

#### 4.5. Поведение посредника на розничном рынке

В предыдущем параграфе была построена модель взаимодействия производителя как продавца и посредника как покупателя. Эта модель объясняет их поведение и показывает, как достигается равновесие на оптовом рынке, и как на это равновесие влияет конкуренция на рынке. Но, как уже было показано выше, рыночная роль посредника в рыночной экономике складывается из двух частей: первая – работа на оптовом рынке с производителем-продавцом, где посредник выступает как покупатель; вторая – работа на розничном рынке с конечным потребителем, где посредник выступает как продавец. Рассмотрим модель, описывающую эту вторую часть поведения посредника.

Посредник работает на одном сегменте или целевом рынке из нескольких сегментов. При этом потребители сегмента имеют примерно одинаковые доходы и модель поведения их спроса одинакова для всех из них. Типичные модели поведения потребителей были рассмотрены во второй и третьей главах. Но как поведёт себя посредник, выступающий в роли продавца, пока ещё не ясно. Ясно только одно – используемая в микроэкономике модель предложения здесь совершенно не подходит: посредник ничего не производит, он только перепродаёт, неся издержки от этой перепродажи.

Построим соответствующую модель.

Исходные для такой модели будут таковыми. Посредник приобрёл у производителя партию товара объёмом  $Q$  штук по цене  $P_0$  денежных единиц за штуку. Он предполагает продать потребителям это количество товара по иной цене –  $P_1$ , причём цена эта, очевидно, выше, чем цена приобретения  $P_0$ . Работа посредника на рынке требует за это время затрат  $Z_1$ , которые, очевидно, должны как минимум, окупаться продажей  $Q$  штук товара по цене  $P_1$ :

$$P_1Q \geq P_0Q + Z_1(t) = B_{min}. \quad (4.5.1)$$

В левой части равенства валовой доход посредника, а в правой части складываются затраты на приобретение партии товара с затратами на их реализацию – это суммарные затраты посредника.

Сами затраты являются функцией от времени  $t$ , поскольку посредник выплачивает зарплату продавцам, осуществляет арендную плату за помещения и оплачивает коммунальные услуги. Эти затраты в данной постановке можно рассматривать как линейную функцию от времени. На рисунке 4.12 изображён график, на вертикальной оси которой откладываются значения дохода и прибыли, а по горизонтальной оси – время. На нём совокупные затраты показаны прямой пунктирной линией 3, которая выходит из вертикальной оси из точки  $P_0Q$ . В случае превращения условия (4.5.1) в строгое равенство, посредник не получит предпринимательскую прибыль, но полностью окупит свои затраты  $B_{min}$ , в том числе и заработную

плату, что можно рассматривать как не самый лучший, но вполне приемлемый вариант.

Реализовать данный объём товара  $Q$  по цене в  $P_1$  единиц посредник готов в течение нормативного времени  $t_1$ . Желание посредника на рисунке может быть представлено прямоугольником, одной стороной которого является время  $t_1$ , а другой - доход  $P_1Q$ . Линия 1, соединяющая нулевую точку начала координат на графике и вершину прямоугольника, которая имеет координаты  $(t_1; P_1Q)$ , имеет простой экономический смысл. Тангенс угла наклона этой линии к оси времени определяется как отношение  $P_1Q$  к  $t_1$ . Это отношение, в свою очередь, является не чем иным, как желаемая скорость продаж:

$$v_1 = P_1Q / t_1. \quad (4.5.2)$$

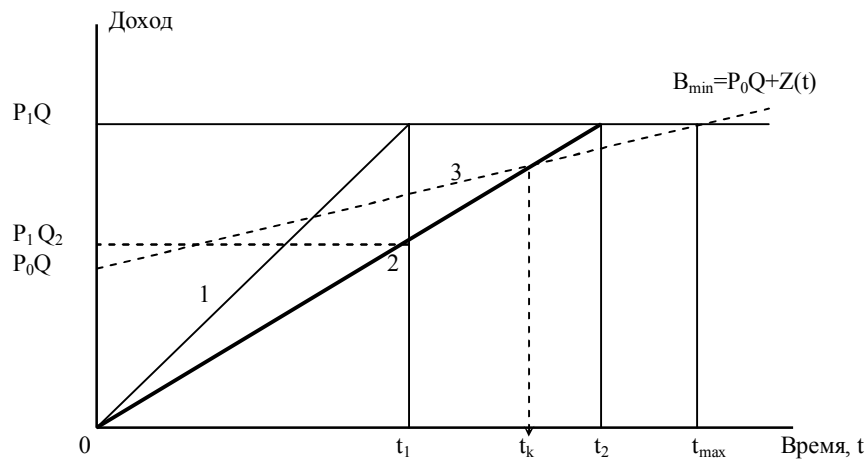


Рисунок 4.12. Поведение посредника как продавца при скорости продаж, меньшей планируемой

Если реальная скорость продажи товара равна или больше этой величины, посреднику нечего волноваться. Но если скорость оказывается меньше данной, то посредник имеет все основания опасаться того, что товар не будет реализован в срок, а значит, ему будет нанесён некоторый ущерб. Ущерб этот вызван тем, что он вынужден нести дополнительные затраты на хранение и реализацию данного товара, это во-первых, а во-вторых, тем, что он не может выручить затраченные денежные средства и вновь пустить их в оборот. Он лишается части прибыли, а если реализация товара затянется, он будет вынужден вообще работать в ущерб себе.

На графике рисунка 4.12 линия 3 пересекает горизонтальную линию  $P_1Q$  в точке, которая имеет в качестве одной из координат время  $t_{max}$ . Это значит, что в случае реализации товара в это время расходы посредника совпадут с его доходами и он не получит прибыль, но окупит вложенные

средства. Любая дальнейшая заминка с реализацией товара приведёт к прямым убыткам. Никакой предприниматель этого не допустит.

Как поведёт себя предприниматель, если фактическая скорость продаж окажется ниже желаемой или прогнозируемой?

Для ответа на поставленный вопрос, нанесём на график рисунка 4.12 линию 2, которая характеризует продажу товара с меньшей скоростью, чем запланировано (4.5.2), и равной

$$v_2 = P_1 Q / t_2. \quad (4.5.3)$$

К моменту времени  $t_1$  посредник продаст при этой скорости товаров

$$Q_2 = (P_1 Q / t_2) t_1 = v_2 t_1 < Q. \quad (4.5.4)$$

Выручка  $P_1 Q_2$  (отмечена на оси дохода рисунка 4.16) меньше минимально допустимой для окупаемости затрат  $B_{min}$  для этого момента. Предприниматель ожидал получить прибыль, а он ещё даже не окупил затрат. Как может поступить предприниматель в этом случае? Возможны несколько вариантов действий.

*Первый вариант.* Ничего не предпринимать и ждать, когда будет продан весь товар. При данной скорости можно ожидать его продажу через  $t_2$  единиц времени. При этом в промежуток времени от  $t_1$  до  $t_2$  предприниматель несёт дополнительные затраты, которые отражаются пунктирной линией 3.

Итоговая прибыль посредника после реализации товара тогда будет равна:

$$\Pi^{Ivar} = P_1 Q - (Q P_0 + Z_1(t)). \quad (4.5.5)$$

Как видно на рисунке графика 4.12 эта прибыль незначительна, но она есть. Но если затраты, изображённые пунктирной линией будут возрастать сильнее, то прибыль будет или очень мала, или её вообще не будет, а вместо неё посредник понесёт потери. Поэтому этот вариант можно избрать только в том случае, когда скорость продаж  $v_2$  близка к планируемой скорости  $v_1$ .

*Второй вариант.* После того, как затраты полностью окупятся, назначить скидки на товар и получить меньшую прибыль чем ожидалось, но избавиться от неходового товара и не нести на них затраты.

Это поведение посредника как продавца описано графической моделью, изображённой на рисунке 4.13. К моменту времени  $t_6$  линия выручки 2 пересечёт линию затрат 3 и продавец полностью окупит затраты на покупку и реализацию  $Q_1$  единиц товара, причём  $Q_1 < Q$ . На реализацию оставшейся части товара  $Q_2 = Q - Q_1$  продавец назначает скидку и продаёт его в достаточно быстрый срок по значительно меньшей цене  $P_2$ , например, близкой к себестоимости. При этом скорость продаж увеличится и кривая выручки с момента  $t_6$  пойдёт более круто.

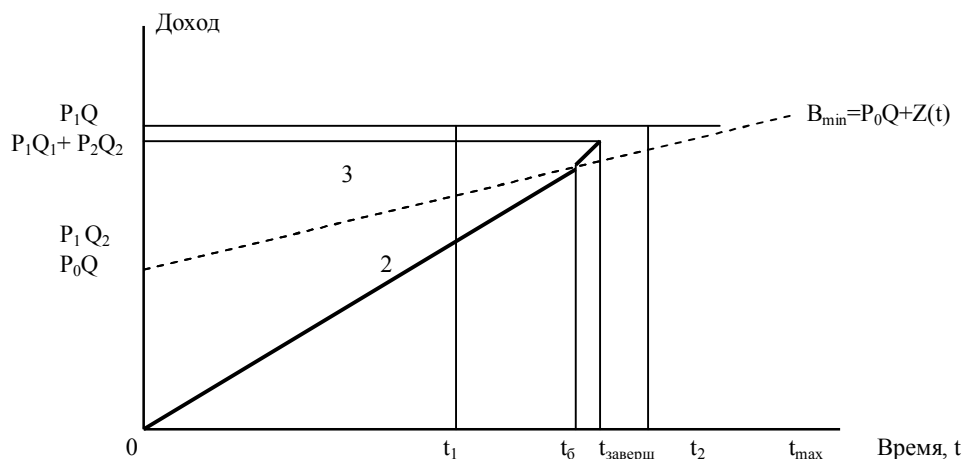


Рисунок 4.13. Поведение посредника как продавца при скорости продаж, меньшей планируемой, и установлении скидки в точке окупаемости затрат

Товар будет продан к моменту времени  $t_{заверш}$  и выручка при этом составит:

$$P_1 Q_1 + P_2 Q_2 < P_1 Q.$$

Прибыль при такой выручке будет равна:

$$\Pi^{2var} = P_1 Q_1 + P_2 Q_2 - (Q P_0 + Z(t)). \quad (4.5.6)$$

При этом, вполне возможно, что прибыль по второму варианту может оказаться выше прибыли по первому варианту, поскольку во втором варианте затраты продавца меньше, чем в первом, и недополучение выручки компенсируется снижением затрат на реализацию. Из рисунка 4.13 легко увидеть это.

*Третий вариант.* Обнаружив снижение скорости продаж, продавец снижает цену за единицу товара, увеличивая тем самым скорость продаж ещё до наступления точки окупаемости.

Модель такого поведения продавца приведена на графике рисунка 4.14. В момент времени  $t_1$  продавец принимает решение о скидках. При этом снижение цены приводит к увеличению скорости продаж  $v_3$ : Линия поведения продавца в этот момент времени ломается и устремляется вправо вверх с большим углом наклона (характеризуя большую скорость продаж). В момент окончания продаж  $t_{заверш}$  выручка составит:

$$P_1 Q_1 + P_2 Q_2 < P_1 Q.$$

Но так как эта выручка больше затрат, так как это следует из графика, то продавец имеет при этом прибыль, которая определяется также, как и прибыль по второму варианту (4.5.6). Однако в третьем случае общая

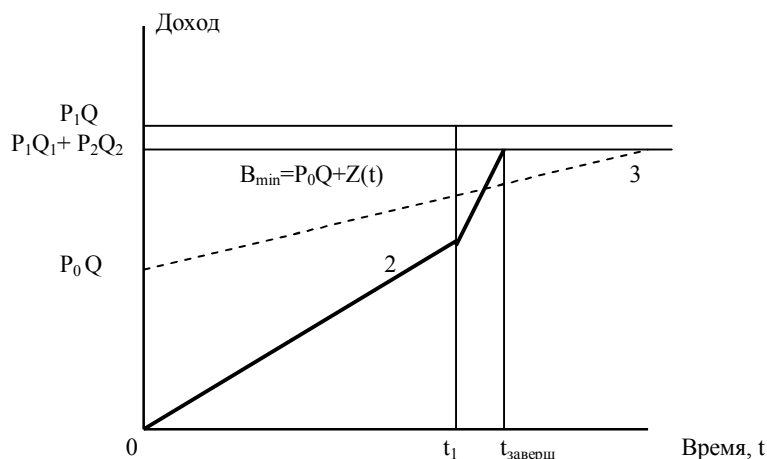


Рисунок 4.14. Поведение посредника как продавца, реализующего стратегию скидок

выручка меньше чем во втором и первом случае, но за счёт экономии на затратах, которая получается в результате увеличения скорости продаж и сокращения срока продаж, прибыль может оказаться самой большой.

Выбор каждого из вариантов действия продавца определяется целым рядом факторов, но основными, как это легко увидеть из графических моделей (4.5.16), (4.5.17) и (4.5.14), являются:

- характер изменения во времени затрат у посредника-продавца;
- особенность модели спроса того сегмента, на котором работает продавец, и в первую очередь эластичность по цене;
- этап цикла спроса на товар.

Рассмотренные варианты легко могут быть дополнены их различной комбинацией с вариацией цен в зависимости от спроса на товар. Легко убедиться в том, что посредник может задать и такие цены на товар, которые окажутся ниже не только цены, по которой посредник покупал товар у продавца, но и себестоимости производства этого товара. В таком случае нельзя говорить о демпинговых ценах, поскольку задачей продавца в данном случае является не завоевание рынка и устранение с него конкурентов, а получение прибыли за счёт быстрой продажи товара и резкого снижения затрат на хранение и реализацию товара.