенням заробітної плати на найбільшому в місті заводі
- В новими маршрутами міських автобусів
- Г новими автомобілями, закупленими в таксопарку

7. Крива попиту на молоко пастеризоване зміститься праворуч, якщо

- А подорожчає молоко стерилізоване довготривалого зберігання
- Б лікарі не рекомендуватимуть дорослим вживати свіже молоко
- В зменшиться поголів'я корів
- Г супермаркети відмовляться продавати пастеризоване молоко

8. Крива попиту на товар зміщується ліворуч, якщо

- А доходи сім'ї зростають
- Б кількість покупців збільшується
- В ціна на товар-доповнювач зменшується
- Г ціна на товар-замінник зменшується



Завдання 1.

За зразком заповніть таблицю
“Зміни попиту під впливом нецінових чинників”

ЗРАЗОК:

Ринок: *мандарин* у грудні в місті X.

Подія 1: *наближаються новорічні свята – попит зростає*

Подія 2: *дешевшають апельсини – попит зменшується*

“Зміни попиту під впливом нецінових чинників”

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
-



Завдання 2.

Змодельуйте ситуації збільшення й зменшення попиту на товар чи послугу, пропоновану фахівцями вашого профілю.

МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ

Вибір і застосування методу прогнозування попиту здійснюються фахівцями з економічної статистики. Підприємець може приблизно оцінити обсяг попиту і спрогнозувати тенденцію його зміни, застосовуючи найпростіші методи.

СПОСОБИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ТОВАР (ПОСЛУГУ)



Метод рівня споживання для прогнозування попиту застосовують тоді, коли йдеться про пряме споживання конкретної продукції. Цей метод ґрунтується на розрахунках стандартних коефіцієнтів.

Наприклад, попит на послуги перукаря (чоловіча стрижка) визначається на основі таких показників: кількість чоловіків у населеному пункті (дані є в органах місцевого самоуправління, у відділеннях Держстату), середня періодичність стрижки; ці показники співставляють із кількістю майстрів-перукарів, продуктивністю їхньої роботи та тривалістю робочого часу.

Метод провідного показника застосовується в тих випадках, коли є певна закономірність, яка відбиває часову чи кількісну залежність споживання одного товару від споживання іншого товару.

Так, якщо відомо, що попит на послуги шиномонтажу залежить навесні та восени від кількості автомобілів у населеному пункті, районі. Відповідно, попит на цю послугу та час його виникнення можна визначити з достатньою точністю.

ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ:

- Опрацюйте теоретичний матеріал
- Зробіть стислий конспект до зошита
- Виконайте практичну роботу
- Зробіть скриншот виконаних завдань та

надішліть на e-mail:

ksenija.rengevich@gmail.com

або на Viber
(096 699 17 66)