

УДК 339.138

Дручків Ганна

Druchkiv Hanna

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ ПОПИТУ НА ПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ FEATURES OF DEMAND IN THE INDUSTRIAL MARKET

Поняття ринку є однією з ключових категорій сучасної економічної науки. Економісти застосовують термін «ринок», маючи на увазі сукупність покупців і продавців, які здійснюють операції щодо купівлі-продажу товарів певного типу. Маркетологи конкретизують дане поняття, розглядаючи продавців як представників виробництва, а покупців – як представників ринку (сукупності наявних і потенційних покупців саме того товару чи послуги, який виробляє чи надає підприємство).

Усі ринки перебувають у тісному взаємозв'язку. Їхня рівновага свідчить про стабільність економіки. Основні види ринків поділяються на різного типу субринки і ринкові сегменти. Якщо попит значно перевищує пропозицію товару – це ознака так званого ринку продавця, на котрому має місце стійкий дефіцит товарів та послуг. Переважання пропозиції над попитом є характерною ознакою ринку покупця і найбільш поширене на ринках у розвинутих країнах.

Підприємство може також діяти на клієнтурних ринках таких типів: споживчий ринок – окремі особи чи сім'ї, що купують товари для задоволення особистих потреб; ринок виробників – організації-споживачі, що купують товари для виробництва іншої продукції; ринок посередників – організації, які купують товари для подальшого їх перепродажу, маючи на меті отримання прибутку; ринок державних установ – урядові організації, які купують товари для їх подальшого використання у сфері комунальних послуг або для надання цих товарів соціально незахищеним

верствам населення. Для даних ринків характерні різні типи попиту. Попит на ринку товарів промислового призначення засвідчує потреби в конкретних кількостях сировини, матеріалів, виробів, які окремий покупець (група покупців) бажають придбати. Як правило з попитом утотожнюють потребу в товарах і послугах, що забезпечені грошовими та іншими платіжними засобами. Попит проявляється у формі потреб споживачів на ринку товарів і послуг. В маркетинговій політиці під кількістю товарів, на яку є попит, звичайно розуміють обсяг товарної маси, що її бажають придбати споживачі. Ця величина часто відрізняється від кількості товару, яка фактично буде придбана покупцем. Дана розбіжність пояснюється тим, що дуже часто споживачі бажають мати якогось товару більше ніж можуть купити. Реальність чи фантастичність бажань покупця щодо придбання тих чи інших товарів і послуг визначається наявністю цілого комплексу змінних факторів.

Кількість товарів, представлених на промисловому ринку на які є попит, залежить від: ціни товару чи послуги; технічних характеристик; рівня прибутків підприємств-споживачів; рівня цін на товари-замінники; загальної кількості організованих споживачів товару чи послуги; інфляційних очікувань тощо.

Найбільший вплив на попит справляє ціна товару. Залежність між цінами і кількістю продукції, на яку є попит, має обернений характер. Зрозуміло, що за більш високих цін споживачі купують менше ніж за низьких. Ця безумовна залежність загально відома під назвою закону попиту.

Перелік посилань:

1.Фалович В.А. Розвиток емерджентних властивостей ланцюга поставок інвестиційних товарів: монографія. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 266 с.