

ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ НА ТОВАРИ ПЕРШОЇ НЕОБХІДНОСТІ В УМОВАХ КРИЗИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто теоретичні засади еластичності попиту на товари першої необхідності та проаналізовано особливості споживчої поведінки в умовах кризи. Визначено, що товари першої необхідності характеризуються нееластичним попитом через відсутність повноцінних замінників та звичку щоденного споживання. На прикладі України 2022 року розглянуто вплив повномасштабного вторгнення на споживчу поведінку, зокрема феномен ажіотажного попиту та відмінність цього явища від ефекту Гіффена. Обґрунтовано роль державного регулювання цін як інструменту стабілізації споживчого ринку в кризових умовах.

Ключові слова: попит; товари першої необхідності; еластичність попиту; криза; інфляція.

Abstract

The paper examines the theoretical foundations of demand elasticity for essential goods and analyzes the peculiarities of consumer behavior during a crisis. It is established that essential goods are characterized by inelastic demand due to the absence of adequate substitutes and the habit of daily consumption. Using the example of Ukraine in 2022, the impact of the full-scale invasion on consumer behavior is examined, in particular the phenomenon of panic buying and its distinction from the Giffen effect. The role of state price regulation as a tool for stabilizing the consumer market in crisis conditions is substantiated.

Keywords: demand; essential goods; elasticity of demand; crisis; inflation.

Вступ

Еластичність попиту є одним із ключових понять мікроекономічного аналізу, що відображає чутливість споживчої поведінки до зміни ринкових умов. Особливого значення цей показник набуває в умовах економічної кризи, коли порушення цінової рівноваги безпосередньо впливає на добробут населення. Товари першої необхідності, що задовольняють базові потреби людини, становлять окрему категорію в структурі споживання, яка потребує спеціального аналізу в кризових умовах. Актуальність дослідження зумовлена тим, що Україна з лютого 2022 року перебуває в умовах повномасштабної військової агресії, що супроводжується значними економічними потрясіннями та суттєвим зростанням цін на споживчому ринку. Метою роботи є аналіз теоретичних засад еластичності попиту на товари першої необхідності та виявлення особливостей споживчої поведінки в умовах кризи на прикладі України.

Результати дослідження

Попит – це кількість товару або послуги, яку споживачі готові й спроможні придбати за певною ціною протягом визначеного проміжку часу [1]. Під товарами першої необхідності розуміють блага, що задовольняють мінімальні базові потреби людини і є незамінними в повсякденному житті [2]. Цінова еластичність попиту – кількісний показник, що відображає відсоткову зміну обсягу попиту у відповідь на однопроцентну зміну ціни товару [1].

В умовах кризи та економічної нестабільності аналіз поведінки споживачів стає дуже важливим аспектом. Криза має негативний вплив на споживачів, так як зменшує їх купівельну спроможність. За таких умов люди намагаються закрити свої базові потреби, а все інше стає для них не важливим або предметом розкоші. Ціни зростають, доходи зменшуються, з'являється невизначеність, а все це безпосередньо впливає на еластичність попиту, зокрема на товари першої необхідності [3].

Ми можемо спостерігати, як криза впливає на попит на товари першої необхідності безпосередньо в умовах теперішніх реалій. В Україні до товарів першої необхідності в умовах сьогоденної кризи включають:

1. Продукти харчування (крупини та зернові, так як вони поживні, дешеві та мають довгий термін зберігання; м'ясні, рибні та бобові консерви, так як вони є джерелом протеїну з довготривалим терміном зберігання; олія; цукор, сіль та приправи; молочні продукти; борошно та дріжджі; чай та кава);
2. Гігієнічні засоби (мило, зубна паста, туалетний папір та інше);

3. Медичні засоби (бинти, вата, жарознижувальні та антисептичні засоби, ліки від застуди, пластирі)

Ціни на всі ці товари могли б бути завищеними, якби не стратегічне рішення Уряду, щодо контролю цін на товари першої необхідності. Було встановлено, націнка на такі товари може становити не більше 10%. Це зроблено ще на початку війни для того, щоб більша кількість людей могла задовольнити свої базові потреби, а також щоб стримати ріст інфляції. Без ухвалення цього рішення ціни могли б зрости на стільки, що базовий раціон був би не доступний для більшої частини населення [4].

Окремої уваги потребує аналіз поведінки споживачів в Україні на початку повномасштабного вторгнення у 2022 році. У перші тижні спостерігалось стрімке зростання цін на продукти харчування, лікарські засоби, засоби гігієни та паливо. Разом з тим попит на зазначені товари не лише не скоротився, а, навпаки, суттєво зріс. Дану ситуацію можна пояснити ефектом очікування дефіциту. Передбачаючи можливе подальше підвищення цін або тимчасову відсутність окремих товарів у продажу, споживачі почали активно закуповувати товари першої необхідності з метою формування запасів. Зазначену поведінку не слід ототожнювати з ефектом Гіффена, який ґрунтується на іншому економічному механізмі. Згідно з цим ефектом, у разі підвищення ціни на нижчий товар споживач може відмовитися від дорожчого товару-замінника та збільшити споживання дешевшого товару. Натомість у ситуації, що склалася в Україні у 2022 році, зростання попиту було зумовлене насамперед страхом можливого дефіциту товарів, а не процесом заміщення одних товарів іншими [5].

Наведений аналіз свідчить про те, що в умовах військово-економічної кризи поведінка споживачів визначається не лише ціновими факторами, але й психологічними, зокрема очікуваннями щодо доступності товарів у майбутньому. Саме тому роль державного регулювання ринку першої необхідності в такі періоди є особливо важливою.

Отже можемо підсумувати, що контроль Уряду в кризових ситуаціях є важливим аспектом і пов'язаний з попитом споживачів на товари першої необхідності. Якби Уряд не контролював ситуацію на ринку, то відповідно ціни б суттєво виросли, а попит на товари першої необхідності зменшувався зі зростом цін, можливе було б і зародження ефекту Гіффена.

Серед можливих інструментів довгострокової стабілізації цін на продовольчі товари першої необхідності варто відзначити субсидування витрат сільськогосподарського виробництва, зокрема пального для аграрного сектору. Це дозволило б знизити собівартість продукції та зменшити тиск на роздрібні ціни без ризику формування штучного дефіциту, властивого прямому ціновому контролю.

Висновки

У ході дослідження встановлено, що товари першої необхідності характеризуються нееластичним попитом, оскільки споживачі не можуть відмовитися від їх придбання навіть за умови суттєвого зростання цін через відсутність повноцінних замінників та звичку щоденного споживання.

Визначено, що в умовах кризи споживча поведінка зазнає характерних змін: покупці переорієнтовують витрати на задоволення базових потреб, скорочуючи або повністю відмовляючись від придбання інших груп товарів. Окремим явищем є ажіотажний попит, спричинений очікуваннями дефіциту, що спостерігалось в Україні на початку повномасштабного вторгнення у 2022 році. Встановлено, що це явище відрізняється від ефекту Гіффена, оскільки зростання попиту було зумовлене психологічними чинниками, а не механізмом цінового заміщення.

Обґрунтовано, що в кризових умовах державне регулювання цін є необхідним інструментом стабілізації споживчого ринку. Запроваджене урядом України обмеження торговельної націнки на рівні 10 % дозволило зберегти доступність товарів першої необхідності для широких верств населення та стримати інфляційні процеси. Водночас надмірна тривалість прямого цінового контролю несе ризики зниження підприємницької активності та формування штучного дефіциту. У зв'язку з цим перспективним інструментом довгострокової стабілізації цін на продовольчі товари є субсидування витрат аграрного сектору, зокрема пального для сільськогосподарських виробників, що дозволило б знизити собівартість продукції без негативних наслідків прямого регулювання.

Отже, забезпечення стабільного попиту на товари першої необхідності в умовах кризи потребує комплексного підходу, що поєднує оперативне цінове регулювання з довгостроковими заходами підтримки виробників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мочерний С. В., Ларіна Я. С., Устенко О. А., Юрій С. І. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. Т. 2. Львів : Світ, 2006. С. 87.
2. Дунська А. Р., Жалдак Г. П. Цінова еластичність попиту як основа прийняття ефективних управлінських рішень. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 10. С. 18-22. URL: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/5.pdf>
3. Лазебник В., Лазебник С. Вплив кризових періодів на купівельну спроможність споживачів. *Collection of Scientific Papers* : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф., 20 вересня 2024 р., м. Париж. 2024. С. 29-36. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-20.09.2024.004>
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 24.02.2022 № 168 «Про забезпечення захисту національної безпеки в умовах надзвичайних обставин» (щодо регулювання торговельної націнки).
5. Національний банк України. Оцінка інфляції. Лютий 2022 року : аналітичні матеріали. Київ, 2022. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/CPI_2022-02.pdf?v=4

Мацевич Яніна Євгенівна – студентка групи ЕК-25б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : Yaninkao@ukr.net.

Науковий керівник: Косарук Олена Миколаївна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Matsevych Yanina Y. – student of group EK-25b, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : Yaninkao@ukr.net.

Supervisor: Kosaruk Olena – PhD, Associate Professor of the Department of Management, Marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.