

## **ПОПИТ, ЗАКОН ПОПИТУ ТА ЙОГО ЕФЕКТИ**

*The modern market is highly competitive. If not to know the basics of the formation of demand, this will lead to bankruptcy. The laws of demand and their effects are the basis for the effective and profitable business functioning of the business.*

В умовах сучасного ринку конкуренція є загостреною. Існує багато відомих компаній, виробників, що вже отримали лояльність певної групи споживачів. Через це молодим фірмам складно зайняти свою нішу серед відомих конкурентів. Ефективне використання на практиці інформації щодо формування попиту і ефектів, які йому слідує, значно підвищують шанси на отримання бажаного результату.

Попит – кількість продукту, який споживачі готові та спроможні купити за певну ціну протягом відповідного проміжку часу і в певному місці. Тобто це платоспроможна потреба. Зазвичай попит розглядають з погляду вигідності ціни. Він показує кількість продукту, яку споживачі будуть купувати за різними можливими цінами. Тому доцільно розглядати попит з кількісної позиції.

Попит тісно пов'язаний із ціною, він змінюється залежно від її кількісного показника. Це пояснюється тим, що продукти і їх кількість, які люди купують на ринку, залежать від двох основних факторів: ціни та якості. На кількість купованого продукту більший вплив має ціна. Чим вища ціна на товар, тим меншу його кількість придбають покупці. Тут має місце думка «менше, але краще». І навпаки: чим нижча ціна на товар, тим більшу кількість його буде куплено за інших рівних умов. Вираз «за інших рівних умов» означає, що усі змінні, окрім тих, що аналізуються в даний момент часу, беруться як константи. Даний вираз використовується щодо гіпотетичної ситуації, в реальних умовах багато змінних диференціюються одночасно.

Обсяг попиту обернено пропорційний ціні послуги або товару. Залежність між ціною і кількістю товару, який може купити споживач за певний період часу підтверджує себе у випадку з більшістю товарів і послуг. З цього, як константа, випливає закон попиту: за інших рівних умов, коли ціна на товар зростає, обсяг попиту на товар зменшується.

Дію закону попиту і закономірності поведінки споживачів пояснюють двома відомими в економічній теорії ефектами: ефектом доходу та ефектом заміщення.

Ефект доходу характеризує ситуацію, коли за нижчої ціни товару споживач може купити його, не відмовляючись від придбання інших альтернативних товарів. Якщо рівень доходу споживача зростає, але він вирішив залишити незмінним свій рівень споживання даного товару, то на «вивільнені» гроші він зможе придбати додаткову кількість інших товарів. Важливо зазначити, що, навіть після припинення зростання попиту від конкретного споживача, при подальшому зниженні ціни на даний товар, кількість покупок на ринку постійно зростатиме, адже люди з більш низьким рівнем доходу почнуть задовольняти свої потреби, купуючи товари.

Ефект заміщення характеризує взаємозв'язок між цінами товарів і обсягом попиту споживача. Зниження цін на товар при незмінних цінах на інші товари означає їхнє відносне здешевлення порівняно з іншими товарами. Споживач замінюватиме відносно дорожчий товар, купуючи дешевший і у значно більшій кількості. Якщо зниження ціни на один товар зменшує попит на інший товар, то такі товари називаються взаємозамінними, інакше кажучи субститутами.

Відповідно до закону попиту, якщо на товар, який купує споживач падає ціна, і він купує його у більших кількостях, то і товар, який він зазвичай купує супутнім до того, на який впала ціна, то і на цей супутній товар попит буде зростати. Якщо зменшення ціни одного товару веде до збільшення попиту на інший товар, то такі товари називаються взаємодоповнюючими або ж комплементарними.

Ефекту доходу і ефект заміщення постійно взаємодіють. При купівлі товарів звичайного попиту ефект доходу та ефект заміщення діють в однаковому напрямі, таким чином вони зумовлюють збільшення обсягів попиту при зниженні цін на товари і послуги. Але поряд з такими товарами на ринку є також товари, попит на які зростає незважаючи на зниження рівню доходу споживачів. Така тенденція простежується при реалізації низькоякісних товарів. При зміні цін на такі товари ефект доходу та ефект заміщення діють у протилежних напрямках. По-перше, зниження цін на товар низької якості спричинить зростання попиту на нього: покупець надає перевагу дешевшому товару низької якості, а не високоякісному ціна на який значно вища. Це – ефект заміщення. По-друге, внаслідок дії ефекту доходу споживач стає дещо заможнішим, а заможніша людина споживає значно менше товарів низької якості або зовсім не споживає їх.

Отже, поняття попиту є ключовим в умовах ринку. Він тісно пов'язаний із ціною та відбиває суттєвий причинно-наслідковий зв'язок між зміною ціни і зміною попиту за інших рівних умов. Знання і вміння використовувати закон попиту, розуміння і ефективне застосування ефектів, що з нього випливають, дає змогу навіть молодим компаніям почати ефективну роботу на ринку.

**Список використаних джерел:**

1. Закон попиту. Попит: сутність, види, детермінанти, особливості. Бібліотека економіста URL: <https://library.if.ua/book/61/4338.html> (дата звернення: 20.11.2019)
2. Попит і закон попиту. Основи економічних знань. Бібліотека економіста. URL: <https://library.if.ua/book/41/2741.html> ( дата звернення: 20.11.2019)