

## ЕКОНОМІКО-СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ПОПИТУ НА ЛОКАЛЬНОМУ РИНКУ

Вінницький національний технічний університет

### *Анотація.*

*У роботі досліджено економіко-статистичні методи аналізу попиту на локальному ринку, розкрито особливості їх практичного застосування, а також визначено ключові фактори, що формують попит. На основі проведеного аналізу обґрунтовано напрями підвищення ефективності діяльності підприємств шляхом використання сучасних аналітичних інструментів.*

**Ключові слова:** попит, локальний ринок, економіко-статистичний аналіз, споживчий попит, прогнозування.

### *Abstract*

The paper examines economic and statistical methods for analyzing demand in the local market, reveals the specifics of their application, and identifies the key factors influencing demand. Based on the analysis, recommendations for increasing enterprise efficiency through analytical tools are proposed.

**Keywords:** demand, local market, economic and statistical analysis, consumer demand, forecasting.

### **Вступ**

У сучасних умовах ринкової економіки попит є ключовим показником, який визначає напрям розвитку підприємств і ринку загалом. Особливого значення набуває дослідження попиту саме на локальному ринку, оскільки він формується під впливом специфічних регіональних факторів: рівня доходів населення, демографічної структури, локальної конкуренції та споживчих переваг.

Для прийняття ефективних управлінських рішень підприємствам необхідно використовувати економіко-статистичні методи аналізу, які дозволяють не лише оцінити поточний стан попиту, а й прогнозувати його зміни.

Метою роботи є систематизація економіко-статистичних методів аналізу попиту, дослідження їх застосування на локальному ринку, визначення факторів впливу та розробка рекомендацій щодо підвищення попиту на підприємстві.

### **Результати дослідження**

У сучасній ринковій економіці попит виступає ключовим елементом, який визначає розвиток підприємств і ринку в цілому. На локальному рівні ця залежність проявляється більш чітко, оскільки попит формується під впливом обмеженої кількості факторів, що мають виражений регіональний характер. Саме тому дослідження попиту на локальному ринку потребує застосування економіко-статистичних методів, які дозволяють не лише описати його стан, але й кількісно оцінити зміни та виявити закономірності розвитку [1].

Попит не є сталою величиною, він змінюється під впливом доходів населення, рівня цін, соціальних змін та поведінкових характеристик споживачів. У зв'язку з цим його дослідження набуває системного характеру, а економіко-статистичні методи стають основою для аналізу. Використання таких методів дозволяє встановити взаємозв'язки між попитом і факторами, що його формують, а також здійснювати прогнозування майбутніх змін [2].

У практиці аналізу попиту застосовується сукупність методів, які формують єдину систему дослідження. Їх узагальнення наведено у таблиці 1.

Застосування цих методів на локальному ринку має свої особливості, пов'язані з обмеженістю території та більшою чутливістю до змін економічних умов. Наприклад, аналіз динамічних рядів дозволяє виявити сезонні коливання попиту у межах конкретного міста, що є важливим для підприємств торгівлі. Кореляційно-регресійний аналіз дає можливість визначити, як зміна доходів населення або цін впливає на обсяг продажів, що дозволяє підприємствам коригувати свою цінову

політику [3]. Кластерний аналіз, у свою чергу, забезпечує поділ споживачів на групи, що сприяє більш точному визначенню цільової аудиторії [4].

Таблиця 1 – Економіко-статистичні методи аналізу попиту [1-5]

Метод	Сутність методу	Застосування на локальному ринку
Аналіз динамічних рядів.	Дослідження змін попиту в часі.	Виявлення сезонних коливань попиту.
Індексний метод.	Оцінка відносних змін показників.	Порівняння попиту в різні періоди.
Кореляційно-регресійний аналіз.	Визначення залежності між змінними.	Аналіз впливу доходів і цін.
Кластерний аналіз.	Групування споживачів.	Сегментація локального ринку.
Економетричне моделювання.	Побудова моделей попиту.	Прогнозування попиту.
Аналіз середніх величин	Узагальнення даних.	Оцінка середнього рівня споживання.

Формування попиту на локальному ринку залежить від комплексу факторів, які взаємодіють між собою. Найбільший вплив мають економічні фактори, зокрема рівень доходів населення, ціни на товари та послуги, інфляція і рівень зайнятості. Водночас значну роль відіграють демографічні характеристики, такі як чисельність населення та його вікова структура. Соціальні фактори проявляються через зміну споживчих вподобань і стилю життя, що може істотно змінювати структуру попиту навіть за стабільних економічних умов [4]. Також важливим є рівень конкуренції на локальному ринку, який впливає на доступність товарів і формування цін.

Економіко-статистичні методи дозволяють кількісно оцінити вплив цих факторів і використовувати отримані результати для управління попитом. Зокрема, економетричні моделі дають змогу прогнозувати зміни попиту залежно від зміни ключових показників, таких як ціна або дохід населення [5]. Аналіз динаміки попиту дозволяє враховувати сезонні коливання та планувати діяльність підприємства більш ефективно. Використання кластерного аналізу сприяє адаптації продукції до потреб різних груп споживачів.

Практичне значення застосування економіко-статистичних методів полягає у можливості підвищення попиту на продукцію підприємства. Завдяки аналізу даних підприємства можуть точніше визначати потреби споживачів, оптимізувати асортимент продукції та встановлювати конкурентоспроможні ціни. Крім того, прогнозування попиту дозволяє зменшити ризики та своєчасно реагувати на зміни ринкової ситуації. Це забезпечує більш ефективне використання ресурсів і сприяє зростанню обсягів реалізації продукції.

Таким чином, економіко-статистичні методи аналізу попиту є важливим інструментом дослідження та управління ринковими процесами на локальному рівні. Їх застосування дозволяє врахувати специфіку ринку, визначити ключові фактори впливу та сформулювати ефективні управлінські рішення, спрямовані на підвищення попиту і конкурентоспроможності підприємств.

### Висновки

Проведений аналіз показує, що попит на локальному ринку формується під впливом комплексу взаємопов'язаних економічних, соціальних і демографічних факторів, які визначають поведінку споживачів та структуру споживання. У таких умовах простого описового підходу до дослідження попиту недостатньо, оскільки він не дозволяє виявити глибинні закономірності та передбачити подальші зміни.

Застосування економіко-статистичних методів дає можливість перейти до більш точного аналізу, що базується на кількісній оцінці процесів. Використання аналізу динамічних рядів, кореляційно-регресійних залежностей, кластерного аналізу та економетричного моделювання дозволяє не лише дослідити поточний стан попиту, але й визначити вплив окремих факторів і спрогнозувати його розвиток.

Таким чином, використання економіко-статистичних методів аналізу попиту виступає важливою умовою підвищення конкурентоспроможності підприємств на локальному ринку та забезпечує можливість прийняття ефективних управлінських рішень в умовах мінливого економічного середовища.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Базилевич В.Д. Статистика: підручник Київ: Знання, 2019. 408 с.
2. Герасименко С.С. Статистика ринку: навчальний посібник Київ: КНЕУ. 2018. 312 с.
3. Кулинич О.І. Економетрика: навчальний посібник. Львів: Новий Світ–2000. 2020. 256 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент, пер. з англ. - Київ: Пірсон, 2021. 720 с.
5. Гудзь О.Є. Економічний аналіз: теорія і практика: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 368 с.
6. Державна служба статистики України. Статистичний щорічник України. Київ, 2023. 600 с.

***Ратушняк Ольга Георгіївна*** - доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, email: [ratushniak@vntu.edu.ua](mailto:ratushniak@vntu.edu.ua)

***Леонтєва Валерія Павлівна*** - студентка групи БМ-23б, факультет будівництва та екологічної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: [leontieva.lera1@gmail.com](mailto:leontieva.lera1@gmail.com)

**Ratushniak Olga Georgievna** - Associate Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, email: [ratushniak@vntu.edu.ua](mailto:ratushniak@vntu.edu.ua)

**Leontieva Valeriia Pavlivna** - student of the BM-23b group, Faculty of Construction and Environmental Engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: [leontieva.lera1@gmail.com](mailto:leontieva.lera1@gmail.com)