



ELASTİKİYET NEDİR?

İşletmeler, tüketici davranışını anlamak için önemli miktarda zaman ve kaynak harcarlar. İşletme sahiplerinin bilmek istediği şeylerden biri, potansiyel müşterilerin satın alma kararlarını nasıl aldıklarıdır. Esneklik, arz ve talebin farklı ekonomik değişkenlerden nasıl etkilendiğini ölçer.

ELASTİKİYET NEDİR?

Esneklik, arz ve talebin gelir ve fiyat değişikliklerinden nasıl etkilendiğidir. Son derece elastik ürünler, ölçülen ekonomik faktördeki değişikliklerden güçlü bir şekilde etkilenir. Dört çeşit esneklik vardır, ancak işletmeler genellikle bir ürünün fiyatının o ürüne olan talebi ne kadar etkilediğini ölçmek için esnekliği kullanır. İş'te dört tür esneklik:

1. TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ

Bu tür bir esneklik, bir ürünün fiyatının tüketici talebini nasıl etkilediğini ölçer. Son derece esnek bir ürün, fiyatın ne kadar talep olduğunu güçlü bir şekilde etkilediği bir ürünken, çok esnek olmayan bir ürün, fiyat değiştiğinde talepte çok fazla değişiklik olmayacaktır.

2. ARZIN FİYAT ESNEKLİĞİ

Bu esneklik, arz sayısı değiştiğinde bir ürünün fiyatının ne kadar değiştiğini ölçer. Örneğin, piyasada ne kadar ham petrol bulunduğuna bağlı olarak benzin fiyatlarının hızla değiştiğini görebilirsiniz.

3. TALEBİN ÇAPRAZ ESNEKLİĞİ

Bu esneklik, bir malın talebinin başka bir malın fiyatından nasıl etkilendiğini ölçer. Örneğin, buğday daha pahalı hale gelirse insanlar daha fazla mısır alabilir.

4. TALEBİN GELİR ESNEKLİĞİ

Bu tür bir esneklik, tüketici gelirleri değiştiğinde bir üründen ne kadar talep edildiğini ölçer. Bu ölçüm, cep telefonları veya internet hizmetlerinde olduğu gibi, bir şeyin lüks bir üründen metaya ne zaman geçtiğini belirlemeye yardımcı olabilir.

ESNEKLİK NEDEN ÖNEMLİDİR?

Arz ve talebin gelir ve fiyatlandırma ile nasıl etkileşime girdiğini anlamak, bir iş planı geliştirmenin merkezi bir unsurudur. İşte esnekliğin önemli olmasının bazı nedenleri:

Fiyatlandırma konusunda ne kadar esnekliğe sahip olduğunuzu belirleyin

Çok esnek bir ürününüz varsa, ürününüzün esnek olmamasına kıyasla fiyatlandırma konusunda çok daha az esnekliğe sahipsiniz. Bu, ürününüze olan talebin fiyatından ne kadar etkilendiğini bulabileceğiniz anlamına gelir.

Talebinizin ne kadar değişken olduğunu belirleyin

Arzınızı talebinize göre ayarlamalısınız, bu nedenle ürününüze olan talebi neyin etkilediğini anlamak, ne kadar üreteceğinize karar vermenize yardımcı olacaktır.

Hangi ekonomik unsurların talebinizi etkilediğini öğrenin

Esnekliği anlamak, tüketici gelirinin, rakip fiyatların ve diğer malların maliyetinin, insanların ürününüzü satın alma olasılığını nasıl etkilediğini öğrenmenize yardımcı olacaktır.

Müşterilerinizi ne kadar elde tutacağınızı ölçün

Esneklik yoluyla müşteri sadakatini ne kadar geliştireceğinizi belirleyebilirsiniz. Son derece esnek olmayan ürünler veya fiyatları ekonomiden etkilenmeyen ürünler, yüksek esnekliğe sahip ürünlerden daha güçlü müşteri tutma özelliğine sahip olacaktır.

ELASTİKİYET NASIL ÇALIŞIR?

Esneklik, iki ekonomik faktörün nasıl etkileşime girdiğidir. İşletmeler çoğunlukla fiyat esnekliğine odaklanır, bu da ürünlerinin fiyatının talebi nasıl etkilediğidir. Miktardaki değişimin yüzdesini fiyattaki değişimin yüzdesine böldüğünüzde esnekliği bulursunuz. Esneklik birden büyükse, o zaman fiyata çok duyarlı bir ürününüz var. Esneklik birden az ise ürününüz fiyattan çok fazla etkilenmez.

ESNEKLİĞİ NASIL HESAPLARSINIZ?

İşletmeler genellikle talebin ürün fiyatından nasıl etkilendiğine odaklandığından, fiyat esnekliğinin nasıl belirleneceğine odaklanıyoruz. Ürününüzün esnekliğini şu şekilde hesaplarsınız:

Hangi zaman dilimlerinde çalıştığınızı belirleyin.

Miktardaki değişimin yüzdesini belirleyin.

Fiyattaki değişim yüzdesini bulun.

Esnekliği hesaplayın.

1. Hangi zaman dilimlerinde çalıştığınızı belirleyin

Ne kadar sattığınızı ve aynı dönemdeki fiyatları ölçtüğünüzden emin olmanız gerekir. Aynı zaman periyodundaki verileri kullandığınız sürece, herhangi bir zaman ölçüsü kullanabilirsiniz.

2. Miktardaki değişimin yüzdesini belirleyin

Satılan orijinal tutarı daha sonra satılan miktardan çıkarın, ardından satılan miktardaki değişim yüzdesini bulmak için orijinal miktara bölün ve ardından 100 ile çarpın.

Örneğin, Ocak'ta 100 birim ve Şubat'ta 150 birim sattıysanız, değişim yüzdesini hesaplarsınız:

$$150 - 100 = 50$$

$$50/100 = 0,5$$

$$0,5 \times 100 = \%50$$

3. Fiyattaki değişimin yüzdesini bulun

Orijinal fiyatı sonraki fiyattan çıkarın, orijinal fiyata bölün ve değişim yüzdesini bulmak için 100 ile çarpın.

Örneğin, Ocak fiyatınız 50 TL ve Şubat fiyatınız 40 TL ise, fiyattaki değişiklik yüzdesini şu şekilde hesaplırsınız:

$$40 - 50 = -10$$

$$-10/50 = -.2$$

$$.2 \times 100 = \%20$$

4. ESNEKLİğİ HESAPLAYIN

Artık değişim yüzdelerini bildiğinize göre, miktardaki değişimi fiyattaki değişime bölebilirsiniz.

Örneğimizde, esneklik $50/20 = 2.5$ gibi görünecektir. Örnekteki esneklik birden fazladır, yani talep, fiyata bağlı olarak oldukça esnek olan bir üründür.

ESNEKLİğİ NE ETKİLEYEBİLİR?

Talebin fiyat esnekliğini etkileyebilecek üç ana faktör şunlardır:

1. Yedeklerin mevcudiyeti

Ne kadar çok ikame varsa, ürününüzün fiyat esnekliği o kadar yüksek olur. Bu da alternatifi olan ürünlerin fiyat değişimlerine karşı daha duyarlı olacağı anlamına geliyor. Bir sektördeki bireysel ürünler esnek olabilirken, sektör bir bütün olarak esnek olmayabilir. Örneğin, kahve fiyatı artarsa, insanlar bunun yerine çay veya soda içebilir. Bununla birlikte, kafeinin maliyeti yükselirse, talep üzerinde büyük bir etkisi olmayacaktır.

2. Gereklilik

Ürün hayatta kalmak veya rahatlık için kullanılıyorsa, fiyatın talep üzerindeki etkisi daha az olur. Tüketiciler, yaşamları üzerinde bir etkisi varsa ürünleri satın almaya devam edecekler, ancak ikram veya eğlence olarak gördükleri şeyler üzerindeki satın alma alışkanlıklarını daha kolay değiştireceklerdir. Örneğin, yakıt büyük ölçüde esnek değildir çünkü insanların evlerindeki sıcaklığı kontrol etmeleri ve maliyeti ne olursa olsun işe gidip gelmeleri gerekir.

3. Zaman

Esneklik zamanla değişir. Fiyat arttıkça anlık talebin değişmediği, ancak alternatifler ortaya çıktıkça veya insanlar satın alma davranışlarını değiştirdikçe değişeceği bazı durumlar vardır. Yakıt örneğine dönersek, yüksek gaz fiyatları talebi hemen etkilemeyecektir. Ancak fiyatlar düşmezse daha fazla insan toplu taşımayı kullanmaya başlayabilir veya elektrikli veya elektrikli hibrit araç satın alabilir.