

image not found or type unknown



Задача определить возможность использования эффекта нефункционального спроса, ценовой дискриминации и ограничительной торговой практики в сфере дистрибуции спортивных брендов.

Компания Lestate занимается дистрибуцией мировых спортивных брендов на территории РФ и осуществляет поставки в более чем 350 торговых точек. Закупки продукции осуществляются у представительств компаний производителей в РФ (Nike, Adidas, Under Armour, Puma, Asics, и т.д.)

### **1. На Каком рынке действует Фирма?**

Монополистическая конкуренция. Уникальность продукта достигается за счет узнаваемости и престижности бренда.

На рынке существует 2 вида товаров заменителей:

- Товары с большой узнаваемостью бренда в той же ценовой категории (конкуренты)
- Товары заменители - не известная торговая марка, схожие характеристики товара, зачастую по более низкой цене.

### **2) Оцените ценовые и неценовые факторы спроса на товар?**

Ценовые факторы

Повышение цены приводит к смещению спроса в сторону товаров конкурентов, в случае последующего повышения цен и у товаров конкурентов спрос смещается в товары заменители.

Снижение цены приводит смещению спроса в первую очередь со стороны товаров заменителей.

Неценовые факторы

- Качество и удачный ассортимент коллекции влияет на спрос и смещают его от товаров конкурентов

- PR, Реклама, Продакт Плейсмент

- Сервис сбыта
- Послесбытовой сервис

### **3. Оцените эластичность спроса**

Основная доля товаров эластична. При повышении цены покупатели уходят на заменители, при снижении цены покупатели переходят с заменителей. Но есть сегмент уникальных товаров обладающим неэластичным спросом.

### **4. Возможно ли применение ценовой дискриминации в торговой практике компании?**

Возможно применить следующие инструменты ценовой дискриминации:

- демпинг, но не долго из-за небольшой маржинальности, для борьбы с конкурентами и завоевания новых клиентов.
- ценовая дискриминация 2 степени - предоставляются скидки для оптовых покупателей в зависимости от объема закупок.
- ценовая дискриминация 3 степени / более высокая наценка на другой сегмент товаров, более высокая наценка на товары определенного сегмента оптовых клиентов.

### **5. Возможно ли применение методов ограничительной торговой практики данной**

**компанией? Если да, то каких именно?**

Да, возможно.

- поддержание розничных цен - используется компаниями производителями.
- перекрестное субсидирование / за счет повышенной рентабельности по одним группам товаров, которые легче продавать с товарами с низкой рентабельностью
- применяются скидки по совокупному для оптовых клиентов.

### **6. Оцените влияние макроэкономических факторов на данный вид бизнеса.**

- динамика реальных доходов населения. При снижении доходов населения, спрос смещается на товары заменители.

- динамика курсов валют, при увеличении курса по отношению к рублю увеличивается себестоимость товара в руб., что в свою очередь приводит к увеличению розничных цен и смещению спроса на товары заменители.

- уровень инфляции

- уровень налогообложения

## **7. Нефункциональный спрос:**

Эффект показательного присоединения к большинству - возможен при условии что товар становится трендовым и за счет этого покупатели стремятся приобрести именно этот товар

Спекулятивный спрос - возможен на отдельные ограниченный ассортимент товара, у каждого бренда есть товар (коллаборации с знаменитостями, брендами), на который умышленно создается дефицит (ограниченная серия производства) и за счет дефицита устанавливается заранее завышенная розничная цена.