


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Факультет экономический
Кафедра теоретической экономики

*Документ № 1
подписан
6.06.19*


*Документ
7.06.19*


КУРСОВАЯ РАБОТА
по дисциплине «Общая экономическая теория»

СПРОС: ПОНЯТИЕ, ЗАКОН, ДЕТЕРМИНАНТЫ

Работу выполнил  7 06 2019 К.К. Арустамян
(подпись, дата)

Направление подготовки 38.03.01 – Экономика курс I

Направленность (профиль) Финансы и кредит

Научный руководитель
канд. экон. наук, доцент  7 06 19 Е.В. Бочкова
(подпись, дата)

Нормоконтролер
канд. экон. наук, доцент  7 06 19 Е.В. Бочкова
(подпись, дата)

Краснодар
2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические основы исследования спроса	5
1.1 Спрос: понятие, сущность и функции	5
1.2 Закон и кривая спроса. Закономерности изменения спроса	8
2 Совокупный спрос и его динамика	10
2.1 Совокупный спрос как экономическая категория	10
2.2 Неценовые факторы совокупного спроса	14
Заключение	17
Список использованных источников	19

ВВЕДЕНИЕ

Данная курсовая работа посвящена изучению спроса на рынке. Постоянное отслеживание спроса и способность моментально реагировать на малейшие его изменения (то есть гибкость производства) – все это предопределяет выживание и успешную работу предприятия.

Актуальность темы обусловлена тем, что любой рынок, независимо от его конкретного вида, базируется на трех основных элементах: цене, спросе и предложении, конкуренции. Данные инструменты способствуют установлению равновесия на рынке.

Целью курсовой работы является раскрыть экономическое содержание спроса, выявить закономерности в изменении спроса на рынке, разобраться какие факторы влияют на изменения в спросе.

Для достижения указанной цели необходимо выполнить следующие *задачи*:

- рассмотреть теоретические аспекты исследования спроса,
- исследовать понятие, сущность и функции спроса,
- рассмотреть закономерности изменения спроса,
- выявить сущность понятия совокупный спрос и дать точное его определение,
- исследовать факторы, влияющие на величину совокупного спроса.

Объектом исследования выступает теория спроса.

Предметом исследования – совокупность социально-экономических отношений, включающих в себя механизм возникновения спроса на основе главных экономических теорий.

Для решения поставленных задач были использованы следующие *методы*: синтез, анализ статистических данных, дедукция, системный и сравнительный анализ.

В качестве *информационной базы* исследования были использованы публикации, учебники, учебные пособия, нормативно-правовые акты, кодексы, монографии.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников. Во введении обоснована актуальность темы, сформулированы цели и задачи исследования, указаны объект и предмет исследования. Первая глава включает два параграфа. В ней раскрываются теоретические аспекты исследования спроса. Вторая глава содержит два параграфа. Она содержит в себе динамику изменения величины совокупного спроса. В заключении подведены итоги и сделаны выводы исследования.

1 Теоретические аспекты исследования спроса.

1.1 Спрос: понятие, сущность и функции.

Рынок – это конкурентная форма связи между хозяйствующими субъектами. Спрос наряду с предложением, ценой и конкуренцией, один из элементов механизма функционирования рынка. Исходя из потребностей и с учетом имеющихся денег у покупателей, спрос – это требования на товары и услуги с их стороны. Таким образом, речь идет о платежеспособном спросе. Спрос является не только желанием, но и возможностью потребителя купить благо в нужный момент. Говоря о спросе на товар на рынке, следует использовать более точное понятие:

Величина спроса – это количество товаров и услуг, которое покупатели готовы приобрести в данное время, в данном месте, при данных ценах.

На величину спроса влияет много разных факторов (детерминантов).

Спрос зависит от:

- доходы потребителей,
- количество потребителей,
- вкусы, мода,
- цены заменителей,
- ожидания потребителя.

Ценой спроса называется – максимальная цена, которую покупатели готовы заплатить за определенное количество данного товара или услуги.

Различают экзогенный и эндогенный спрос.

Экзогенный спрос – это такой спрос, изменения которого вызывается вмешательством правительства, либо внедрением каких– либо сил извне.

Эндогенный спрос (внутренний спрос) – образуется внутри общества благодаря тем факторам, которые существуют в данном обществе.

По влиянию цены на величину спроса различают:

– эластичный спрос – спрос, величина которого существенно зависит от цены товара. Товары эластичного спроса – это товары продовольственные, непродовольственные, сложного ассортимента (одежда, обувь, колбасы, конфеты).

– неэластичный спрос – спрос, величина которого практически не зависит от цены. К неэластичному спросу относятся товары первой необходимости (например: хлеб, мыло, соль и т.д.).

По отношению покупателя к товару:

– твердосформулированный спрос – спрос, не допускающий замену одного товара другим;

– конкретизированный (сформулированный) спрос, при котором намерения покупателя в товаре имеют конкретные потребительские свойства (например: цвет и размер обуви, одежды). Удовлетворение этого спроса возможно при обеспечении устойчивого и разнообразного ассортимента товаров [12].

– альтернативный (колеблющийся) спрос, допускающий замену одного товара другим. Здесь намерения покупателей выражены в общих чертах (например: зимнее пальто, летняя обувь и т.д.). Цвет, фасон, отделка и т.п. окончательно определяются в процессе выбора товара. Такой вид спроса характерен при выборе товаров сложного ассортимента и предполагает наличие их широкого ассортимента в торговле.

– импульсный (непредвиденный спрос) – спрос, возникающий спонтанно под воздействием торговой рекламы, увиденного товара или в результате влияния продавца, предлагающего товар.

По реальному состоянию товарного обеспечения:

– реализованный спрос – спрос, завершающийся покупкой товара. Этот спрос удовлетворен и в объеме и в ассортименте проданных товаров. Он определяется не только реальной платежеспособностью населения, но и возможностями производства и товарного предложения. Реализованный спрос делится на конкретизированный, альтернативный, импульсный.

– неудовлетворенный спрос – спрос на товары, в данный момент отсутствующие в продаже. Этот спрос возникает в результате просчета в заявках торговых предприятий, недостатков в организации товароснабжения.

– отложенный спрос – спрос, возникающий из – за временного отсутствия условий для приобретения товара (например, при отсутствии времени для посещения магазина). Этот спрос не связан с уровнем товарного предложения.

– формирующийся спрос – спрос на новые товары, которые готовятся к производству (имеются оптовые партии), и необходимо выявить отношение к ним потенциальных покупателей. Новые товары появляются в результате применения новых материалов, прогресса науки и техники. Кроме того, к формирующемуся спросу относится спрос на малоизвестные товары [4].

Функцией спроса называется зависимость между величиной спроса и определяющим его факторами.

В самом общем виде ее записывают следующим образом (1)

$$Q_d = Q_d (P_1 \dots P_n, I, E, R, N, T, X) \quad (1)$$

где

Q_d – величина спроса на рассматриваемый товар,

$P_1 \dots P_n$ – цены рассматриваемого и других товаров,

I – потребительский доход,

E – ожидания потребителей относительно будущих цен,

R – денежный доход потребителей,

N – количество потенциальных покупателей,

T – вкусы и предпочтения потребителей,

X – другие факторы.

Если все факторы, определяющие величину спроса считать неизменными для данного периода времени, то можно от общей функции спроса перейти к *функции спроса от цены*: $Q_d = Q_d (P_i)$.

Графическое изображение функции спроса от цены на координатной плоскости получило название кривой спроса.

1.2 Закон и кривая спроса. Закономерности изменения спроса.

Действие закона спроса объясняют тремя эффектами.

«Эффект дохода». Сниженная цена позволяет приобрести товар в большем количестве на прежнюю сумму дохода. Это равнозначно увеличению денежного дохода покупателя.

«Эффект замещения». Подешевевший товар относительно удорожает другие. Поэтому, покупатель обеспечивает себе дополнительный эффект дохода, замещая другие товары подешевевшим.

«Эффект роста выгоды». Расходы потребителя уменьшаются при снижении цены, но полезность не изменяется. Поэтому покупатель получит больше полезности, сохраняя прежний объем расходов.

Закон спроса не действует при:

- Вызванном в ожидании повышения цен, ажиотажном спросе.
- Для товаров, при которых их покупка является средством накопления.
- При переключении спроса на более новые и качественные товары.

Закон спроса можно представить Рисунке 1. графически, в виде кривой спроса D (D – от англ. «demand» – спрос).

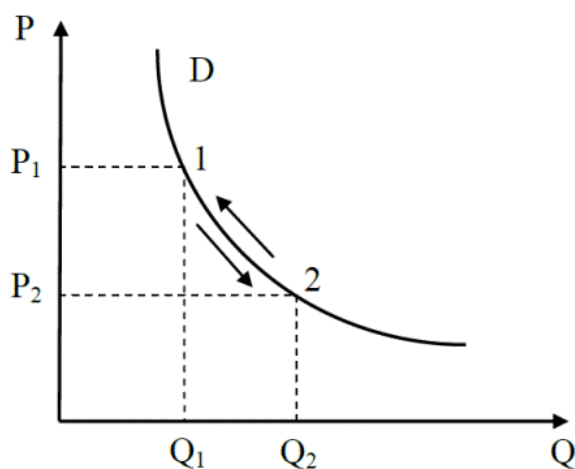


Рисунок 1 – График кривой спроса [20].

На данном графике, кривая D опускается, тем самым иллюстрируя закон падающего спроса. Суть данного закона состоит в том, что если цена какого либо товара повышается при неизменности других факторов на рынке, то спрос на данный товар уменьшается. Другими словами величина спроса повышается при снижении цены, и уменьшается при повышении цены. Спрос не остается неизменным.

Важным фактором количества любого покупаемого товара служит цена, но служат и другие детерминанты, которые влияют на покупки. Неценовые детерминанты. Поэтому они также являются факторами изменения спроса. Если изменяется хоть один детерминант, то и положение кривой спроса изменяется. Если происходит увеличение спроса, то кривая сместится вправо. При сокращении спроса, кривая сместится влево.

2 Совокупный спрос и его динамика

2.1 Совокупный спрос как экономическая категория

Совокупный спрос – это объем товаров и услуг (объем национального продукта, совокупность конечных товаров), который потребители, предприятия и правительство готовы купить (на которые предъявляется спрос на рынках страны) при данном уровне цен (в данный момент времени, при данных условиях).

Совокупный спрос (AD) – это сумма планируемых расходов на приобретение конечной продукции; это реальный объем производства, который потребители (включая фирмы и правительство) готовы купить при данном уровне цен. Основным фактором, влияющим на AD – общий уровень цен. Их взаимосвязь отражается кривой AD, которая показывает изменение суммарного уровня всех расходов в экономике в зависимости от изменения уровня цен. Зависимость между реальным объемом производства и общим уровнем цен является отрицательной или обратной. Почему? Чтобы ответить на этот вопрос необходимо выделить основные составляющие AD: потребительский спрос C, инвестиционный спрос I, спрос со стороны государства G и чистый экспорт X, и проанализировать воздействие изменения цен на эти составляющие. Отсюда имеем формулу (2)

$$AD = C + I + G + e \quad (2)$$

где

C – Спрос населения страны на потребительские товары,

I – Спрос предприятий на инвестиции,

G – Государственные закупки (госзаказы),

e – Экспортируемый спрос (иностранцы покупают товары на экспорт).

Потребление: с ростом уровня цен реальная покупательская способность падает, в результате чего потребители будут чувствовать себя менее состоятельными и соответственно, будут покупать меньшую долю реального

выпуска по сравнению с той, которую они купили бы при прежнем уровне цен.

Инвестиции: рост уровня цен приводит, как правило, к росту процентных ставок. Кредит становится более дорогим, а это удерживает фирмы от осуществления новых инвестиций, т.е. повышение уровня цен, воздействуя на процентные ставки, приводит к уменьшению второй составляющей – реального объема инвестиций.

Государственные закупки товаров и услуг: в той степени, в которой расходные статьи госбюджета определяются в номинальном денежном выражении, реальная величина государственных закупок при повышении уровня цен также будет сокращаться.

Чистый экспорт: при росте уровня цен в одной стране импорт из других стран будет расти, а экспорт из этой страны – сокращаться, в результате реальный объем чистого экспорта снизится.

Кривая совокупного спроса AD (от англ. aggregate demand) показывает количество товаров и услуг, которое потребители готовы приобрести при каждом возможном уровне цен. Кривая совокупного спроса внешне напоминает кривую спроса на отдельном рынке, но построена она в иной системе координат рисунок 2. На оси абсцисс указываются значения реального объема национального производства, обозначаемого буквой Y . На оси ординат фигурируют не абсолютные показатели цен (например, в млрд. руб.), а уровень цен (P), или дефлятор. Отрицательный наклон кривой AD объясняется следующим образом: чем выше уровень цен P , тем меньше реальные запасы денежных средств M/P (кривая AD строится при условии фиксированного предложения денег M и скорости их обращения V), а, следовательно, меньше количество товаров и услуг, на которые предъявлен спрос. Нисходящую траекторию (отрицательный наклон) кривой совокупного спроса также обуславливают:

- эффект процентной ставки,
- эффект богатства, или эффект кассовых остатков,

– эффект импортных закупок.

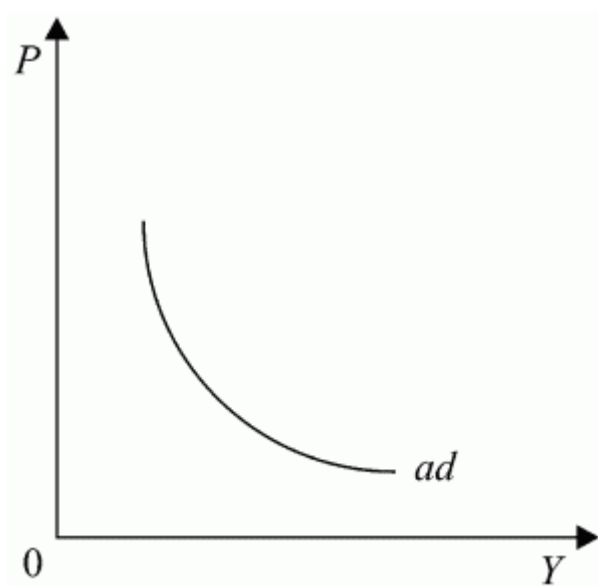


Рисунок 2 – Кривая совокупного спроса [11].

Движение вдоль кривой AD отражает изменение совокупного спроса в зависимости от динамики общего уровня цен. Наиболее простое выражение этой зависимости можно получить из уравнения количественной теории денег (3)

$$MV = PY, \quad (3)$$

где

M – количество денег в экономике,

V – скорость обращения денег,

P – уровень цен в экономике,

Y – реальный объем выпуска, на который предъявлен спрос.

$$P = \frac{MV}{Y}$$

Эффект процентной ставки проявляется через воздействие изменяющегося уровня цен на процентную ставку, а, следовательно, на потребительские расходы и инвестиции. Если считать денежную массу постоянной, то повышение уровня цен автоматически повышает спрос на деньги, значит, по-

вышается процентная ставка. В свою очередь, чем выше процентная ставка, тем большая часть потребителей начинают сберегать деньги и совершать меньшее количество покупок.

В результате растут частные сбережения. Удорожание кредита вынуждает предпринимателей сокращать инвестиции – производственные закупки. Таким образом, сокращается спрос со стороны, как частных потребителей, так и предпринимателей, что приводит к уменьшению совокупного спроса на реальный национальный продукт. Кривая AD приобретает нисходящий и приближающийся к оси абсцисс характер. Эффект богатства, или реальных кассовых остатков, проявляется в негативном влиянии инфляции на доходы населения. Богатство людей в виде фиксированных доходов при инфляции уменьшается в обратно пропорциональной зависимости. Это срочные счета, облигации, заработная плата, рента, пенсии, пособия. Остаточная покупательная способность людей, физических и юридических лиц называется реальными кассовыми остатками. Урезая свои потребительские расходы, таким образом, они напрямую влияют на совокупный спрос в сторону его понижения.

Эффект импортных закупок означает, что при повышении уровня цен в стране товары и услуги иностранного производства становятся относительно дешевле (при прочих равных условиях). Население будет приобретать меньше отечественных товаров и больше импортных. Иностранцы сократят свой спрос на товары и услуги данной страны из-за их удорожания. Следовательно, произойдет уменьшение экспорта и увеличение импорта и в целом чистый экспорт сократится, уменьшив общий объем совокупного спроса. Указанные эффекты оказывают свое влияние на совокупный спрос через цены, поэтому происходит перемещение точки вдоль кривой совокупного спроса. Под влиянием всех неценовых факторов кривая AD сдвигается вправо– влево в зависимости от направления действия фактора рисунок 3.

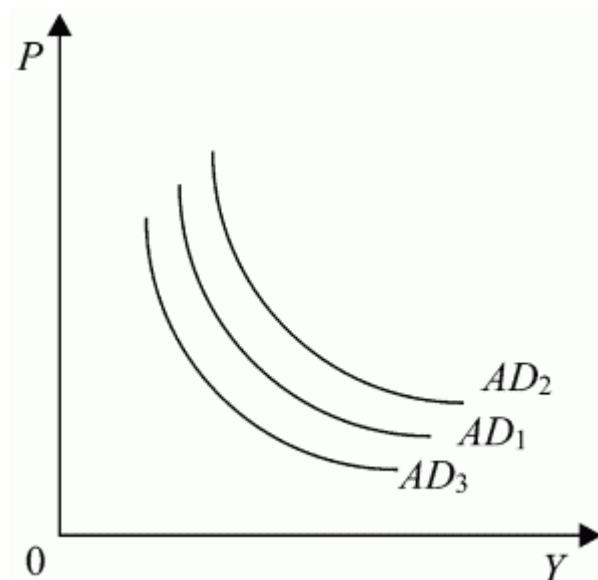


Рисунок 3 – Изменение совокупного спроса [13].

На графике увеличение совокупного спроса представлено отклонением кривой вправо – от AD_1 к AD_2 . Это смещение показывает, что при различных уровнях цен желаемый объем товаров и услуг возрастет. Уменьшение совокупного спроса представлено отклонением кривой влево – от AD_1 к AD_3 . Этот сдвиг говорит о том, что люди будут покупать меньший объем продукта, чем прежде, при различных уровнях цен.

2.2 Неценовые факторы совокупного спроса

К неценовым факторам, влияющим на совокупный спрос, относится все, что при неизменном общем уровне цен оказывает воздействие на потребительские расходы домашних хозяйств, инвестиционные расходы фирм, государственные расходы, чистый экспорт. В частности, сдвиг линии совокупного спроса вправо или влево может быть обусловлен действием следующих факторов:

1 Изменение величины потребительских расходов C , не обусловленное изменением размера процентной ставки. Причины, вызвавшие действие этого фактора, могут быть следующими:

- изменение в благосостоянии потребителей;
- изменение в ожиданиях потребителей (инфляционных, стагнационных);

- изменение величины задолженности потребителей;
- изменение налоговой нагрузки на потребителей.

2 Изменения в инвестиционных расходах DI (но не обусловленные изменением процентной ставки). Среди причин, вызвавших эти изменения, могут быть:

- изменения в ожиданиях прибыли от инвестиций;
- изменения налоговой нагрузки на предприятия;
- изменения в технологии;
- изменения размеров избыточных мощностей.

3 Изменения величины государственных расходов DQ . Так, при неизменной ставке процента и постоянной величине налогов рост государственных закупок приведет к росту совокупного спроса.

4 Изменения величины чистого экспорта DX , вызванные:

- динамикой национального дохода других стран;
- движением валютных курсов.

Особую группу неценовых факторов совокупного спроса составляют денежные факторы:

- размер денежной массы M (денежное предложение, или количество денег, находящихся в обращении);
- скорость их обращения V .

Так, при прочих равных условиях увеличение денежной массы или ускорение обращения денег в экономике ведет к росту совокупного спроса. Итак, графически воздействие неценовых факторов отражается сдвигом кривой AD вправо или влево рисунок 4. Это означает, что при неизменном уровне цен P размер совокупного спроса увеличивается ($AD1$) или понижается ($AD2$).

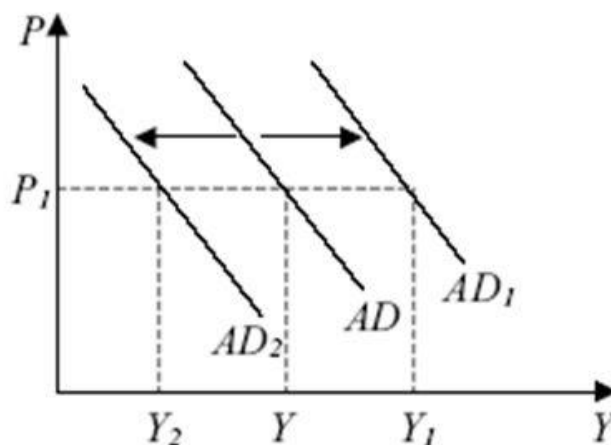


Рисунок 4 – Воздействие неценовых факторов совокупного спроса [5].

Часто непосредственное воздействие какого–либо неценового фактора на совокупный спрос оказывается не единственным, и для оценки итогового эффекта требуется дополнительный анализ. Так, например, увеличение государственных расходов непосредственно ведет к росту совокупного спроса. Однако если это увеличение финансируется, например, через продажу государственных ценных бумаг, то государство забирает часть денежной массы с денежного рынка.

При общем неизменном размере предложения денег в экономике и спросе на них со стороны частного сектора возрастает цена денег (процентной ставки), что, в свою очередь, затрудняет инвестиционную деятельность, покупку дорогостоящих товаров в кредит и т.д., т.е. сокращает компоненты совокупного спроса. Направление результирующего вектора таких изменений будет зависеть от интенсивности реакции экономических агентов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подведя итог всему сказанному, можно сделать вывод, что спрос является сложной многокомпонентной экономической категорией, выявление структуры и развития которой требует комплексного подхода.

Одной из важнейших характеристик спроса является его эластичность. Оценка эластичности спроса (по цене, доходам покупателей и другим параметрам) позволяет фирме выбрать верную стратегию поведения на рынке. Коэффициенты (показатели) эластичности спроса и предложения дают возможность определить положение кривых спроса и предложения и прогнозировать изменение объема продаж в зависимости от изменения факторов, влияющих на спрос и предложение.

Ценовая эластичность спроса измеряет степень чувствительности потребителей к изменениям цены. Если потребители относительно чувствительны к изменениям цен, спрос является эластичным. Если потребители относительно нечувствительны к изменениям цен, спрос неэластичен.

Ценовую эластичность спроса можно определить, наблюдая за характером воздействия изменения цены на величину общей выручки от продажи продукции. Если цена и общая выручка изменяются в противоположных направлениях, значит, спрос эластичен. Если цена и общая выручка изменяются в одном и том же направлении, спрос неэластичен. В случае единичной эластичности спроса изменение цены оставит общую выручку неизменной.

Совокупный спрос в отличие от рыночного спроса на отдельные товары является более сложной категорией и в масштабах макроэкономики складывается из четырех основных компонентов. Первый - это потребительский спрос на товары и услуги; второй - это инвестиционный спрос фирм; третий - спрос со стороны государства; четвертый - чистый экспорт, т.е. разница между экспортом и импортом.

На совокупный спрос влияют как ценовые факторы, так и не ценовые факторы. Ценовые факторы мною были упомянуты выше (три эффекта), ко-

торые объясняют отрицательный наклон кривой совокупного спроса, а также вызывают изменения объема совокупного спроса, а значит, происходит движение вдоль кривой совокупного спроса. К неценовым факторам относятся факторы, которые вызывают изменения в потребительских расходах (благополучие, задолженность потребителей, налоги, ожидания), в инвестиционных расходах (процентная ставка, ожидаемая прибыль, налоги, технологии), влияющие на изменения в государственных расходах, в расходах на чистый экспорт. Неценовые факторы в свою очередь, вызывают изменение в спросе, то есть смещается сама кривая совокупного спроса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Баликоев В.З. Общая экономическая теория. – М.: Приор, 2016.
- 2 Борисов Е. Ф. Экономическая теория. – М.: Юрайт, 2015.
- 3 Булатов А. С. Экономика.– М.: Юристъ, 2015.
- 4 Булатов А.С. Мировая экономика.– М.: Юристъ, 2017.
- 5 Даниленко Л.Н. Экономическая теория.– М.: Инфра-М, 2015.
- 6 Душенькина Е.А. Экономическая теория.Конспект лекций. – М.: Эксмо, 2008.
- 7 Журавлева Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика. – М.: Дашков и Ко, 2014.
- 8 Ильенкова Н.Д. Спрос: анализ и управление. – М.: Финансы и статистика, 2015.
- 9 Камаев В. Д. Экономическая теория. – М.: ВЛАДОС, 2014.
- 10 Клименко А.В., Румынина В.В. Обществознание. – М.: Москва, 1992.
- 11 Левина Е.А., Потакович Е.В., Балакина Т.П. Микроэкономика. – М.: ГУ ВШЕ, 2013.
- 12 Любимов Л.Л., Раннева Н. А. Основы экономических знаний.– М.: Вита-Пресс, 2012.
- 13 Николаева И. П. Экономическая теория в вопросах и ответах. – М.: Дашков и К, 2018.
- 14 Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов. – М.: Норма, 2016.
- 15 Памбухчиянц В.К. Организация коммерческой деятельности. – М.: Дашков и К, 2018.
- 16 Пихно Д. Закон спроса и предложения. – М.: Медиа, 2012.
- 17 Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность.– М.: Инфра-М, 2015.
- 18 Райзберг Б.А. Основы экономики и предпринимательства. – М.: Просвещение, 2015.

- 19 Сидоров В.А. Общая экономическая теория. – М.: ЭЛИТ, 2014.
- 20 Тиссен Е.В., Борисов И.А. Микроэкономика: индивидуальное поведение и стратегическое взаимодействие участников рынка: учебное пособие. – М.: Флинта, 2017.
- 21 Торговля в России. Стат. сб./ - М.: Росстат, 2017.
- 22 Чепурин М.Н., Киселева Е.А. Курс экономической теории. – М.: Инфра-М, 2012.
- 23 Чкалова, О.В. Торговое дело : учеб. пособие.– М.: Эксмо, 2014.
- 24 Щербаков В. Н., Агеев В.М. Основы экономической теории. – М.: Дашков и К, 2012.
- 25 Яковлева Е. Б. Микроэкономика. – М.: Юрайт, 2017.