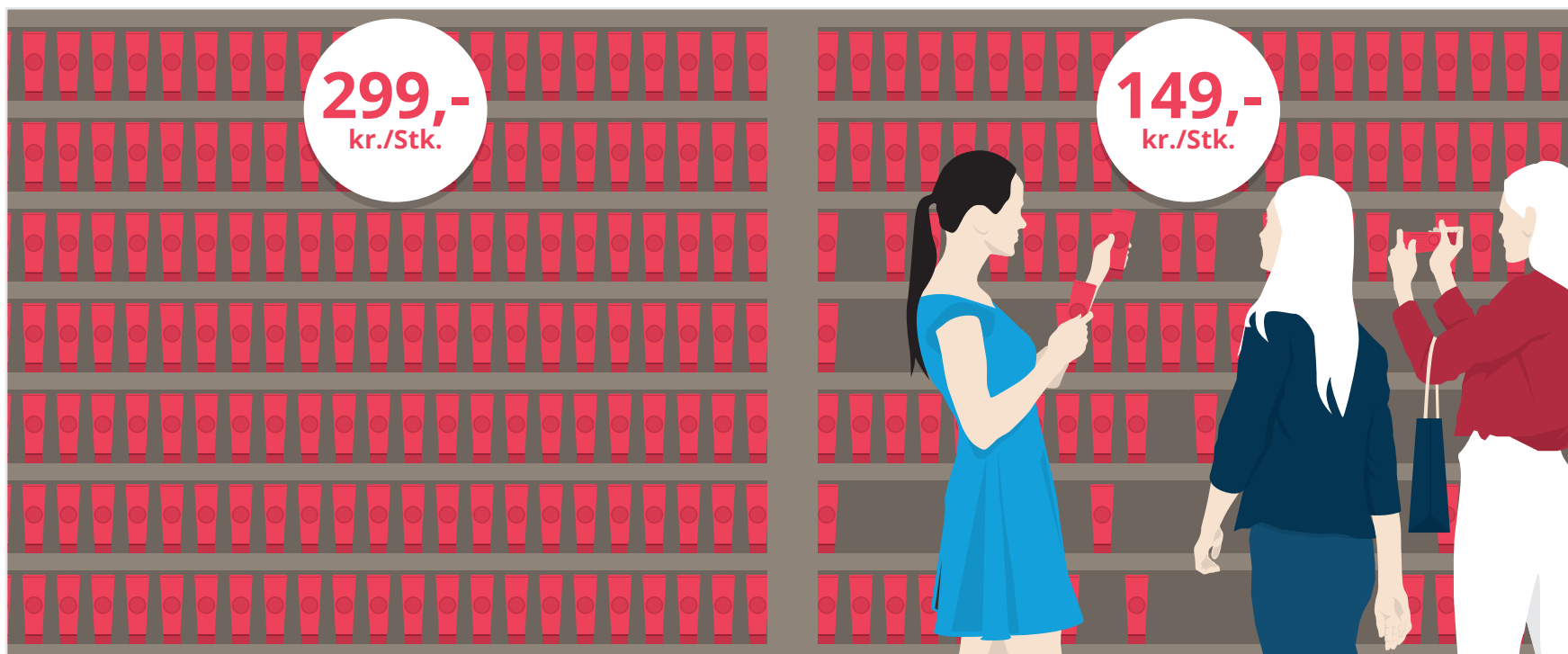


Priselasticitet: Hvordan hænger pris og efterspørgsel sammen? (3/3)



RESUMÉ

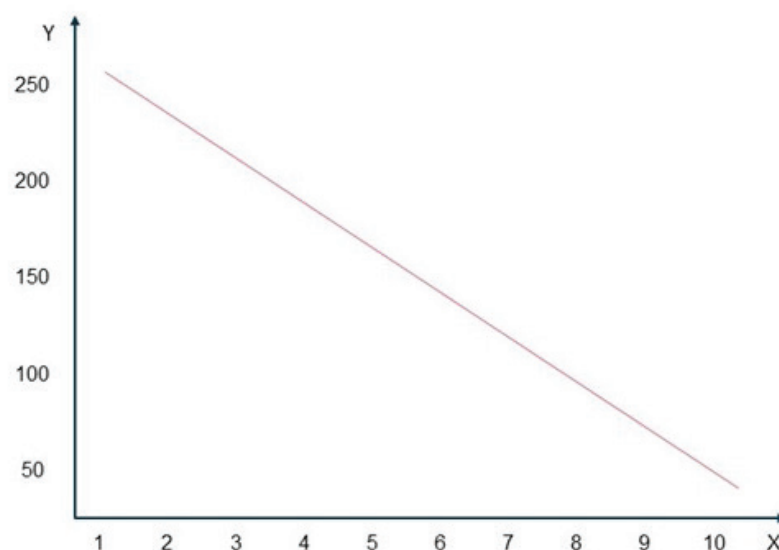
I tredje og sidste del af den tredelte serie om efterspørgsel går denne artikel i dybden med prisen effekt på efterspørgslen for en vare. Som beskrevet i del 1, er prisen blot én af mange determinanter, der kan påvirke efterspørgslen, men som én af de stærkeste determinanter på tværs af alle varegrupper fortjener den særlig opmærksomhed. Priselasticitet beregnes som ændring i mængde delt med ændring i pris, og jo større en elasticitet, des større effekt vil en prisændring have på efterspørgslen.

Vi har tidligere skrevet om hvad efterspørgsel er hvorefter vi indgående har beskrevet hvordan forholdet er mellem købekraft, indkomst og efterspørgsel. Men som vi så i den første af disse artikler, var pris en af de væsentlige efterspørgselsdeterminanter, hvilket er omdrejningspunktet for denne artikel. Som i de to andre artikler gælder det ligeledes, at en varesidestilles med betegnelsen produkt og alle former for tjenesteydelser, mens aftageren (et individ, en forbruger, en husholdning eller en hel befolkning) af virksomhedens vare betegnes som køberen i denne artikel.

Hvad er en efterspørgselskurve?

Inden vi går videre med selve begrebet priselasticitet, skal vi have en forståelse for, hvad en efterspørgselskurve egentlig er. Prisen på en given vare kan udtrykkes i en efterspørgselskurve, hvor vi jf. figur 1 kan se, at hvis prisen (Y) ændres, bevæger vi os op eller ned ad efterspørgselskurven ift. mængden (x). Det er måske ikke nogen stor overraskelse, at hvis prisen øges, så falder efterspørgslen, mens den omvendt stiger hvis prisen sænkes - den type logik kender vi fra f.eks. tilbudsvare i supermarkedet.

Figur 1: En simpel lineær efterspørgselskurve



Kilde: www.rentabilitet.dk og egen tilvirkning

Men kan vi forklare, hvorfor det er sådan - altså hvorfor efterspørgselskurvenerfaldende? Deterenteoretisk antagelse, at efterspørgslen af en vare stiger (under normale omstændigheder), hvis varens pris falder og det skyldes (primært) to forhold:

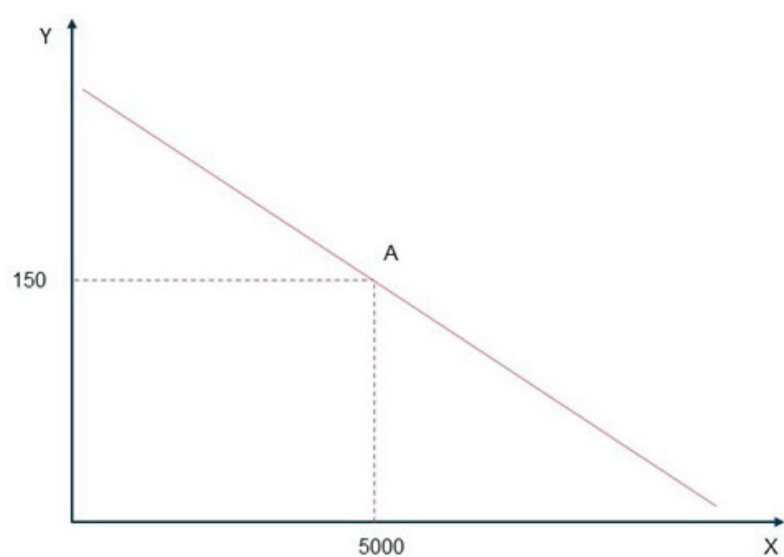
1. Substitutionseffekten som bygger på antagelsen om at:
 - a) varen bliver billigere ift. til andre varer

b) er afledt af a), idet vi kan forestille os, at der vil ske et skift fra andre varer, der dækker lignende behov, over mod den vare, som er blevet billigere.

2. Indkomsteffekten, hvor det antages, at køberens disponible indkomst forøges, da der med den samme nominelle indkomst kan købes flere varer end før (også af den vare som din virksomhed producerer). Det er en smule teoretisk, fordi det f.eks. antages, at køberen ikke sparer noget af ekstrainkomsten op, og at de andre varepriser samt indkomsten er konstant, men det er en anden diskussion.

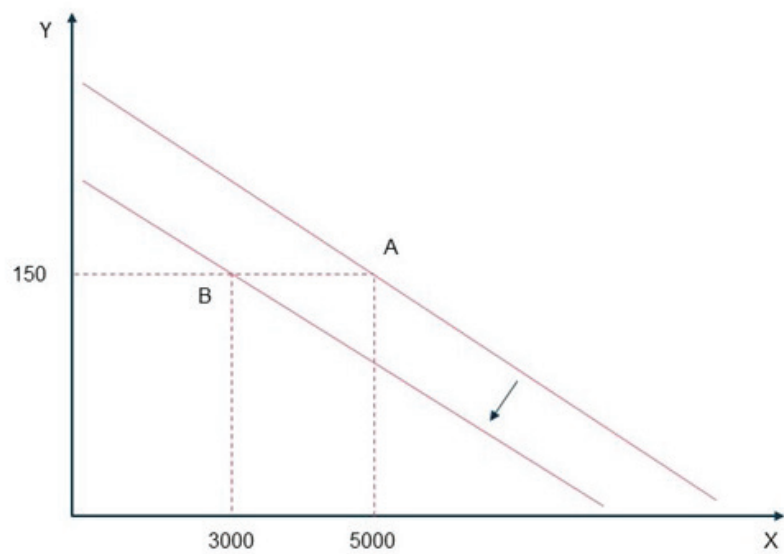
For at illustrere ovenstående, har vi udarbejdet et eksempel, hvor figur 2, 3, 4 og 5 skal læses i sammenhæng. I alle figurerne er Y prisen (per kg), mens x er mængden (i tons). Vi forestiller os, at det er prisen og mængden for en vare - lad os sige oksemørbrad.

Figur 2: Prisen på oksemørbrad er 150 kroner per kg., og der efterspørges til denne pris 5000 tons...



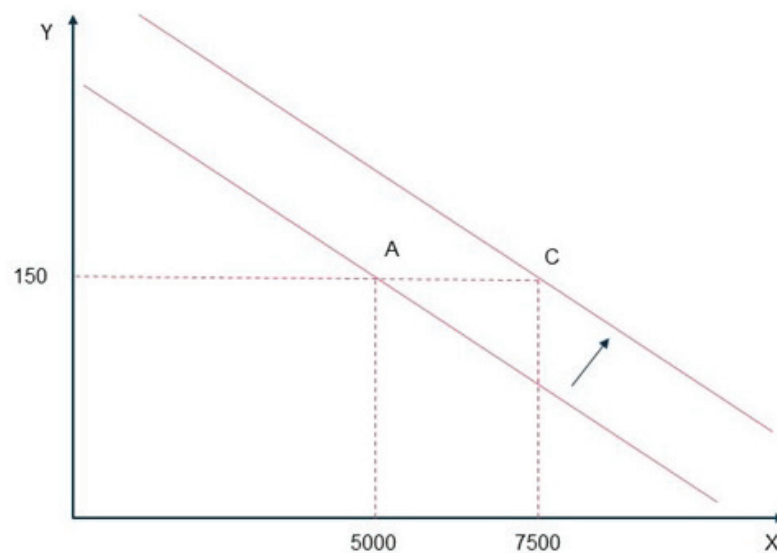
Kilde: www.rentabilitet.dk og egen tilvirkning

Figur 3: ...en farlig bakterie mindsker efterspørgslen, dvs. kurven forskydes til venstre...



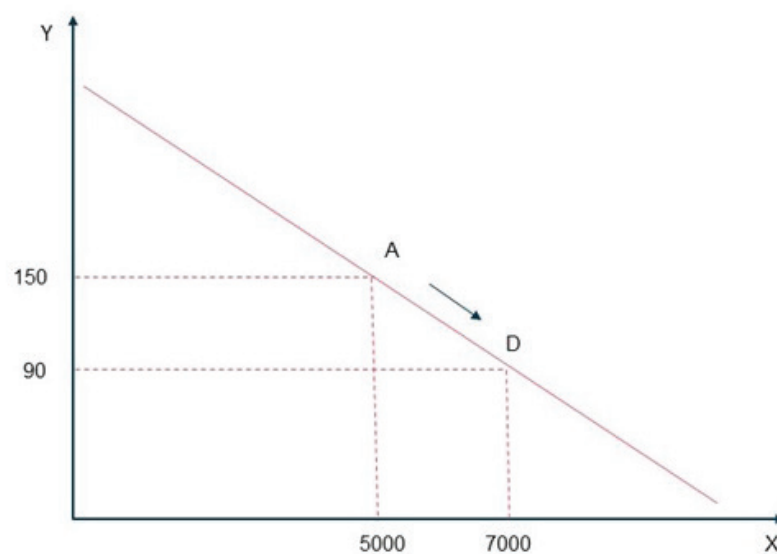
Kilde: www.rentabilitet.dk og egen tilvirkning

Figur 4: ...højere indkomster øger igen efterspørgslen på oksemørbrad dvs. kurven forskydes til højre...



Kilde: www.rentabilitet.dk og egen tilvirkning

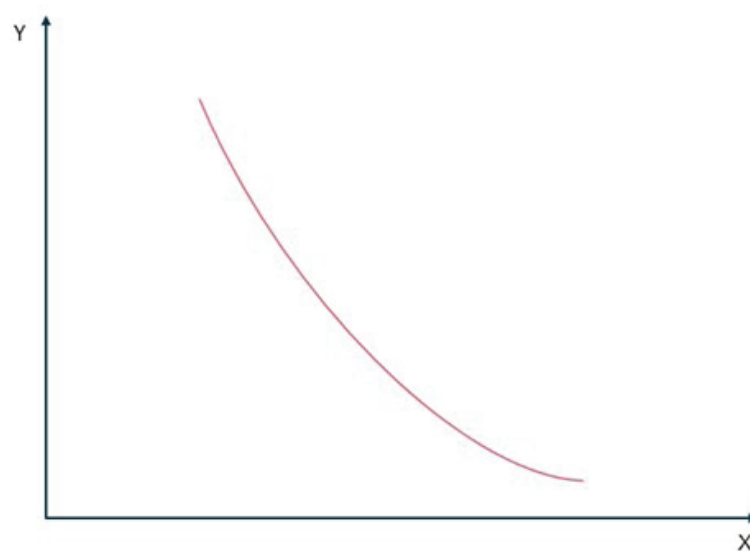
Figur 5: ...prisen på oksemørbrad nedsættes fra 150 kr. per kg. til 90 kr. og vi bevæger os derfor på selve kurven



Kilde: www.rentabilitet.dk og egen tilvirkning

Viser altså, hvordan nogle af efterspørgselsdeterminanterne (pris, behov og indkomst) påvirker efterspørgselskurven. I praksis vil kurven være krum som anvist i figur 6, hvor Y er pris og x er mængde.

Figur 6: En krum prisetterspørgselskurve



Kilde: Driftsøkonomi side 248 og egen tilvirkning

Ændrer vi på en eller flere af efterspørgselsdeterminanterne, ændres prisetterspørgselskurvens beliggenhed i diagrammet. Mere interessant er det dog, at formen på prisetterspørgselskurven kan fortælle os noget om, hvor prisfølsom en vare er - en stejl kurve afspejler en lille følsomhed, mens en flad kurve afspejler en stor følsomhed. Hvis du læste artiklen: Hvordan hænger købekraft, indkomst og efterspørgsel før denne, vil du måske kunne huske, at vi talte om indkomstelasticitet - vi er nu nået frem til priselasticitet.

Hvad er priselasticitet?

De økonomiske begreber "udbud og efterspørgsel" er almenkendte for de fleste. Priselasticitet begrebet baserer sig således på et markedsdirigeret samfund, hvor prisen på en vare dikteres af udbuddet og efterspørgslen. Priselasticitet fortæller os altså om, hvor følsom, eller med brug af fagtermet: elastisk, en vares efterspørgsel er ift. til en prisændring for varen, når kun prisen ændres. Hvilket betyder, at vi ved at beregne priselasticiteten, kan se hvilken effekt 1%-point ændring i prisen har for efterspørgselsmængden i %-point, dvs. hvis vi ændrer prisen med 1%-point, vil efterspørgselsmængden så falde eller øges med f.eks. 0,1%, 1%, 2,5% eller noget helt fjerde? Det lyder måske lidt flyvsk, men vi kan gøre det meget konkret, hvis vi tænker i driftsøkonomiske termer, hvor vi ved, at pris gange mængde er lig omsætning. Priselasticitet handler altså om forholdet mellem pris og efterspørgselsmængden, som jo i bund og grund er de to størrelser, som udgør din omsætning og dermed toppen af din bundlinje.

Hvordan beregnes priselasticitet?

Som anvist i formlen nedenfor, er beregningen af priselasticitet relativt simpel:

$$\text{Priselasticitet} = \frac{\text{Ændring i mængde (X)}}{\text{Ændring i pris (y)}}$$

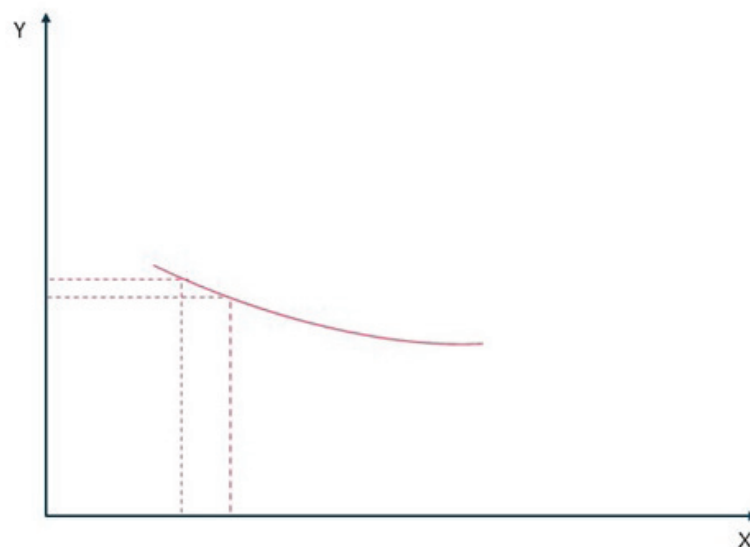
Priselasticitetens fortegn angiver bevægelsens "retningen" og den numeriske værdi "styrken". Da pris og mængde som hovedregel er modsatrettede ift. hinanden, er priselasticiteten negativ (altså at en højere pris betyder en mindre mængde eller omvendt). Du skal derfor være opmærksom på, om udregningen foretages med fortegn eller numerisk (vær særligt opmærksom på diverse hjemmesider, hvor notationen mange steder ikke er tydeliggjort). Vi holder os til numerisk form hvor følgende gælder:

A. Hvis priselasticiteten er lig ∞ , er efterspørgslen fuldstændig elastisk. Det er et yderpunkt, hvor en hvilken som helst forøgelse af prisen vil få efterspørgselsmængden til at falde til 0 og dermed også omsætningen. I praksis er det nok kun varer, hvis pris er fastsat ved lov, f.eks. hvis en gældende 500 hundredekroners seddel blev solgt for mere end 500 kroner, ville ingen efterspørge den.



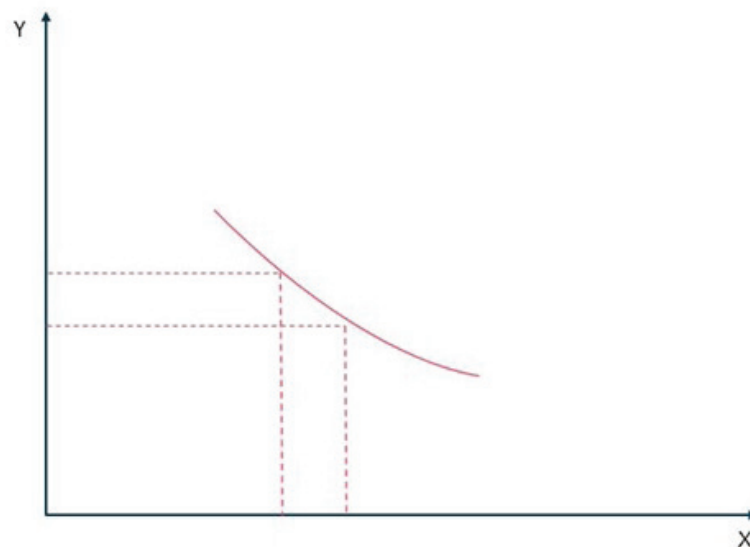
Kilde: Driftsøkonomi side 250 og egen tilvirkning

B. Hvis priselasticiteten er større end 1 er efterspørgslen elastisk. Så en ændring i efterspørgselsmængden er større end den i prisen, hvilket betyder, at hvis prisen sænkes øges omsætning også (og omvendt).



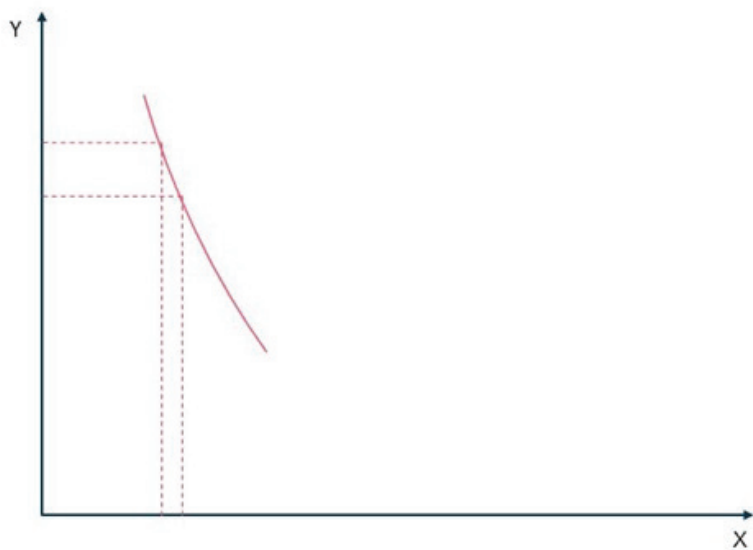
Kilde: Driftsøkonomi side 250 og egen tilvirkning

C. Hvis priselasticiteten er lig 1 er efterspørgslen neutralt elastisk. Så en ændring i efterspørgselsmængden er lig med den i prisen, hvilket betyder at en prisændring ingen effekt vil have på omsætningen.



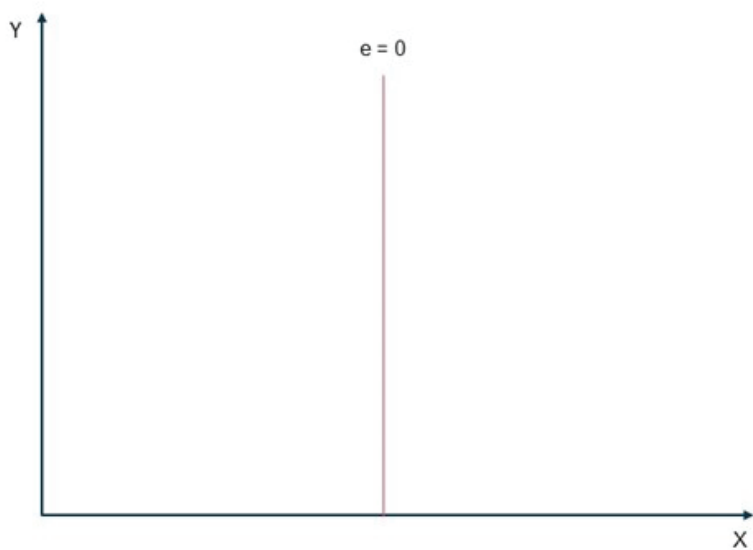
Kilde: Driftsøkonomi side 250 og egen tilvirkning

D. Hvis priselasticiteten er mindre end 1 er efterspørgslen uelastisk. Så en ændring i efterspørgselsmængden er mindre end den i prisen, hvilket betyder, at hvis prisen sænkes, mindskes omsætning også (og omvendt).



Kilde: Driftsøkonomi side 250 og egen tilvirkning

E. Hvis priselasticiteten er lig 0, er efterspørgslen fuldstændig uelastisk, hvilket betyder, at en prisændring ikke har nogen effekt på efterspørgselsmængden, og du således altid kan hæve priserne, da det vil øge omsætningen. I realiteten er det kun produkter, som er livsnødvendige, som findes i denne kategori, idet køberen vil betale hvad som helst for at overleve. Vi kan sige, at efterspørgslen ikke er betinget af prisen. I praksis har vi dog et så bredt udbud af substituerende varer, at dette i vores tid blot er en teoretisk observation.



Kilde: Driftsøkonomi side 250 og egen tilvirkning

Og hvad kan vi så bruge det til?

A og E er yderpunkter, som vi ikke behøver at bekymre os yderligere om her. Men det kan være fordelagtigt at kende priselasticiteten, hvis du f.eks. vil introducere en rabatperiode, idet du således er bedre stillet ift. din salgsprognose, eller sagt med andre ord, du kan reducere dine usikkerheder og dermed din risiko ift. produktion, efterspørgselsmængden og omsætningen, dvs. at du som virksomhedsejer kan bruge priselasticitet i forhold til, hvordan din omsætning påvirkes, hvis du justerer prisen på din vare.

Men vil kunderne overhovedet reagere ift. priselasticitet?

Det afhænger af en række faktorer, hvoraf vi har listet 8 nedenfor:

1. Har du et unikt produkt?

Hvis dit produkt er unikt og kunderne er bundet tæt til det, vil der sandsynligvis være uelastisk efterspørgsel ift. pris.

Et eksempel herpå kunne være Apple iPhones og iPads. Apples varemærke er så stærkt og kendt, at mange købere vil betale en præmie for Apple-produkter, hvilket betyder, at mange vil fortsætte med at købe, selvom prisen hæves. Alternativt kan vi f.eks. tage flådetomater. Der findes mange sammenlignelige produkter og sikkert ligeså gode alternativer, så hvis du sælger flåede tomater og hæver prisen, vil folk nok skifte til billigere alternativer (substitution). En måde at "fange" købere, som substituerer, er ved at have flere pristyper af den "samme" vare, dvs. en discountudgave, en almindelig udgave og en luksus eller præference orienteret udgave - et godt eksempel herpå er Føtex's "Budget", "Vores", "Princip" og "Levevis" koncept.

2. Hvor nødvendig er din vare egentligt?

Hvis vi ser bort fra præferencer som økologi m.m., og således antager, at f.eks. rugbrød er en nødvendighed, så vil denne være uelastisk. Dog vil dit eget "mærke" brød være elastisk, så hvis du hæver prisen for meget på det vil køberne skifte til andre alternativer.

3. Er din vare en nydelse/vane?

De fleste købere er relativt ufølsomme over for ændringer i prisen på nydelse og/eller vane varer som f.eks. alkohol og tobak. Hvis f.eks. afgifter øges og prisen øges, vil efterspørgslen være uelastisk, fordi mange rygere er afhængige, og ikke har nogen alternativer, og derfor vil blive ved med at købe, og ift. alkohol vil vi sikkert ligeledes blive ved med at købe det, fordi det er forbundet med nydelse og hygge.

4. Hvor stor en del af køberens indkomst bruges der på dit produkt?

Priselasticiteten for f.eks. en agurk er med al sandsynlighed meget lavere, end for en ny bil. Dvs. at enhedsprisens størrelse i det daglige budget ligeledes har betydning.

5. Hvor loyale er dine købere?

Hvis du formår at opbygge en høj grad af loyalitet (eller meget høj kundetilfredshed) blandt dine købere, vil dette reducere prisfølsomheden og dermed reducerer priselasticiteten.

6. Markedsfører du din vare effektivt?

Du kan vinde nye købere og opbygge loyalitet hos de nuværende ved at fortælle, hvordan din vare kan skabe værdi for køberen gennem markedsføring. Hvis din markedsføring fungerer effektivt, skulle den gerne øge efterspørgslen.

7. Hvor er din vare i dens livscyklus?

Priselasticiteten varierer alt efter hvor din vare er i dens livscyklus. Hvis du lige har lanceret varen, og der er få konkurrenter, er priselasticiteten relativt uelastisk. Men i takt med at andre virksomheder hopper med på vognen, øges udvalget af varer og samtidig øges priselasticiteten. Hvis din vare har været 'derude' et stykke tid (blevet allemandseje) og dermed er i slutningen af dens livscyklus, kan køberne blive meget følsomme over for prisen. Rabat i den ene eller anden form er i dette stadie meget almindeligt.

8. Hvilket marked er dine købere i?

Der findes overordnet set to forskellige typer af markeder:

› **Producentvaremarkedet (B2B): varerne, som handles,**

anvendes til erhvervsformål, dvs. produktion, mellemhænder, videresalg eller institutionelt.

› **Konsumentvaremarkedet (B2C): varerne, som handles, anvendes til dækning af personlige behov, herunder både de daglige og længerevarende.**

I praksis kan det være, at du opererer i begge markeder, men med overvægt i en af typerne.

Vi håber, at du nu har fået en dybere forståelse for, hvordan pris og efterspørgsel hænger sammen, og hvordan dette kan tænkes ind i din virksomhed.

Hvis du er nysgerrig på at vide mere om efterspørgsel, og du endnu ikke har fået læst de første to dele af denne artikelserie, så læs: [Hvad efterspørgsel er](#) eller [Hvordan hænger købekraft, indkomst og efterspørgsel sammen?](#)

Kilder:

- 1) Driftsøkonomi, Peter Lynggaard, 5 udgave, 3 oplag. Handelshøjskolens Forlag
- 2) Makro Økonomi - introduktion til teori og politik, Helge Brink. Jurist- og Økonomforbundets Forlag
- 3) www.rentabilitet.dk