

**СИТНИК Н.В.****ФОРМУВАННЯ ЕМПІРИЧНОЇ ФУНКЦІЇ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ РЕКЛАМНО-ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В післякризових умовах особлива увага приділяється вивченню та удосконаленню цінової політики підприємства. Існує цілий ряд чинників, які впливають на ціну товарів, такі як собівартість, попит, пропозиція конкурентів, доходи населення, інфляція та інші. Одними із найважливіших чинників є платоспроможність та індивідуальні вподобання потенційних покупців.

Метою роботи є аналіз взаємозв'язку цін і попиту на продукцію рекламно-поліграфічного підприємства, а саме, на візитні картки різних видів. Для вирішення поставленої задачі було розроблено анкету та проведено опитування респондентів в мережі Інтернет. В опитуванні було поставлено питання щодо прийнятних для респондента цін на візитівки, а також питання соціально-демографічного характеру. В анкеті запропоновано декілька позицій цін, найменша з яких дорівнює собівартості. Для цифрових візитівок запропоновано варіанти ціни в проміжку 105-150 грн за комплект, для офсетних – 205-250 грн за комплект, для шовкотрафаретних – 185-230 грн за комплект. Якщо респондент визначив, що згоден замовити комплект візитних карток за більш високу ціну, то слід вважати його потенційним покупцем і за меншу ціну.

Результати були оброблені за допомогою MS Office Excel, та на їх основі побудовано емпіричні функції попиту для кожного виду візитівок. Для побудови функції попиту використано дані про ціну товару та кількість потенційних покупців, готових придбати за таку ціну даний товар. З урахуванням відомої собівартості було та досліджено і проаналізовано залежність можливого прибутку від ціни для кожного виду візитівок.

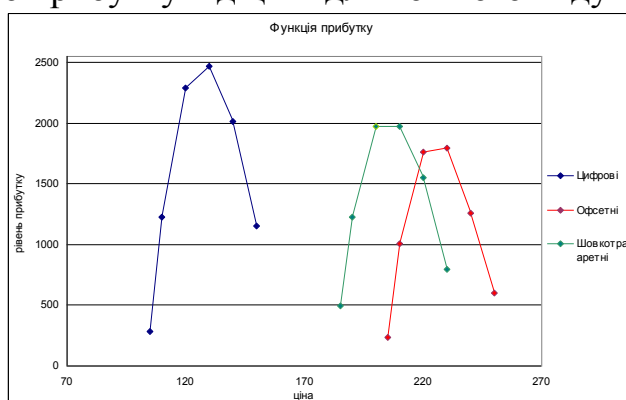


Рисунок 1.1 – Функція прибутку на візитні картки

Функція прибутку представлена на рисунку 1.1, з якого видно, що прибуток з продажу цифрових візитівок набуде максимального значення при

ціні 130 грн, на офсетні візитні картки оптимальна ціна є 230 грн, на шовкотрафаретні – 210 грн.