



Efterspørgsel

Peter Lynggaard
Driftsøkonomi
Kapitel 9

Efterspørgsel def.

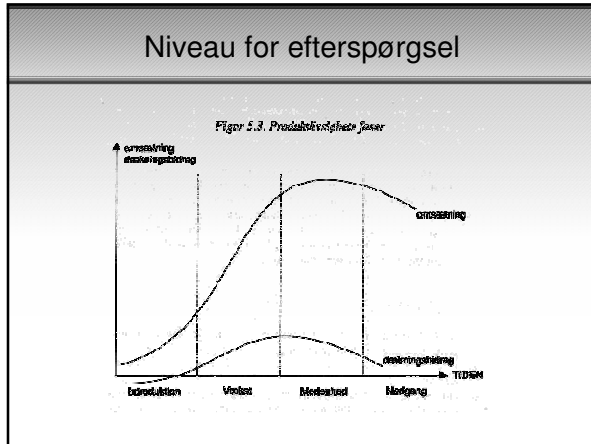
Den mængde af en bestemt vare, som

- et individ
- en husholdning
- en hel befolkning (på et markedsområde)

er villig til at købe inden for et givet tidsrum.

Behovsafdækning

- Hvilke efterspørgere er interesseret i produktet?
- Hvorfor efterspørger de produktet?
- Hvordan er niveauet for efterspørgselen?
- Hvilke alternative muligheder er der for at få behovet dækket?



Det vigtigste spørgsmål?

- Hvad bestemmer efterspørgernes efterspørgsel?

Klassisk parameterteori

- Efterspørgselsdeterminanter
 - Behovet
 - Oprindelige behov
 - Afledede behov
 - Købekraften
 - Prisen
 - Kvaliteten
 - Salgsindsats
 - Andre determinanter

Behovet

- Oprindelige behov
 - Maslow
- Afledede behov

Maslows behovspyramide

Selvrealiseringsbehov
Ego-behov
Sociale behov
Sikkerhedsbehov
Fysiske og basale behov

Afledede behov

Figur 5.1. Produktbegrebet

Købekraft

- Økonomisk købekraft
- Rådighedsbeløb

Indtægt

- Skat
- Opsparing

+ formueforbrug

= købekraft

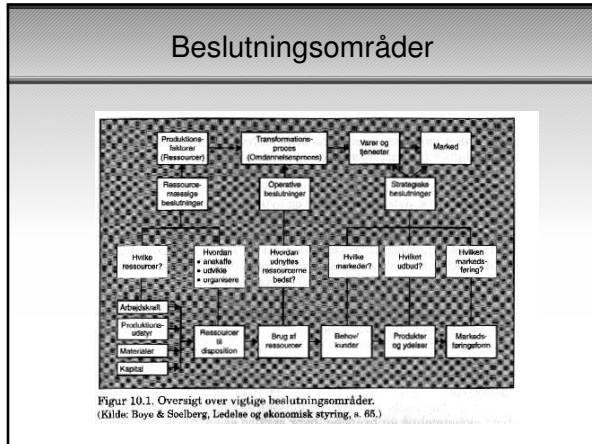
Prisen

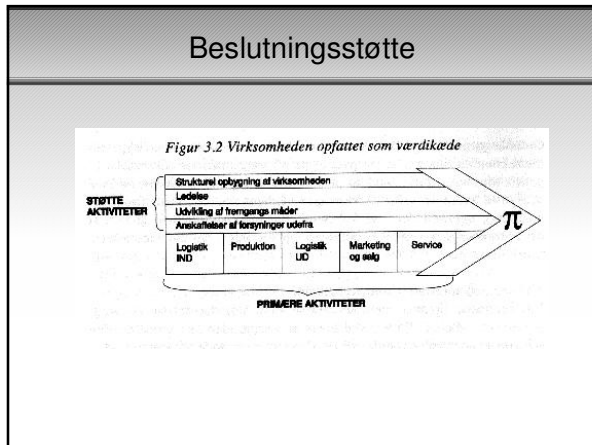
- Central efterspørgselsdeterminant
- Ses i relation til målgruppens købekraft

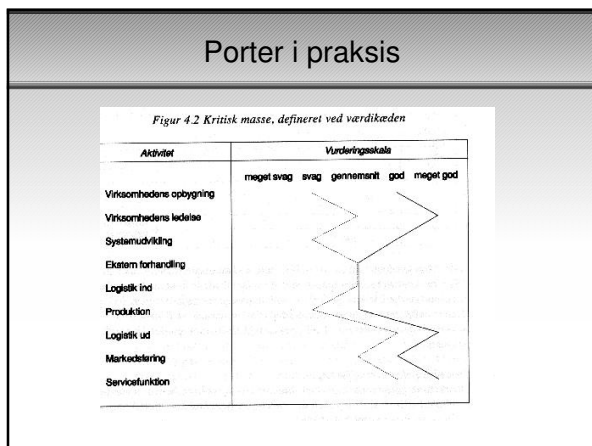
Figur 7.9 Pris og købekraft

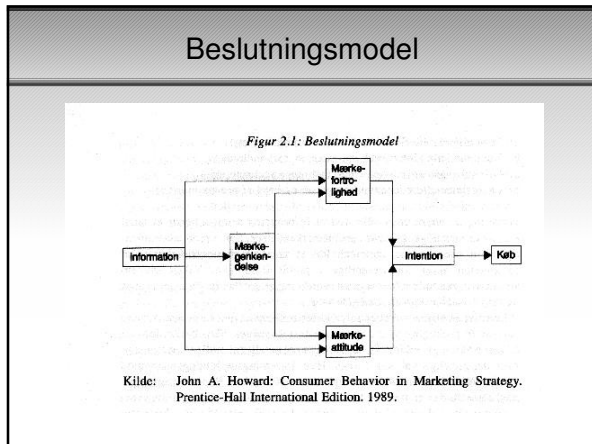
Kvaliteten

- Teknisk kvalitet
- Funktionel kvalitet
- Smagsmæssig kvalitet

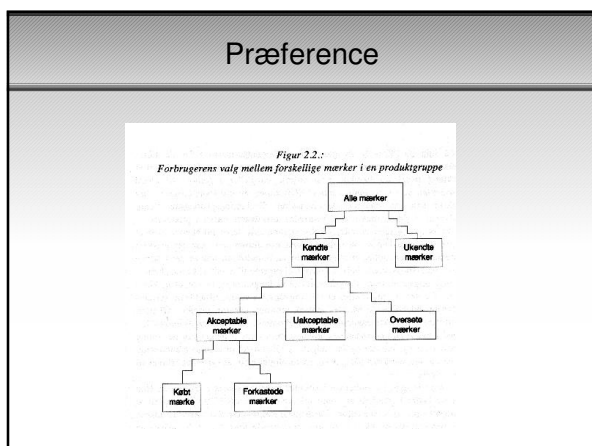








- ### Salgsindsats
- Skabe præference gennem
 - Reklame
 - Personligt salgsarbejde
 - Service



Andre determinanter
<ul style="list-style-type: none"> • Handlingsparametre <ul style="list-style-type: none"> – Determinanter den enkelte virksomhed selv råder over • Andre <ul style="list-style-type: none"> – Mode – Konjunkturer – Sæson – Konkurrentadfærd

Ottesens parameterinddeling
<ul style="list-style-type: none"> • Grundparametre <ul style="list-style-type: none"> – Tilstedeværelse skaber ikke præference – Mangel fjerner præference • Kontaktparametre <ul style="list-style-type: none"> – Erfaringsparametre – Kommunikationsparametre

Brug af parametre
<ul style="list-style-type: none"> • Man skal kende kundernes behov og opfylde dem <ul style="list-style-type: none"> – Produkterne må tilpasses kundernes behov og interesser • Konkurrencemæssige fordele • Parametermix

Markedsinddeling

- Producentvaremarkedet
 - Det industrielle marked
 - Mellemandlermarkedet
 - Institutionsmarkedet
- Konsumentvaremarkedet
 - Kortvarige goder
 - Langvarige goder
 - Dagligvarer
 - Udvalgsvarer
 - Specialvarer

Efterspørgselsanalyser

- Desk research
 - Tilstedeværende informationsmateriale
 - Kundekartotek, ordrekartotek, webside
- Field research
 - Empiriske undersøgelser af markedet

Undersøgelsesmetoder

- Eksperimenter
- Panelundersøgelser
- Interview- og spørgeskemaundersøgelser
- Analyser af forhåndenværende datamateriale
- Korrelationsanalyser
- Værdianalyser

Indkomstens betydning

- Den disponible indkomst
- Normalt vil efterspørgslen stige med indkomsten

$$\text{Indkomstelasticitet} = \frac{\text{Procentvis \u00e6ndring i eftersp\u00f8rgsel}}{\text{Procentvis \u00e6ndring i indkomst}}$$

\u2194

$$e_y = \frac{\Delta x}{x} : \frac{\Delta Y}{Y}$$

Indkomstelasticitet

- Alt andet lige (ceteris paribus) partiel beregning
- Viser p\u00e5virkningens retning og styrke
- Varebegreb
 - Bredt
 - Sn\u00e6vert

Elasticitet

Elasticitetens st\u00f8rrelse numerisk	Betegnelse
$e = \infty$	Fuldst\u00e6ndig elastisk eftersp\u00f8rgsel
$1 < e < \infty$	Elastisk eftersp\u00f8rgsel
$e = 1$	Neutralelastisk eftersp\u00f8rgsel
$0 < e < 1$	Uelastisk eftersp\u00f8rgsel
$e = 0$	Fuldst\u00e6ndig uelastisk eftersp\u00f8rgsel

Elasticitet i et punkt

$$e_y = \frac{\frac{dx}{dY}}{\frac{x}{Y}} = \frac{dx}{x} * \frac{Y}{dY} = \frac{Y}{x} * \frac{dx}{dY} = \frac{Y}{x} * \frac{1}{\frac{dY}{dx}} = \frac{Y}{x} * \frac{1}{\alpha}$$

Hvor α er hældningskoefficienten på tangenten gennem punktet.

Indkomstelasticiet for forskellige varer

- Nødvendighedsvarer/luxusvarer
- Fast eller variabel del af budgettet
- Stor eller lille vægt i budgettet
- Let at substituere

Prisens betydning for efterspørgselen

- Faldende efterspørgsel med stigende priser
- Alt andet lige
 - Indkomst hos målgruppen
 - Behovsstruktur
 - Priser på andre varer

Priselasticitet

$$\text{Priselasticitet} = \frac{\text{Relativ_m\ae ngde\ae ndring}}{\text{Relativ_pris\ae ndring}}$$

$$\updownarrow$$

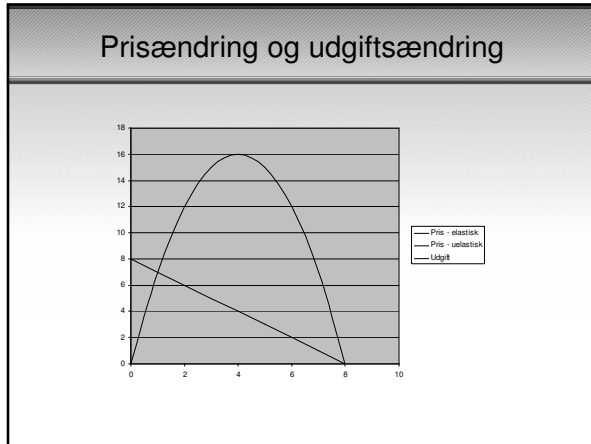
$$e_p = \frac{\frac{\Delta x}{x}}{\frac{\Delta p}{p}} = \frac{\frac{dx}{x}}{\frac{dp}{p}} \text{ (hvis } \Delta x \text{ og } \Delta p \text{ g\aa r mod 0)}$$

Priselasticiteter

<ul style="list-style-type: none"> • Uelastisk efterspørgsel <ul style="list-style-type: none"> – Nødvendighedsvarer – Rutineprægede køb – Vanskelig at substituere – Lille budgetvirkning – Købes mest af grupper med stor købekraft 	<ul style="list-style-type: none"> • Elastisk efterspørgsel <ul style="list-style-type: none"> – Luxusvarer – Komplex købsbeslutning – Let at substituere – Stor belastning på budgettet – Købes mest af grupper med lille købekraft
--	---

Positiv priselasticitet

- Prisen opfattes som kvalitetsindikator
- Statussymbol
- Forventning om yderligere prisstigning



- Efterspørgselsmæssige sammenhænge**
- Uafhængighed
 - Afhængighed
 - Komplementaritet
 - Substitution
 - Se figurer i bogen på side 248-249

- Markedets samlede efterspørgsel**
- Vandret addition
 - Tabelopstilling
 - Grafisk
 - Egentligt en efterspørgsel pr
 - Individ
 - Husstand
 - Befolkning på et marked
