

Проблеми національної економіки

УДК 338.1

Капленко Галина Вікторівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та публічного управління
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Капленко Галина Викторовна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики и публичного управления
Львовский национальный университет имени Ивана Франка*

Kaplenko Halyna

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics and Public Administration
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID: 0000-0003-1651-7904*

**ПРО СУТЬ ПОПИТУ НАСЕЛЕННЯ НА СПОЖИВЧІ БЛАГА
О СУТИ СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ БЛАГА
THE ESSENCE OF THE PUBLIC DEMAND FOR CONSUMER GOOD**

***Анотація.** Актуальність статті обумовлена відродженням у сучасній українській економічній науці інтересу до теорії попиту населення на споживчі блага й пов'язаною із цим необхідністю впорядкування понятійного апарата цієї теорії.*

Мета статті – кинути додаткове світло на існуючі концептуальні підходи до трактування поняття та класифікацію видів попиту населення на споживчі блага. У процесі реалізації цієї мети використано системний, комплексний, історичний підходи, методи аналізу і синтезу, експертні оцінки.

Охарактеризовано наявні концептуальні підходи до трактування попиту населення на споживчі блага. У рамках обговорення того з них, за якого наголос робиться на тому, що попит населення на споживчі блага є формою прояву потреб останнього, показано, що цей підхід генетично пов'язаний із розумінням попиту, яке було властиве таким представникам англійської класичної політичної економії, як А. Сміт, Т. Мальтус, Д. Рікардо.

Відзначено зв'язок Марксова трактування попиту з поглядами на останній, висловленими переліченими вище економістами. Показано прийнятність такого розуміння попиту, за яким він являє собою представлену на ринку потребу в товарах і послугах, обмежену діючими цінами й платоспроможністю споживачів.

Піддано критиці наявні в літературі вказівки на стохастичність попиту населення на споживчі блага та зумовлені ними пропозиції застосовувати теоретико-ймовірнісні оцінки в процесі його моделювання.

Запропоновано відповідь на питання про співвідношення трактувань попиту населення на споживчі блага як форми прояву потреб останнього й трактувань на кшталт такого: попит можна представити у вигляді шкали або кривої, що показує кількість продукту, яку споживачі готові й спроможні купити за кожної конкретної ціни з низки можливих протягом певного періоду часу.

Обговорено питання про класифікацію видів попиту населення на споживчі блага. При цьому особлива увага приділена її регіональній ознаці.

Ключові слова: попит, споживчі блага, потреби, класична політична економія.

Аннотація. Актуальность статьи обусловлена возрождением в современной украинской экономической науке интерес к теории спроса

населения на потребительские блага и связанной с этим необходимостью упорядочения понятийного аппарата этой теории.

Цель статьи – бросить дополнительный свет на существующие концептуальные подходы к трактовке понятия и классификации видов спроса населения на потребительские блага. В процессе реализации этой цели использованы системный, комплексный, исторический подходы, методы анализа и синтеза, экспертные оценки.

Охарактеризованы имеющиеся концептуальные подходы к трактовке спроса населения на потребительские блага. В рамках обсуждения того из них, за которого упор делается на том, что спрос населения на потребительские блага является формой проявления потребностей последнего, показано, что этот подход генетически связан с трактовкой спроса, которая была свойственна таким представителям английской классической политической экономии, как. А Смит, Т. Мальтус, Д. Рикардо.

Отмечена связь Марксовой трактовки спроса со взглядами на последний, высказанными выше перечисленными английскими экономистами. Обсуждены одну из попыток углубить это трактовка. Указано, что эта попытка не учитывает такого обстоятельства: спрос населения на потребительские блага, с одной стороны, отражает платежеспособность потребителей, а с другой стороны, репрезентирует их потребности в натурально-вещественной форме. Привлечено внимание к лишенной этого недостатка дефиниции, по которой спрос, о котором идет речь, представляет собой представленную на рынке потребность в товарах и услугах, ограниченная действующими ценами и платежеспособностью потребителей. Отклонено имеющееся в литературе замечание, что использование в этой дефиниции термина «платежеспособность» не вполне корректное.

Подвергнуты критике имеющиеся в литературе указания на стохастичности спроса населения на потребительские блага и обусловленные ими предложения применять теоретико-вероятностные оценки в процессе его моделирования.

Предложен ответ на вопрос о соотношении трактовок спроса населения на потребительские блага как формы проявления потребностей последнего и трактовок вроде такого: спрос можно представить в виде шкалы или кривой, показывающей количество продукта, которое потребители готовы и в состоянии купить по каждой конкретной цене из ряда возможных в течение определенного периода времени.

Обсужден вопрос о классификации видов спроса населения на потребительские блага.

Ключевые слова: *спрос, потребительские блага, потребности, классическая политическая экономия.*

Summary. *The relevance of the article due to the revival in the modern Ukrainian economic science interest in the theory of demand for consumer goods and the associated need for rationalization of the conceptual apparatus of this theory.*

The article aims to throw more light on the existing conceptual approaches to the interpretation of the concept and classification of demand for consumer goods. In the process of implementation of this objective used a systematic, comprehensive, historical approaches, methods of analysis and synthesis, expert evaluation.

Characterized existing conceptual approaches to the interpretation of the demand for consumer goods. As part of the discussion for the one for whom the emphasis is on the fact that the demand for the consumer good is the expression of needs, it is shown that this approach is genetically related to the

interpretation of the demand that was characteristic of these representatives of English classical political economy, And how. Smith, T. Malthus, D. Ricardo.

The connection Marx's interpretation of the demand with the looks in the past expressed above is listed by English economists. Discussed one of the attempts to deepen this interpretation. It is specified that this attempt does not take into account such circumstances: the demand for consumer goods, on the one hand, reflects the creditworthiness of consumers, on the other hand, represented their needs in natural-material form. Attention is drawn to devoid of this lack of definition, according to which the demand referred to, is an on the market demand for goods and services, limited current and the creditworthiness of consumers. Rejected available in the literature is the observation that the use of this definition of the term "solvency" is not quite correct.

Criticized available in the literature indicate stochasticity of demand for consumer goods and the consequent proposal to apply theoretical probability assessment in the process of its modeling.

Proposed answer to the question of the relationship between interpretations of the population's demand for consumer benefits as a form of manifestation of the needs and interpretations like this: the demand can be represented in the form of a scale or curve showing the quantity of the product that consumers are willing and able to buy at each specific price from the range for a certain period.

Discussed the classification of types of demand for consumer goods.

Key words: *demand, consumer benefits, the needs, the classical political economy.*

Постановка проблеми. Протягом останнього десятиліття в українській економічній науці спостерігається відродження інтересу до теорії попиту населення на споживчі блага. За цих обставин актуалізується питання про понятійний апарат цієї теорії. Тим більше що вона становить

сферу прикладання зусиль представників різних наукових дисциплін, одним із наслідків чого є відсутність узгодженості між поняттями й термінами, використовуваними в процесі наукового дослідження й практики аналізу попиту населення на споживчі блага.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З-поміж останніх досліджень і публікацій, в яких розглядалася проблематика, пов'язана з темою статті, ми б насамперед виділили праці [1–4]. У цих та деяких інших працях зроблено доволі ґрунтовний аналіз питань про трактування поняття та класифікацію видів попиту населення на споживчі блага. Проте є потреба в продовженні дослідження цих питань.

Мета статті – кинути додаткове світло на існуючі концептуальні підходи до трактування поняття та класифікацію видів попиту населення на споживчі блага. У процесі реалізації цієї мети використано системний, комплексний, історичний підходи, методи аналізу і синтезу, експертні оцінки.

Виклад основного матеріалу. У сучасній економічній науці наявні два концептуальні підходи до трактування попиту населення на споживчі блага. За одного з них наголос робиться на тому, що попит є формою прояву потреб населення, за іншого – виходять із того, що, як стверджував А. Маршалл, «ми можемо виразити попит точно лише за допомогою переліків цін, за якими людина готова купити різні кількості» [5].

Один із зазначених підходів генетично пов'язаний із тим розумінням попиту, яке було властиве найвизначнішим представникам англійської класичної політичної економії. Зокрема, А. Сміт писав: «Ринкова ціна кожного окремого товару визначається відношенням між кількістю його, фактично доставленою на ринок, і попитом на нього з боку тих, хто готовий сплатити його природну ціну, або повну вартість ренти, заробітної платні та прибутку, що їх належить сплатити для того, аби товар доставляли на ринок. Таких осіб можна назвати дійсними покупцями, а

їхній попит – дійсним попитом, оскільки цей попит є достатнім для того, щоб спричинити доставку товару на ринок. Він відрізняється від абсолютного попиту. Про дуже бідну людину можна у певному сенсі сказати, що вона пред'являє попит на карету з шестернею коней; вона може бажати мати її, але її попит не є дійсним попитом, бо товар у жодному випадку не може бути доставлений на ринок для задоволення його» [6, с. 40]. Цілком очевидно, що під абсолютним попитом А. Сміт розумів потреби і розглядав дійсний попит як форму їх прояву.

Не менш очевидно й те, що про аналогічне трактування попиту свідчить така думка Т. Мальтуса: «...як тільки внаслідок запровадження загальної міри вартості й засобу обігу суспільство виявилось поділеним... на покупців і продавців, попит стало можливим визначити як бажання, поєднане з купівельною спроможністю...» (цит. за: [7]). Її цілковито підтримав Д. Рікардо, який, навівши ці слова Т. Мальтуса, зазначив: «Слід запам'ятати це визначення попиту, оскільки в подальшій частині своєї праці п. Мальтус, мабуть, забуває про нього. В останньому розділі, де він говорить про згубні наслідки, що виникають із нестачі попиту, він, як мені здається, забуває, що для купівлі потрібні як купівельна спроможність, так і бажання купити» [7].

Нарешті, у Дж. С. Мілля, одного з останніх визначних представників класичної політичної економії, читаємо: «...що розуміється під попитом? Не просто бажання отримати товар. Жебрак може бажати діамант, але його бажання... не вплине на ціну. Тому автори надали попиту більш обмеженого сенсу й визначили його як бажання володіти, поєднане з купівельною силою. Щоб відрізнити попит у цьому спеціальному розумінні від попиту, що є синонімом бажання, вони називають перший ефективним попитом...» [8, с. 183]. (Тут варто зазначити, що в сучасній літературі з теорії попиту наявна така думка: потреба – це бажання, спрямоване на конкретний продукт [2, с. 72; 4, с. 47].) Утім, у Дж. С. Мілля

є положення, яке зближує його позицію в трактуванні попиту з наведеним раніше твердженням А. Маршалла. Ідеться про таке положення: за використання поняття «попит» слід пам'ятати, що та кількість, яка при цьому мається на думці, «не є твердо встановленою і звичайно змінюється залежно від вартості...» [8, с. 184].

Оскільки англійська класична політична економія стала одним із джерел марксизму, не є дивним, що К. Маркс, ідучи за її корифеями, трактував попит як представлену на ринку потребу в товарах. Це, зокрема, видно з такого положення «Капіталу»: «Межі, в яких представлена на *ринку* потреба в товарах – попит – кількісно відхиляється від *справжньої суспільної* потреби, певна річ, дуже різні для різних товарів; я маю на думці різницю між кількістю товарів, на яку фактично пред'явлений попит, і тією кількістю їх, на яку був би пред'явлений попит за інших грошових цін товарів або за інших грошових, відповідно життєвих, умов покупців» [9, с. 207]. До речі, як бачимо, між цим положенням та твердженням А. Маршалла, що точно виразити попит можна лише за допомогою переліків цін, за якими людина готова купити різні кількості, також є близькість.

Свого часу, опершись на Марксове трактування попиту та деякі інші положення економічної теорії К. Маркса і Ф. Енгельса, відомий дослідник проблем ринкознавства Ф. Крутиков у статті «До питання про суть і класифікацію попиту» охарактеризував попит населення на товари «як вартісний еквівалент платоспроможних потреб у предметах споживання, величина якого визначається економічними можливостями суспільства й окремих його членів щодо задоволення особистих потреб за даних умов розвитку народного господарства, а також обумовленими цими обставинами вимогами споживачів до складу пропозиції і якості товарів» [10, с. 29]. На наш погляд, хоча ця характеристика становить певний інтерес з погляду розвитку теорії споживчого попиту, вона не цілком прийнятна. Досить указати на те, що вона не віддзеркалює тієї обставини,

що, як слушно зазначено в названій вище розвідці Ф. Крутикова, попит має двоїстий характер, оскільки, з одного боку, відображає платоспроможність споживачів, а з другого боку, репрезентує потреби в їх натурально-речовій формі [10, с. 28]. Зазначеного недоліку позбавлена дефініція попиту населення на споживчі блага, яку знаходимо в авторитетному виданні, опублікованому 2003 року: «Попит [demand] – представлена на *ринку потреба в товарах і послугах*, обмежена діючими *цінами* й платоспроможністю споживачів» [11, с. 339]. Водночас ця дефініція повністю відповідає наведеному вище трактуванню попиту, що склалося ще в англійській класичній політичній політекономії.

Правда, А. Коротков і А. Вершиніна вважають, що «застосування терміна “платоспроможність” тут не цілком коректно, оскільки він, строго кажучи, має дещо інше смислове навантаження й характеризує стан боржника» [2, с. 72]. На їхню думку, «достатньо коректним буде визначення споживчого попиту як потреби в товарах і послугах, обмеженої діючими цінами і підкріпленої грошовою можливістю (коштами) споживачів» [2, с. 72]. Та видається, що їх зауваження на адресу визначення, яке міститься в праці [11], є надуманим, Адже за словником російської мови С. Ожегова й Н. Шведової (а саме цією мовою написана праця [2]) слово «платоспроможний» означає, зокрема, «здатний платити», причому стаття зазначеного словника, яка присвячена цьому слову, містить такий приклад: платоспроможний покупець [12].

Як трактування попиту населення на споживчі блага, подане в праці [11], та близькі до нього співвідносяться із трактуваннями на кшталт такого: «Попит можна представити у вигляді *шкали або кривої, що показує кількість продукту, яку споживачі готові й спроможні купити за кожної конкретної ціни з низки можливих протягом певного періоду часу...*» [13, с. 47].

На наш погляд, трактування першого типу відображають економічну суть попиту, ураховуючи при цьому, як ми бачили, відповідні парадигми як класичної політекономії, так і неокласичної економічної теорії, тоді як трактування другого типу характеризують певний методологічний інструмент економічного аналізу. Нагадаємо у зв'язку із цим таке положення чи не найавторитетнішої праці з історії економічної думки: «Крива попиту (маршалліанська. – Г. К.), як і крива пропозиції, – це лише допоміжні засоби для осмислення реальності» [14, с. 328].

Обговорюючи питання про суть попиту населення на споживчі блага, не можна не згадати про наявні в літературі вказівки на його стохастичність (див., наприклад: [15, с. 4]) та зумовлені ними пропозиції застосовувати теоретико-ймовірнісні оцінки в процесі його моделювання. На наш погляд, мав рацію знаний представник статистичної науки П. Маслов, коли одне із завдань своєї праці «Вимірювання споживчого попиту» визначив у такий спосіб: «...показати, що застосування математичного апарата в економічних дослідженнях... не завжди має ґрунтуватися на стохастичних уявленнях» [16, с. 8].

Реалізуючи зазначене завдання, П. Маслов, зокрема, зупинився на такій ситуації: «Наприклад, за вирівнювання динамічних рядів ми наче припускаємо, що рівень ряду є функцією часу, але нікому не спаде на думку справді вважати час незалежною змінною, зміна якої визначає місцеположення "функції" – рівня ознаки. Мова йде про "зовнішнє" припущення, яке дає змогу створити технічні зручності для знаходження параметрів, кожний з яких отримує не лише математичне значення (воно в даному випадку не має самостійного сенсу), але ясне якісне тлумачення. У масовому процесі завжди встановлюється середній рівень, відповідний даній економічній групі, навколо якого розташовуються відхилення. Такі відхилення від рівня-типу в цьому випадку, тобто в масовому процесі, можна вважати випадковими в тому сенсі, що вони *неістотні з погляду*

загальної тенденції. Це зовсім інше розуміння випадковості, ніж те, з яким має справу справжній стохастичний аналіз» [16, с. 10]¹. Навряд чи потребує особливих доказів, що в практиці статистичного моделювання попиту населення на споживчі блага найчастіше виникають саме такі ситуації.

З питанням про трактування попиту населення на споживчі блага дуже тісно пов'язане питання про класифікацію його видів. Проблема забезпечення її наукової обґрунтованості неодноразово обговорювалася в літературі. На наш погляд, найбільш конструктивний підхід до розв'язання цієї проблеми обрав Ф. Крутиков. За ним, оскільки головною метою вивчення й прогнозування попиту є його вимірювання, в основу класифікації, про яку йдеться, має бути покладено насамперед вимірювальний аспект. Він виділив п'ять класифікаційних ознак, які перелічено нижче у визначеному ним порядку їх значущості: 1) об'єкт попиту; 2) ступінь агрегованості; 3) ступінь задоволення; 4) час пред'явлення; 5) ступінь конкретизації [10, с. 34].

За першою ознакою попит населення на споживчі блага поділяється на попит на товари й попит на послуги, за ступенем агрегованості – на мікро- і макропопит, за ступенем задоволення – на задоволений (реалізований) і незадоволений попит, за часом пред'явлення – на минулий і майбутній, за ступенем конкретизації – на альтернативний і твердо сформульований [10, с. 34].

¹ З огляду на існування випадковості, за якої стохастичний аналіз є недоречним, В. Тугубалін у своєму резонансному посібнику з теорії ймовірностей зауважив:

«За сучасними уявленнями царина застосування теоретико-ймовірнісних методів обмежена явищами, яким властива статистична стійкість. <...>
<...>

...Тут було б корисно запровадити термінологічне розмежування. Якщо результат експерименту не цілком однозначно визначається його умовами, то можна було б говорити про наявність "невизначеності", наприклад завтра може бути або не може бути дощу. Якщо ця невизначеність має властивість статистичної стійкості, то тоді можна сказати, що є "випадковість", тобто випадкова подія або випадковий експеримент» [17, с. 144–145].

Як бачимо, у розгляданій класифікації не враховано такої класифікаційної ознаки, як регіональна, за якою можна виділити попит усього населення країни та попит населення окремих регіонів, у ролі яких можуть фігурувати будь-які адміністративно-територіальні одиниці [18, с. 15]. Утім, з коментарів Ф. Крутикова до класифікації, про яку йдеться, видно, що він цією ознакою не знехтував. Річ у тому, що поняттям макропопит він охопив сукупний попит населення країни, республіки, регіону, диференційований за видами й групами товарів і послуг [10, с. 35]. Однак він нічого не сказав про класифікацію за регіональною ознакою мікропопиту.

На наш погляд, у класифікації видів попиту населення на споживчі блага регіональна ознака повинна братися до уваги в явному вигляді. З одного боку, це необхідно для вирішення завдань ретроспективного та поточного аналізу попиту. З другого ж боку, належить урахувувати, що базування прогнозів попиту на даних про нього та його фактори в регіональному розрізі дає змогу: 1) включати в інформаційну основу побудови прогностичних моделей більшу кількість даних; 2) обходитися використанням вихідної інформації за відносно короткі періоди часу, що сприяє мінімізації негативних наслідків її дезактуалізації; 3) урахувувати більшу кількість факторів попиту; 4) усунути проблему автокореляції; 5) в багатьох випадках уникнути колінеарності та мультиколінеарності; 6) спростити проблему побудови динамічних моделей попиту, тобто таких, які відображають особливості механізму його формування в часі.

Викликає подив відсутність в обговорюваній класифікації розрізнення видів попиту за його суб'єктом. Нагадаємо, що із урахуванням цієї ознаки попит населення на споживчі блага може бути поділений на такі види: попит окремих споживачів; попит родин; попит соціальних груп населення; попит економічних груп населення з різним рівнем матеріальної забезпеченості; попит усього населення [18, с. 15].

Невиправданим також видається ігнорування таких ознак класифікації видів попиту на споживчі блага, як ступінь його інтенсивності та зрілості, міграційна ознака.

За ступенем інтенсивності можна виділити три види попиту населення на споживчі блага: а) інтенсивний попит – попит, що збільшується темпами, які зростають; б) попит, що стабілізувався на певному постійному рівні; в) попит, який згасає, – попит на товари, продаж яких постійно скорочується [18, с. 17]. Відповідно до ступеня зрілості попиту розрізняються: потенційний попит – попит на товари, які готуються до випуску й ще не надійшли на ринок; попит, що формується, – це попит на товари, які нещодавно з'явилися на ринку і ще міцно не ввійшли до сфери споживання; попит, що склався [18, с. 18–19]. Міграційна ознака орієнтує на розрізнення базового попиту – попиту, що реалізується в місцях постійного проживання населення, та мобільного, себто попиту, що реалізується за межами даного населеного пункту [18, с. 16].

Дуже істотний недолік розглядуваної класифікації – відсутність у ній поділу товарного попиту на попит на товари нетривалого вжитку і попит на товари тривалого вжитку. Правда, слід визнати, що й досі не існує однозначного підходу до розрізнення цих видів товарного попиту. Тому в літературі знаходимо лише певні орієнтири, яких рекомендують дотримуватися, вирішуючи зазначену проблему. Так, свого часу було висловлено думку, що до товарів тривалого вжитку належить зараховувати лише ті товари, які одночасно мають такі ознаки: тривалий період споживання, технічна складність і здатність механізувати або автоматизувати процес задоволення потреб; рід потреб, що задовольняються (мовляв товари тривалого вжитку задовольняють менш нагальні потреби); самостійне значення в споживанні [18, с. 121].

Зрозуміло, що це надто загальний погляд, який, до того ж, певною мірою втратив актуальність.

Висновок. Попит населення на споживчі блага – це представлена на ринку потреба в товарах і послугах, обмежена діючими цінами й платоспроможністю споживачів. В основу класифікації його видів має бути покладено насамперед вимірювальний аспект. До першочергових напрямів подальшої розробки теми статті належить пошук надійного критерію поділу товарного попиту на попит на товари тривалого і нетривалого вжитку.

Література

1. Громов В. Б. Споживчий попит як ресурс економічного розвитку // Формування ринкових відносин в Україні. 2019. Вип. 5 (216). С. 108–115.
2. Коротков А. В., Вершинина А. А. О содержании экономической категории и измерении рыночного спроса // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО МЭСИ. 2014. №1. С. 72–77.
3. Коротков А. В., Минашкин В. Г. Потребительский спрос как статистический показатель // Вопросы статистики. 2014. № 7. С. 11–17.
4. Коротков А. В. Нужда, желание, потребность как последовательные этапы формирования рыночного спроса. // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО МЭСИ. 2015. № 4. С. 45–50.
5. Маршалл А. Принципы экономической науки. URL: <http://www.library.fa.ru/files/Marshall.pdf> (дата звернення: 21.12.2019).
6. Сміт А. Добробут націй: Дослідження про природу та причини добробуту націй : пер. з англ. Київ : Port-Royal, 2001. 593, [1].

7. Рикардо Д. Сочинения : пер. с англ. В 3 т. Т. 3. Статьи по аграрному вопросу и критические замечания к книге Мальтуса. М. : Гос. изд-во полит. лит., 1955. URL: http://www.libertarium.ru/lib_ricardo_reader (дата звернения: 21. 12.2019).
8. Милль Дж. С. Основы политической экономии : пер. с англ. В 3 т. Т. 2. М. : Прогресс, 1980. URL: <https://www.klex.ru/pja> (дата звернения: 21. 12.2019).
9. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. В 50 т. Т. 25, ч. 1. Изд. 2-е. М. : Гос. изд-во полит. лит., 1961. VI, 545, [1] с.
10. Крутиков Ф. А. К вопросу о сущности и классификации спроса // Методологические проблемы изучения и прогнозирования спроса : сб. науч. тр. М. : ВНИИЭТсистем, 1977. С. 21–37.
11. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь. Словарь современной экономической науки. 5-е изд., перераб. и доп. М. : Дело, 2003. 519, [1] с.
12. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М., 2010. URL: <http://ozhegov.textologia.ru/> (дата звернения: 21. 12.2019).
13. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика : пер. с 14-го англ. изд. М. : ИНФРА-М, 2003. XXXVI, 905, О-27, С-39, [1] с.
14. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе : пер. с англ. М. : Дело ЛТД, 1994. XVII, 676, [1] с.
15. Пивкин К. С. Моделирование покупательского спроса на предприятиях розничной торговли на основе методов машинного обучения : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13. Ижевск, 2018. 145 с.
16. Маслов П. П. Измерение потребительского спроса: (теоретические очерки). М. : Экономика, 1971. 159 с.
17. Тутубалин В.Н. Теория вероятностей : крат. курс и науч.-метод. замеч. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1972. 228, [3] с.

18. Баранова Л.Я., Левин А. И. Моделирование и прогнозирование спроса населения. М. : Статистика, 1978. 207, [1] с.

References

1. Ghromov V. B. Spozhyvchyj popyt jak resurs ekonomichnogho rozvytku // Formuvannja rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2019. Vyp. 5 (216). S. 108–115.
2. Korotkov A. V., Vershinina A. A. O sodержanii ekonomicheskoy kategorii i izmerenii rynochnogo sprosa // Ekonomika, statistika i informatika. Vestnik UMO MESI. 2014. №1. S. 72–77.
3. Korotkov A. V., Minashkin V. G. Potrebitelskiy spros kak statisticheskiy pokazatel // Voprosy statistiki. 2014. № 7. S. 11–17.
4. Korotkov A. V. Nuzhda, zhelanie, potrebnost kak posledovatelnye etapy formirovaniya rynochnogo sprosa. // Ekonomika, statistika i informatika. Vestnik UMO MESI. 2015. № 4. S. 45–50.
5. Marshall A. Printsipy ekonomicheskoy nauki. URL: <http://www.library.fa.ru/files/Marshall.pdf> (data zvernennya: 21. 12.2019).
6. Smit A. Dobrobut nacij: Doslidzhennja pro pryrodu ta prychny dobrobutu nacij : per. z anghl. Kyjiv : Port-Royal, 2001. 593, [1].
7. Rikardo D. Sochineniya : per. s angl. V 3 t. T. 3. Stati po agrarnomu voprosu i kriticheskie zamechaniya k knige Maltusa. M. : Gos. izd-vo polit. lit., 1955. URL: http://www.libertarium.ru/lib_ricardo_reader (data zvernennya: 21. 12.2019).
8. Mill Dzh. S. Osnovy politicheskoy ekonomii : per. s angl. V 3 t. T. 2. M. : Progress, 1980. URL: <https://www.klex.ru/pja> (data zvernennya: 21. 12.2019).
9. Marks K., Engels F. Sochineniya. V 50 t. T. 25, ch. 1. Izd. 2-e. M. : Gos. izd-vo polit. lit., 1961. VI, 545, [1] s.

10. Krutikov F. A. K voprosu o sushchnosti i klassifikatsii sprosa // Metodologicheskie problemy izucheniya i prognozirovaniya sprosa : sb. nauch. tr. M. : VNIETsistem, 1977. S. 21–37.
11. Lopatnikov L. I. Ekonomiko-matematicheskiy slovar. Slovar sovremennoy ekonomicheskoy nauki. 5-e izd., pererab. i dop. M. : Delo, 2003. 519, [1] s.
12. Ozhegov C.I., Shvedova H.Yu. Tolkovyy slovar pyetskogo yazyka. M., 2010. URL: <http://ozhegov.textologia.ru/> (data zvernennya: 21. 12.2019).
13. Makkonell K. R., Bryu S. L. Ekonomiks: printsipy, problemy i politika : per. s 14-go angl. izd. M. : INFRA-M, 2003. KhKhKhVI, 905, O-27, S-39, [1] s.
14. Blaug M. Ekonomicheskaya mysl v retrospektive : per. s angl. M. : Delo LTD, 1994. KhVII, 676, [1] s.
15. Pivkin K. S. Modelirovanie pokupatelskogo sprosa na predpriyatiyakh roznichnoy trgovli na osnove metodov mashinnogo obucheniya : dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.13. Izhevsk, 2018. 145 s.
16. Maslov P. P. Izmerenie potrebitelskogo sprosa: (teoreticheskie ocherki). M. : Ekonomika, 1971. 159 s.
17. Tutubalin V.N. Teoriya veroyatnostey : krat. kurs i nauch.-metod. zamech. M. : Izd-vo Mosk. un-ta, 1972. 228, [3] s.
18. Baranova L.Ya., Levin A. I. Modelirovanie i prognozirovanie sprosa naseleniya. M. : Statistika, 1978. 207, [1] s.