

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

Экономический факультет
Кафедра теоретической экономики

КУРСОВАЯ РАБОТА
по дисциплине «Общая экономическая теория»

Рынок: спрос, предложение и законы их функционирования

Работу выполнила _____ А.А. Якимова
(подпись, дата)

Факультет Экономический курс 1 группа 117

Специальность/направление Экономическая безопасность

Научный руководитель

доцент, кандидат

экономических наук _____ Е.Л. Кузнецова
(подпись, дата)

Нормоконтролер

доцент, кандидат

экономических наук _____ Е.Л. Кузнецова
(подпись, дата)

Краснодар 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Теоретические основы рынка и рыночного механизма.....	5
1.1 Понятие рынка и рыночного механизма	5
1.2 Сущность и основные элементы спроса	8
1.3 Сущность и базовые характеристики предложения	12
2. Взаимодействие спроса и предложения	16
2.1 Зависимость спроса от предложения.....	16
2.2 Рыночное равновесие	17
2.3 Закон спроса и предложения	20
2.4 Изменение величины предложения и спроса.....	22
2.5 Изменение предложения и спроса.....	24
Заключение.....	27
Список использованной литературы.....	29
Приложение	

Введение

Всякий рынок основывается на таких ключевых составляющих, как: цена, спрос, предложение и конкуренция. Они являются важнейшим инструментами в экономике. Изменение соотношения между спросом и предложением приводит к колебаниям рыночных цен вокруг так называемой цены равновесия. Благодаря данным колебаниям устанавливается тот уровень цен, при котором обеспечивается равновесие спроса и предложения и в конечном итоге равновесие производства и потребления. Макроэкономическое равновесие на рынке является главной проблемой экономической теории и экономической политики любого государства, а значит имеет первоочередное значение как в теории, так и в практике. Все это обуславливает **актуальность данного исследования.**

Главная **цель** курсовой работы состоит в изучении и анализе законов спроса, предложения и их взаимодействия со стороны экономической теории.

Исходя из этого были поставлены такие **задачи** как:

1. рассмотреть теоретические понятия спроса и предложения;
2. выделить главные факторы, влияющие на спрос и предложение;
3. раскрыть законы спроса и предложения;
4. проанализировать взаимодействие спроса и предложения на рынке.

Предметом исследования являются экономические категории спроса и предложения, их эластичность и взаимодействие, факторы, определяющие главные закономерности их взаимодействия.

Объект исследования – система социально-экономических отношений, раскрывающих сущность рыночного механизма.

Теоретическую базу исследования составляют основополагающие экономические законы, труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов.

Методологической базой исследования является системный и сравнительный анализ, анализ причинно-следственных связей, наблюдение, сравнение и группировка, а также использование индуктивного и дедуктивного методов научного познания.

Эмпирической базой исследования послужили учебники по экономическим дисциплинам, к ним относятся: учебники по экономической теории, микроэкономике, статистика по проблеме исследования, публикации в периодических экономических изданиях и Интернет-ресурсы.

Структура курсовой работы представляет собой введение, две главы, заключение, список использованной литературы и приложение.

1. Теоретические основы рынка и рыночного механизма

1.1 Понятие рынка и рыночного механизма

Что представляет собой рынок? Он является существенной составляющей экономической системы, следовательно, существует множество различных трактовок данного определения.

Приведу несколько из них. Рынок – это:

- механизм осуществления контактов покупателей и продавцов;
- способ спонтанной координации действий экономических агентов;
- саморегулирующаяся система взаимодействия экономических субъектов;
- институт, дающий возможность покупателям и продавцам совершать сделки по купле и продаже товаров и услуг;
- система экономических отношений между людьми, охватывающая производство, распределение, обмен и потребление;
- мена, организационная по законам частной собственности и товарного производства, и др. [4, с.68]

Главными условиями (причинами) возникновения рынка являются:

1. общественное разделение труда

Оно возникло в глубокой древности и подразделяется на несколько этапов. Первый – отделение скотоводства от земледелия, второй – становление ремесла самостоятельной отраслью, третий – появление купечества.

2. экономическая обособленность производства

Эта обособленность базировалась на частной собственности, а позже на коллективных формах собственности. Товарный обмен подразумевает тягу к эквивалентности, которая появляется на базе обособленности интересов.

3. свобода предпринимательства

В любой экономической системе существует вне рыночное регулирование хозяйства, но чем меньше скован предприниматель, тем больше у него простора для развития рыночных отношений. [4, с.69]

У рынка существуют различные функции, благодаря которым более конкретно раскрывается его содержание:

1. Посредническая или интеграционная
2. Информационная
3. Реализация противоречивых экономических интересов производителей и потребителей
4. Ценообразующая
5. Регулирующая
6. Контролирующая
7. Санирующая [19, с. 379]

Рассмотрим некоторые из функций более детально.

Посредническая функция. Рынок выступает связующей составляющей между покупателями и продавцами (т.е. производством и потреблением). Между ними образуются прямые и обратные связи, это происходит с помощью денег.

Информационная функция. Благодаря рынку продавцы и покупатели получают верную и объективную информацию о ценах, спросе, предложении и многом другом. Это дает возможность продавцам и покупателям ориентироваться в условиях рынка.

Реализация противоречивых экономических интересов производителей и потребителей. Производители и потребители имеют противоположные экономические интересы. Производители хотят продать свой товар по максимально высокой цене, а потребители – получить этот же товар по более низкой. Именно рынок позволяет совершить покупку – продажу между ними и удовлетворить потребности каждого.

Контролирующая функция. Рынок осуществляет контроль за результатом акта купли–продажи, дает производителям представление о

потребностях потребителей. Это помогает им принимать решения о последующем объеме производства и мерах снижения затрат.

Главным признаком рынка можно назвать неконтролируемость предложения, спроса и цены.

Для развития рынка необходимы:

1. Конкуренция
2. Свободные трудовые и природные ресурсов
3. Движение денежных, трудовых и иных потоков

Формы рынка можно классифицировать по некоторым признакам:

- объектам продажи: потребительский, факторный, ресурсный, финансовый, информационный, трудовой и т. д.;
- территории: местные, региональные, национальные, мировой;
- характеру продаж: свободные, регулируемые и т. п.;
- экономическому назначению: рынок капиталов, рынок продовольственных товаров;
- собственности: частная, государственная;
- организации: аукционы, биржи, тендеры и т. п.;
- уровню развития: свободный, монополистический, олигополистический;
- уровню насыщения: равновесный, дефицитный, насыщенный;
- субъектам: покупатели, продавцы, госучреждения, посредники;
- зрелости: неразвитый, развитый, формирующийся;
- по объему продаж: розничный, оптовый; [4, с.82]

Функционирование любого рынка совершается благодаря механизму рынка. Что же это такое?

Рыночный механизм – это механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка: спроса, предложения, цены, конкуренции и основных экономических законов рынка. [8, с. 299]

Это центральные составляющие любого рынка, можно сказать – его ядро. Ими пользуются производители и потребители в своей экономической

активности, которые в свою очередь являются субъектами рынка. Сторону производителя представляет предложение, а потребителя – спрос.

Механизм рынка функционирует с целью принуждения предпринимателей работать на пользу потребителей и основан на влечении человека к благосостоянию.

Достоинства рыночного механизма:

1. Ориентированность на спрос (т.е. на потребителя)
2. Обеспечение потребителей необходимыми товарами и услугами
3. Свобода выбора для потребителей
4. Эффективное распределение ресурсов
5. Быстрая адаптация к меняющимся условиям и т.д.

Недостатки рыночного механизма:

1. Рынок безжалостен к слабым производителям
2. Неспособность самостоятельно решать значительные социально–экономические проблемы
3. Нестабильное развитие и т. д.

Таким образом можно сделать вывод, что становление рынка – это очень длительный исторический процесс. А сам рыночный механизм – сложный и непрерывно развивающийся механизм.

1.2. Сущность и основные элементы спроса

Для того чтобы удовлетворить свои потребности, человек приобретает различные товары и услуги. В следствие этого каждый человек на рынке является покупателем. Именно эти покупатели создают спрос на какой–либо товар или услугу.

Спрос находится со стороны потребителя и выражает его потребность. Поэтому под спросом следует понимать представленную на рынке платежеспособную потребность в товарах или услугах. [8, с. 304]

Спрос – это не любая потребность, а только та, которая обеспечена деньгами покупателя. Рынок регулирует лишь потребности обеспеченные денежными средствами.

Величина (объем) спроса основывается наибольшим количеством товаров и услуг, которые покупатели в состоянии приобрести в определенный промежуток времени.

Цена спроса – это максимальная цена, которую покупатель заплатит за определенное количество блага.

Функцию спроса представляют графически, как кривую спроса. Она представляет зависимость между ценой и количеством блага, которое покупатели в состоянии приобрести в единицу времени. На вертикальной оси отложена цена на товар, а на горизонтальной – величина спроса на него [рис. 1] [12, с. 25].

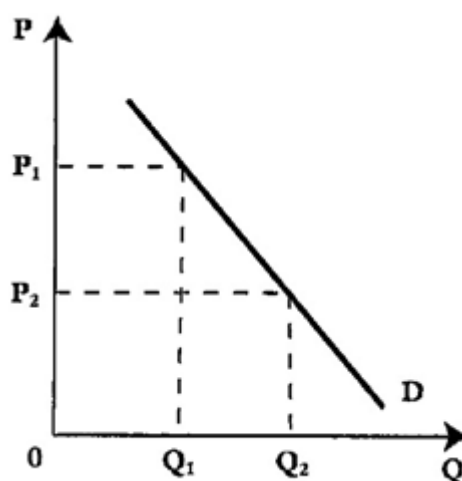


Рисунок 1 – Кривая спроса

На графике мы видим: чем выше цена на товар/услугу, тем ниже на него спрос и, наоборот, чем ниже цена, тем выше спрос. Кривая спроса иллюстрирует закон спроса.

Рассмотрим факторы, влияющие на величину спроса, их называют детерминанты спроса. Основным из них является цена товара. Она влияет на спрос в соответствии с законом спроса. Ряд других факторов называют неценовыми детерминантами спроса. К ним относятся:

1. Доходы населения (падение доходов населения ведет к уменьшению спроса и наоборот)
2. Структура населения (преобладание каких-либо категорий людей в населении ведет к увеличению спроса на интересующие их товары)
3. Изменение потребительских вкусов под влиянием рекламы и моды (рекламируемый товар имеет спрос больше, чем товар, который не рекламируют)
4. Ожидания населения относительно изменения цен (если население ожидает повышения цен в будущем, то в настоящее время спрос на товары будет больше)
5. Количество потребителей на рынке (чем больше людей предъявляет спрос на товар, тем выше его величина)
6. Изменение цен на товары – заменители (субституты) и товары-дополнители (комплементарные). [9, с.26]

Изменение этих факторов ведет к сдвигу кривой на графике. Если спрос увеличивается – кривая сдвигается вправо и вверх, если спрос сокращается – кривая сдвигается влево и вниз.

Спрос характеризуется эластичность. Она позволяет определить реакцию потребителя на изменение цены товара, уровня доходов. Если небольшое изменение цены или дохода приводит к значительному изменению спроса, то он – эластичен, если же большое изменение цены или дохода приводит к небольшому изменению спроса, то он – неэластичен.

Товары значительно высокой стоимости (предметы роскоши) относятся к товарам с эластичным спросом по цене. А товары, стоимость которых невелика для бюджета, такие как товары первой необходимости, являются товарами с неэластичным спросом по цене.

Различают несколько видов эластичности спроса:

1. Эластичность спроса по цене:
2. Точечная эластичность
3. Дуговая эластичность

4. Эластичность спроса по доходу
5. Перекрестная эластичность

Эластичность спроса по цене показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения цены на 1%. [8, с. 311]

На данный вид эластичности влияют такие факторы как: изменение уровня цен, присутствие товаров-конкурентов или товаров-заменителей, знания потребителей о рынке интересующих их товаров и д.р.

Разберем точечную и дуговую эластичность.

Точечная эластичность – эластичность измененная в данной точке кривой спроса. Она может быть определена, если провести касательную кривой спроса. Значение точечной эластичности обратно пропорционально тангенсу угла наклона касательной. [4, с.100] [рис.2]

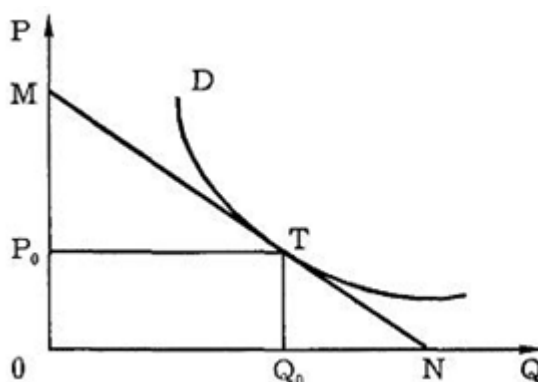


Рисунок 2 – Точечная эластичность

Дуговая эластичность характеризует изменения на определенном интервале кривой спроса. [рис. 3]

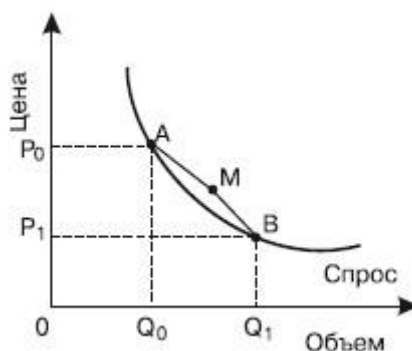


Рисунок 3 – Дуговая эластичность

Эластичность спроса по доходу показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения дохода на 1%.

Данный вид эластичности зависит от: влияния стоимости товара на бюджет потребителя, является товар предметом роскоши или предметом необходимости.

Перекрестная эластичность показывает изменение спроса на один товар относительно изменению спроса на другой в процентах. Она показывает переход потребителей от одного товара к другому в следствие поднятия цены на первый товар.

1.3 Сущность и базовые характеристики предложения

Дадим определение предложению. Предложение – это совокупность товаров и услуг, находящихся на рынке, которые продавцы готовы продать покупателю по данной цене. [16, с.142]

Предложение дает характеристику рынка со стороны продавцов. Положение, которое занимают производители на рынке, неодинаково, т.к. они производят разное количество товара и имеют разные затраты на производство. Но каждый из них, попав на рынок, стремится продать свой товар по более высокой и выгодной цене.

Объем предложения – то количество товаров или услуг, которое производитель предлагает потребителю в какой-то промежуток времени. Он зависит и меняется от цены товара. В случае, если цена на товар будет низкой, производители предложат мало товара, если же цена возрастет, производители увеличат предложение.

Прямая зависимость между изменением цены и изменением предложения товаров на рынке представляет собой закон предложения. [9, с.37]

Кривая предложения отражает количество продукции, которую производители хотят реализовать по различным ценам в конкретный момент времени. [Рис.4] Кривая предложения чаще всего поднимается вверх вправо, в отличие от кривой спроса.

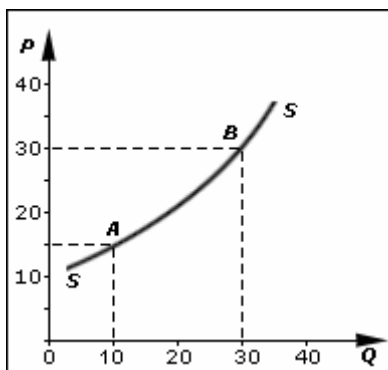


Рисунок 4 – Кривая предложения

На вертикальной оси отображается цена на товар или услугу, а на горизонтальной – величина предложения.

Смещение кривой вправо и вверх обозначает увеличение предложения, а смещение влево и вниз его падение.

Цена является основной детерминантой как спроса, так и предложения. Так же существуют и другие факторы влияющие на величину предложения – неценовые. Рассмотрим их:

1. Издержки производства (повышение издержек сдвигает кривую влево, снижение издержек – вправо);
2. Число товаропроизводителей (чем больше производителей, тем выше предложение);
3. Технология производства (при улучшении технологий товара становится больше, значит растет предложение);
4. Изменение цен на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары (Изменение цены одного взаимозаменяемого блага вызывает противоположное изменение объема предложения другого блага);
5. Дотации (уменьшают финансовую нагрузку на предприятие, уменьшая его издержки. Смещают кривую предложения вправо)
6. Потребительское ожидание;

7. Природные стихии, политические конфликты. [19, с. 391]

Благодаря эластичности предложения мы понимаем каким образом оно реагирует на изменение цены.

Важным фактором изменения эластичности предложения является время. Чем большим количеством времени располагает производитель, чтобы приспособиться к изменению цен, тем эластичнее предложение.

Выделяют 5 видов эластичности предложения [рис. 5]:

1. Единичная эластичность;

Процентное изменение цены равно процентному изменению объема предложения

2. Неэластичное предложение;

Значительное изменение цены ведет к небольшому изменению предложения

3. Эластичное предложение;

Значительное изменение объема ведет к небольшому изменению цены

4. Абсолютно эластичное предложение;

Цена не изменяется при изменении объема предложения

5. Абсолютно неэластичное предложение;

Объем предложения не изменяется при изменении цены [9, с.40]



Рисунок 5 – Кривые предложения с разной степенью эластичности

2. Взаимодействие спроса и предложения

2.1 Зависимость спроса от предложения

Пересечение кривых спроса и предложения определяет цену равновесия (или рыночную цену) и равновесное количество продукции. Любую другую цену конкуренция делает колеблющейся. [15, с. 143] Чрезмерный спрос или дефицит, сопутствующий ценам ниже цены равновесия, показывает, что покупателям следует платить более высокую цену, чтобы не остаться без продукта. Данное условие наглядно изображено на рисунке 6.

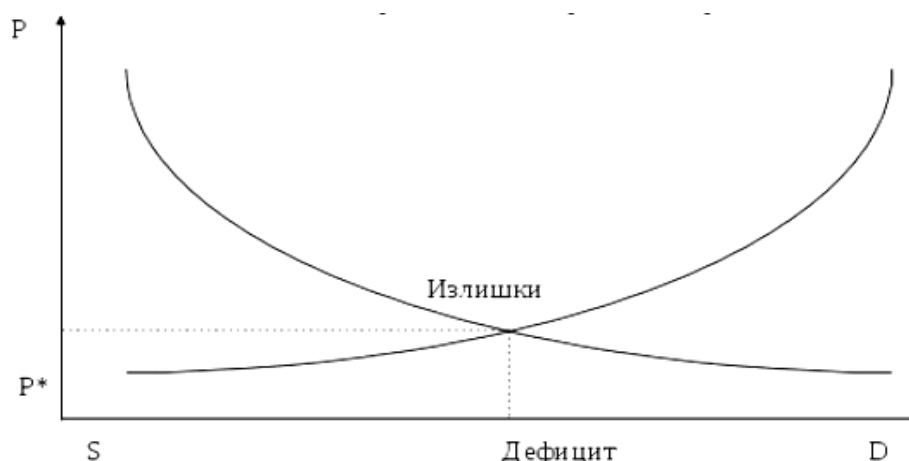


Рисунок 6 – Пересечение кривых спроса и предложения

Рост цен стимулирует предприятия к перераспределению ресурсов с положительным результатом для реализации данного товара, и выталкивает кое-каких потребителей с рынка. Избыточное предложение, или излишки продукции, появляющиеся при ценах выше цены равновесия, побуждают конкурирующих друг с другом продавцов сбавлять цены, чтобы избавиться от лишних запасов. [20, с. 344] Снижающиеся цены могут подсказывать предприятиям о необходимости сокращения ресурсов, затрачиваемых на производство данной продукции, и привлекут на рынок дополнительных покупателей.

В соответствии с государственным воздействием, регулированием, степенью конкуренции на рынке выделяют два вида цен: свободные (рыночные) и регулируемые.

Свободные цены (рыночные цены) – это цены, утвержденные производителями товаров в зависимости спроса и предложения на данном рынке. К данному виду относят: цену спроса, цену предложения, цену производства. Пересечение кривых спроса и предложения определяет цену равновесия и равновесное количество продукции. Цена спроса – цена, складывающаяся на рынке покупателя. Цена предложения – рыночная цена, указываемая в оферте (официальном предложении продавца) без скидок. Цена производства – цена, которая определяется на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал. [21, с. 45].

Регулируемые цены – это цены, устанавливаемые соответствующими органами управления: Президентом РФ, правительством РФ, Федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, или цены, в отношении которых перечисленные органы власти и управления устанавливают какие-либо ограничивающие их уровень условия. Регулируемые цены, таким образом, могут быть гарантированные, рекомендуемые, лимитные, залоговые, пороговые (защитные) цены. Среди регулируемых цен выделяют предельные цены – это такие цены, выше которых предприятия не могут устанавливать цену своей продукции или услуг; фиксированные цены – это цены, устанавливаемые на определенном уровне, изменение которых возможно только по решению органа или субъекта рынка, утвердившего их. [23, с. 101]

2.2 Рыночное равновесие

Для эффективного функционирования рыночной экономики спрос на факторы производства, товары и услуги, тем не менее, должен быть удовлетворительным. То есть, экономика должна находиться в условиях, когда она еще может предложить какой-то продукт [2, с.136]. Из этого следует, что рыночное равновесие - состояние рынка, когда желание фирм производить совпадает с потребительским выбором и желанием покупателя приобрести определенный набор благ. Такое рыночное положение обладает абсолютным соответствием всех экономических интересов, определяющих поведение всех субъектов рыночных отношений: производителей, покупателей и посредников.

В соответствии с соотношением и изменением спроса и предложения на рынке динамика рыночного равновесия предполагает 5 вариантов:

1. потребительский спрос подвергается значительным изменениям. Данную ситуацию наблюдают, чаще всего, в долгосрочном периоде, при состоянии полной занятости. Организации не расширяют свою деятельность, так как у них нет возможности иметь дополнительных ресурсов и факторов производства. А желание покупателей приобрести определенный товар двигает кривую спроса вдоль кривой предложения;

2. спрос на факторы производства, товары и услуги не изменяется, а предложение крайне динамично. Эта ситуация показывает, что предприниматели налаживают систему производства по своему усмотрению. В конечном итоге формируется такое состояние экономики, при котором предложение превышает спрос, что приводит к спаду цен и росту предельных издержек на единицу изготовленной продукции;

3. если спрос и предложение одновременно и пропорционально изменяются в одном направлении, то равновесие на рынке остается прежним. Наряду с этим изменения происходят только при установлении цены

равновесия: она растет при росте спроса-предложения и падает при их снижении;

4. если спрос при падающем предложении продолжает расти, то продажная цена устанавливается на максимальном уровне. Предложение, зачастую, зависит от объема ресурсов, вовлеченных в производство. Когда их величина ограничена, масштабы производства не могут изменяться, и выручку стоит делать исключительно за счет повышения цен;

5. если спрос, наоборот, снижается, а предложение растет, начинается кризис перепроизводства. В данном случае равновесные цены оказываются на более низком уровне, чем того хотел бы производитель. [16, с. 421]

Согласование спроса на рабочую силу и ее предложения – одна из ключевых проблем современного этапа социально-экономического развития России. Для ее решения необходим всесторонний анализ факторов формирования и динамики изменения спроса на рабочую силу, предложения рабочей силы, а также их взаимодействия. Например, можно рассмотреть сравнительный анализ показателей спроса и предложения на рынке труда по Краснодарскому краю (таблица 1) [25].

По данным Министерства труда и занятости населения Краснодарского края по состоянию на 3-й квартал 2018 года ситуация на рынке труда региона следующая.

Таблица 1 – Сравнительный анализ показателей спроса и предложения на рынке труда региона

Категория работников	Спрос	Доля в общем кол-ве, %	Предложение	Доля в общем кол-ве, %	Отклонение
Рабочие	50 952	65,1	28 601	71,9	+22 351
Специалисты	27 283	34,9	11 174	28,1	+16 109
Всего	78 235	100	39 775	100	+38 460

Данные свидетельствуют о том, что наибольшим спросом на рынке труда края (65,1 %) пользуются рабочие профессии, спрос по которым выше предложения (отклонение +22 351). Доля вакансий для специалистов с высшим образованием составляет 34,9 %, спрос свыше предложения (отклонение +16 109). В целом спрос на работников (вакансии работодателей) выше предложения рабочей силы (резюме соискателей).

Рынок представляет собой динамичную систему, который самостоятельно приводит в порядок экономические процессы. Но при этом, если рынок не справляется, ему на помощь приходит государство, отвечающее за экономическую ситуацию в стране в целом [22, с. 576].

2.3 Закон спроса и предложения

Закон спроса и предложения – объективный экономический закон, устанавливающий зависимость объёмов спроса и предложения товаров на рынке от их цен. При прочих равных условиях, если цена на товар ниже, то больше на него платёжеспособный спрос и меньше предложение. [13, с. 117]

Зачастую цена устанавливается в точке равновесия между предложением и спросом (рис. 2). Закон до конца сформулирован в 1890 году Альфредом Маршаллом.

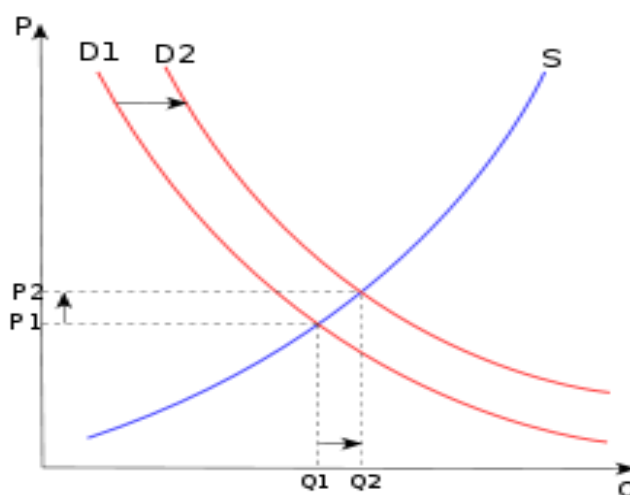


Рисунок 7 - Закон спроса и предложения

Поиск «точки равновесия»: изменение цены (P) и количества товара (Q) как следствие изменения спроса (D) и предложения (S).

Закон спроса и предложения на первый взгляд кажется простым. Все определяет цена товара на рынке, которая задает экономическое положение спросу и предложению.

Согласно закону спроса и предложения чем выше цена, тем меньше спрос и выше предложение. И наоборот, чем ниже цена, тем выше спрос и ниже предложение. Но в реальной экономике данная тенденция не распространена. Например, при значительном снижении цены, спрос весьма слабо повышается, а предложение практически не утрачивает свою активность. Или при повышении цен изменения в спросе будут малозначительными. [18, с. 693]

Ввиду этих явлений вводятся в науку экономики понятия эластичности спроса и предложения. К тому же могут быть некоторые особенности в данных законах, показывающие на практике результаты, не предсказанные в теориях. С развитием роста товарной цены, товар продаётся активнее по причине постоянного повышения спроса. В то же время со спадом цен на рынке возможно увеличение объёма товаров. Это может показаться неестественным процессом, но, чтобы быстро реагировать на изменяющиеся рыночные цены и оставаться на рынке даже в условиях наибольшей конкурентной борьбы производителям, продавцам и маркетологам необходимо исследовать причины эластичности их товаров. Они должны знать все о спросе и предложении продукции, в которой нуждается потребитель.

Закон Спроса – это экономический закон, в силу которого объём спроса на рыночную продукцию падает с ростом его цены при прочих равных условиях (мода, доходы потребителей, цены на аналогичные товары, качество). Исходя из определения данного закона, величина спроса снижается по мере увеличения цены товара.

Природа закона спроса заключается в том, что спрос увеличивается по мере снижения цены на товар, потому что выгода от приобретения большого количества товаров по более низкой цене очевидно покупателю.

Закон Предложения - это экономический закон, исходя из которого, объем предложения продукции на рынке растет с увеличением их цен при прочих равных условиях (издержки производства, инфляционные ожидания, качество товара). Согласно этому закону, величина предложения на рынке повышается по мере увеличения цены на товар.

Природа закона предложения заключается в том, что при росте цен производителю, продавцу становится выгоднее продавать большее количество товара.

2.4 Изменение величины предложения и спроса

При анализе рыночной конъюнктуры нужно осуществлять разделение между изменениями величины спроса и предложения и изменениями в самом спросе и предложении на определенный товар.

Изменение объема предложения рассматривается при изменении цены товара и неизменных прочих факторов рыночной конъюнктуры и подразумевает движение вдоль кривой предложения.

Выделяют следующие явления при изменении кривой предложения:

1. Изменение ресурсных цен. Примеры: уменьшение цен на минеральные удобрения увеличивает предложение на пшеницу; рост цен на дождевальное оборудование уменьшает предложение кукурузы.

2. Изменение технологии. Пример: производство наиболее эффективного инсектицида против кукурузного вредителя повышает предложение кукурузы.

3. Изменение налогов и дотаций. Примеры: рост акцизного налога на сигареты сокращает их предложение; снижение дотаций университетам уменьшает предложение специалистов с высшим образованием.

4. Изменение цен на другие товары. Пример: снижение цен на баранину и свинину увеличивает предложение говядины.

5. Изменение ожиданий. Пример: ожидание существенного снижения в будущем цен на нефть заставляет нефтяные компании увеличивать текущее предложение.

6. Изменение числа поставщиков. Примеры: увеличение количества фирм, производящих персональные компьютеры, увеличивает предложение этих компьютеров; образование новой профессиональной футбольной лиги увеличивает количество матчей между профессиональными футбольными командами.

Изменение величины спроса происходит при изменении цены данного товара и выражается только движением по точкам кривой спроса (вдоль линии спроса). [22, с. 43]

Факторы, смещающие кривую спроса:

1. Изменение вкусов покупателей. Пример: физическое здоровье становится все более популярным, а это повышает спрос на кроссовки и велосипеды;

2. Изменение числа покупателей. Примеры: японцы сокращают импортные квоты на американское телекоммуникационное оборудование, тем самым повышая спрос на такое оборудование; снижение уровня рождаемости уменьшает спрос на образование.

3. Изменение дохода. Примеры: увеличение доходов повышает спрос на такие нормальные товары, как сливочное масло, омары, филе, но снижает спрос на такие товары низшей категории, как капуста, репа, восстановленные шины, ношенная одежда.

4. Изменение цен на сопряженные товары. Примеры: снижение тарифов на пассажирские авиаперевозки сокращает спрос на поездки автобусным транспортом (взаимозаменяемые товары); сокращение цены на видеомагнитофоны повышает спрос на видеокассеты.

5. Изменения в ожиданиях потребителей. Пример: неблагоприятная погода в Южной Америке порождает ожидания более высоких в будущем цен на кофе и тем самым повышает текущий спрос на кофе.

2.5 Изменение предложения и спроса

Рассмотрим более подробно некоторые неценовые факторы, воздействующие на предложение:

1. Издержки производства (или производственные затраты). Если производственные затраты низки по сравнению с рыночными ценами, то для производителей выгодно поставлять товары в больших количествах. Если же они высоки по сравнению с ценой, фирмы производят товар в небольших количествах, переключаются на другие продукты или даже покидают рынок. Затраты на производство в первую очередь определяются ценами на экономические ресурсы: сырье, материалы, средства производства, рабочую силу, – и техническим прогрессом;

2. Технология производства. Это понятие объединяет все, начиная с подлинных технических открытий и лучшего применения существующих технологий и заканчивая обычной реорганизацией рабочего процесса. Совершенствование технологии позволяет производить большее количество продукции с меньшими затратами ресурсов. Технический прогресс также позволяет снижать количество ресурсов, требующихся для одного и того же объема выпуска;

3. Налоги и субсидии. Действие налогов и субсидий проявляется в разных направлениях: повышение налогов приводит к росту издержек производства, увеличивая цену производства и уменьшая его предложение. Снижение налогов приводит к противоположному эффекту. Субсидии и дотации позволяют сокращать издержки производства за счет государства, способствуя тем самым росту предложения;

4. Цены на сопряженные товары. Предложение на рынке во многом зависит от наличия на рынке взаимозаменяемых и взаимодополняемых товаров по приемлемым ценам;

5. Ожидания производителей. Ожидания изменений цены продукта в будущем также могут повлиять на желание производителя поставлять продукт на рынок. Информация о предполагаемом снижении цен может привести к росту предложения в настоящий момент и сокращению предложения в дальнейшем;

6. Число товаропроизводителей. Увеличение числа производителей данного товара приведет к росту предложения, и наоборот;

7. Особые факторы. Например, на определенные виды продукции (лыжи, ролики, продукцию сельского хозяйства и пр.) большое влияние оказывает погода. [7, с. 98]

Изменение спроса на товар происходит не только вследствие изменения цен на него, но и под влиянием «неценовых» факторов. Рассмотрим более подробно эти факторы:

1. Денежные доходы потребителей. Если денежные доходы потребителей возрастают, то возрастает и количество покупаемых товаров, и наоборот, если доходы покупателей снижаются, то при тех же ценах уменьшается и объем производимых покупок;

2. Цены и наличие других товаров и услуг, среди которых выделяют взаимозаменяемые (товары-субституты) и взаимодополняемые товары (товары-комплементы). Для взаимозаменяемых товаров характерно то, что рост цены одного из товаров приводит к росту спроса на другой. Например, рост цен на мясо может вызвать увеличение спроса на рыбу. Для взаимодополняемых товаров рост цены одного товара приводит к падению спроса на другой. Например, рост цен на бензин вызовет падение спроса на автомобили;

3. Вкусы и предпочтения потребителей. Развитие производства, мода, культурные и исторические особенности оказывают влияние на

вкусы и предпочтения людей. Большую роль играет и конкуренция среди потребителей, покупательская психология (человек стремится купить товар, который покупают все его знакомые) и пр.

4. Ожидания покупателей. Тут различают: ожидания и прогнозы, связанные с возможным изменением цен; ожидания и прогнозы, связанные с влиянием неценового фактора;

5. Число покупателей. Очевидно, что чем больше людей, потребляющих какой-то товар, тем выше спрос на него. Соответственно, рост (уменьшение) количества покупателей вызывает увеличение (уменьшение) спроса;

6. Особые факторы - дожди повышают спрос на зонты, зимой повышается спрос на лыжи и санки и т. п. [2, с.359].

Таким образом, изменение спроса на товар происходит не только вследствие изменения цен на него, но и под влиянием других, так называемых "неценовых" факторов. На изменение предложения так же, как и спроса, оказывают влияние как ценовые, так и неценовые факторы. При изменении цены товара соответствующая точка рыночной конъюнктуры перемещается вдоль кривой предложения, т. е. происходит изменение предложения.

Заключение

Подводя итоги данной курсовой работы, рассмотрены ключевые моменты таких категорий экономической теории как предложение и спрос.

В ходе написания работы выявили, что данные понятия являются одними из ключевых понятий во всей теории, поскольку понимание механизма функционирования рынка невозможно без изучения спроса, предложения и их взаимодействия.

Актуальность этих вопросов в данное время обуславливается каждодневной деятельностью людей, поскольку каждый человек всегда совершает покупки, таким образом, непосредственно участвуя в формировании спроса, и тем самым побуждая производителей создавать предложение товаров и услуг. Следовательно, для максимально полного удовлетворения своих потребностей, необходимо понимать и прогнозировать поведение производителей и потребителей на рынке: как себя поведут, что обуславливает такое поведение и как необходимо вести себя самому.

При рассмотрении понятий спроса и предложения определили основные факторы, которые оказывают влияние на них, было также определено понятие эластичности, влияющее на изменение спроса или предложения в зависимости от различных факторов, таких как доход, цен на схожие товары, а также цен на сам товар. Особенно полно зависимость спроса и предложения от уровня цен на товары отражается в виде кривых спроса и предложения, которая не только показывает изменение спроса и предложения с течением времени, но и определяет их зависимость от цены, что и называется законом спроса и законом предложения.

Рассмотрев данные законы, очевидно, что наиболее полное и детальное их изучение позволит максимально близко определять условия для достижения совершенной конкуренции на рынке товаров и услуг,

достигнуть ситуации рыночного равновесия, когда величина спроса покупателей на товар равна величине его предложения продавцами.

Данная ситуация является наиболее благоприятной как для участников обмена рынка, так и для экономики в целом. Это означает, что действие спроса и предложения на макроуровне остается не менее важным, чем в микроэкономике, а, следовательно, и влияние государственных мер на так называемые совокупное предложение и совокупный спрос не должны оставаться в стороне.

В данной работе была достигнута поставленная цель и решен ряд задач:

- рассмотрены теоретические понятия спроса и предложения;
- выделены главные факторы, влияющие на спрос и предложение;
- в работе раскрыты законы спроса и предложения;
- проанализировано взаимодействие спроса и предложения на рынке.

Таким образом, рассмотренные в курсовой работе проблемы и понятия продолжают сохранять свою актуальность, и даже требуют более глубокого анализа учеными-экономистами. Важность изучения этих проблем находит практическое применение при планировании деятельности, как отдельных домохозяйств, так и крупнейших национальных предприятий при производстве товаров и услуг.

Список использованной литературы

1. Акулич И.Л. Маркетинг: учебник. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 543с.
2. Базиков А.А. Микроэкономика: учебно-методическое пособие – изд. – М.: Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 141с.
3. Вазим А.А. Экономика: учебное пособие – изд. – М.: Томск: Изд-во Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР), 2017. – 225с.
4. Войтов А.Г. Экономическая теория: учебник для бакалавров – изд. – М.: Издательско–торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – 392с.
5. Видяпин В.И., Экономическая теория (политэкономия): Учебник/Под общ. ред. акад. В.И. Видяпина, акад. Г.П. Журавлевой. - 4-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2014.
6. Галяутдинов Р.Р. Спрос и предложение [Электронный ресурс] // Сайт преподавателя экономики. 2014.
7. Грязнова А.Г., Экономическая теория: Учебн. пособие/Под ред. А.Г. Грязновой и В.М. Соколянского - 2-е изд. перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2015.
8. Журавлева Г.П. Экономическая теория. Макроэкономика - 1, 2. Метаэкономика. Экономика трансформаций: Учебник / Г.П. Журавлева. - М.: Дашков и К, 2016. - 920 с.
9. Корниенко О.В. Микроэкономика для бакалавров с интерполяциями [Электронный ресурс] : учеб. пособие – 2–е издание., испр. и доп. – М.: ФЛИНТА, 2019. – 302 с.
10. Ломакин В.К. Экономика. Учебник для вузов. - М.: Юнити, 2014.
11. Любимов Л.Л., Раннева Н. А. Основы экономических знаний. - М.: Издательство «Вита-Пресс», 2014.

12. Микроэкономика : 100 экзаменационных ответов [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. – 2–е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2017. – 232с.
13. Мыльников Б.В. Законы спроса и предложения. Постановка проблемы и объект исследования. [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014.
14. Николаева И.П. Экономическая теория: учебник для бакалавров. – 2-е изд. – М.: Издательство – торговая корпорация «Дашков и К», 2017. – 328с.
15. Нухович Э.С., Смитиенко Б.М., Эскиндаров М.А. Экономическая теория на рубеже 20-21 веков. - М.: Финансовая академия, 2015.
16. Общая экономическая теория. Сидоров В.А., Кузнецова Е.Л., Болик А.В: учебник для студентов высших учебных заведений [Электронный ресурс]: электронное учебное издание: Майкоп: ООО «Элит», 2017. С. 408-426.
17. Пихно Д. Закон спроса и предложения / Д. Пихно. - М.: ЁЁ Медиа, 2014. - 832 с.
18. Руднев В.Д. Политическая экономия (экономическая теория): учебник. – 3–е изд. – М.: Издательско–торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – 856с.
19. Словарь-справочник по экономической теории. Гризков И.В., Дотдueva З.С., Довготько Н.А. и др.: учебное пособие для студентов. – изд. – М.: Ставрополь: ООО ИД ТЭСЭРА., 2014. – 380с.
20. Спиридонова И.А. Экономическая теория. Учебное пособие. - М.: Инфра-М, 2014.
21. Тарасевич, Л.С. Макроэкономика: Учебник для бакалавров / Л.С. Тарасевич, П.И. Гребенников, А.И. Леусский. - М.: Юрайт, 2015. - 686 с.
22. Швырков Ю. Государственное регулирование экономики // Экономист. - 2014. - №8. - с.35 - 48.

23. Экономика. Часть1. Лукашенко М.А., Ионова Ю.Г., Михенко П.А. и др.: учебник в двух частях. – изд. – М.: Университет «Синергия», 2017. – 364с.

24. www.gsk.ru – сайт Федеральной службы государственной статистики

25. www.krsdstat.gks.ru - сайт Департамента государственной службы занятости населения Краснодарского края.

🔒 13 минут назад (UTC +03:00)

Уникальность	62%	Орфография	23
Всего символов	15062	Заспамленность	10%
Без пробелов	13148	Вода	10%
Количество слов	1877	Замена символов	1