

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/52155>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономическая теория

Введение 3

Глава 1. Сущность и основные характеристики спроса. 5

1.1. Понятие спроса и его составляющие 5

1.2. Виды спроса и их основные характеристики 11

Глава 2. Оценка эластичности спроса в современных условиях 19

2.1. Понятие эластичного спроса 19

2.1. Факторы влияющие на эластичность спроса 23

Заключение 28

Список литературы 29

Введение

По мере исторического развития производства товаров и услуг создавались рынки, прошедшие нелегкий путь от традиционных базаров до современных структур, характеризующихся компьютерным оснащением и высокими электронными технологиями. В данной статье подробно изучено понятие, функции и виды рынка, а также рассмотрены отдельные категории рыночных структур в соответствии с современными стандартами.

Сегодня под понятием рынка следует понимать высокоорганизованную систему отношений экономического характера между различными субъектами экономики: домохозяйствами, всевозможными типами организаций (конечно же, в данном случае на первый план встают самые масштабные компании) и, естественно, государством (включая при этом органы наднациональной направленности деятельности). Государство главным образом выполняет направляющую и регулирующую роль в организации общей системы. Данные отношения базируются на купле-продаже товаров и услуг в области обращения. Кроме того, современным рынок определяется и как инструмент реализации таких отношений в полном соответствии с законами по поводу производства товаров и обращения денежных средств.

Рыночная структура на сегодняшний день высоко организована, кроме того, она предполагает качественное управление ресурсами, соответствующее тому или иному элементу рассмотренной ниже классификации. Так, в структуру рынка входят продавцы и покупатели товара, производители и, конечно же, его потребители. Взаимодействие представленных категорий всегда приводит к формированию рыночных цен.

Актуальность темы обусловлена важностью изучения законов спроса в развивающемся экономическом мире.

Цель работы исследовать особенности формирования спроса на рынке.

Задачи работы изучить сущность и основные характеристики спроса и изучение способов оценки эластичности спроса.

Предметом исследования является понятие спроса и эластичность спроса.

Объектом исследования является современные рыночные отношения.

Глава 1. Сущность и основные характеристики спроса.

1.1. Понятие спроса и его составляющие

Разберемся же, что означает спрос. Это экономическое понятие, которое подразумевает некоторое количество продукции, которое хотят получить потребители на рынке в определенный момент времени и в конкретных условиях. Именно сущность и важность продукта, а также платежеспособность потребителя определяют спрос. Каждому, кто задействован в экономической сфере или ведет свой бизнес, необходимо правильно понимать, что именно означает спрос и каким образом он влияет на деятельность компании. Спрос может охватывать не только сам товар, который уже купили, но и необходимость в нем. Таким образом, даже если сделки купли-продажи не были совершены, спрос все равно может присутствовать, ведь в какой-то степени данный товар необходим некоторому количеству покупателей.

Существует такое понятие, как активность спроса.

На нее влияют несколько факторов: данный момент, месяц, неделя, день и даже год. Проще говоря – сезонность. На активность также влияют некоторые характеристики продукции, товары питания, электричество, топливо для используемого транспорта, одежда, бытовые приспособления и многие другие. То есть при определенном событии – снижении цен – происходит повышение спроса на товары, согласно описанному ранее закону. Важно отметить то, что в этом законе можно вполне легко сделать анализ о доходах покупателя. Если цена в два раза меньше – товара можно купить в два раз больше соответственно. Как уже упоминалось, в экономической сфере на практике часто нарушаются основные понятия закона спроса, тем самым создавая все новые и новые виды исключений. Приведем же несколько примеров:

1. Повышение цен на товар иногда может совершенно не снижать спрос на него. Наоборот – даже стимулировать. Такое происходит в случае ожидания повышения цен на рынке. А все потому, что покупатель ожидает как можно большего поднятия цен и спешит раскупить продукцию, пока у нее еще «предельно адекватная» цена. Однако такое явление может с легкостью работать и в другом направлении. Если стоимость товара снижается, он может легко потерять свою активность сбыта. Кроме этого, спрос будет постоянно снижаться и после заданной ситуации. Закон спроса товаров предполагает, что нельзя снижать цену на продукцию, если она является главным показателем качества, необходимости и спроса. Легким примером может стать золото – если постоянно ждать, пока цена на него упадет, необходимость в золоте может пропасть.

2. Возьмем за пример также драгоценные металлы и камни, брендовые парфюмы и так далее. Если снижать стоимость, они непременно потеряют свой объем необходимых продаж, снизится также спрос и уровень сбыта. Исключением является то, что, когда у покупателя значительно возрастают доходы, у него пропадает необходимость покупать данные вещи. Таким образом, даже такие дорогие товары могут совершенно не иметь конкуренции друг против друга, потому что зависят от потребителя.

СПРОС – отношение между ценой блага и его количеством, которое покупатели хотят и в состоянии купить. В экономическом смысле в основе спроса лежит не просто потребность или нужда в том или ином благе, а готовность и способность платить за него. Общий спрос покупателей на благо находит свое отражение на кривой спроса.

Спрос проявляется в объеме спроса, означающем то количество блага, которое было бы куплено по некоторой цене при неизменности прочих факторов, влияющих на спрос.

Выделяют следующие факторы, влияющие на объем спроса:

- цена блага;
- цены других благ;
- доходы покупателей;
- общее количество покупателей данного блага;
- предпочтительные вкусы покупателей;
- инфляционные ожидания;
- экономическая политика государства.

Связь между ценой блага и объемом спроса на него выражается в законе спроса.

Закон спроса гласит, что количество товара, на которое предъявляется спрос, возрастает при снижении цены и сокращается при ее повышении. При этом нет строго одинакового соотношения между снижением цены и повышением спроса.

Такое определение закона спроса дал английский экономист А. Маршалл.

В современной западной экономической литературе под законом спроса понимается обратная зависимость между ценой и величиной спроса на блага в течение определенного периода.

Зависимость между ценой блага и объемом спроса называется шкалой спроса, или кривой спроса.

Кривая спроса отражает обратно пропорциональную зависимость между ценой и количеством блага, которое покупатели хотят и могут приобрести в единицу времени.

На рис. 1 показана кривая спроса, в которой по горизонтальной оси отложены величины спроса на яблоки, а по вертикальной – цена на них. Из рис. 1 видно: чем выше цена яблок, тем на меньшее их количество предъявляется спрос. Эта зависимость называется законом отрицательного наклона кривой спроса.

Рис. 1. Кривая спроса на яблоки

С повышением цены объем спроса снижается по двум причинам. Первая причина – эффект замены (замещения). Когда цена блага растет, то покупатель постарается заменить его схожим благом. Например, если цена на масло поднимается, то потребитель будет покупать маргарин. Вторая причина эффекта

сокращения количества спроса при повышении цены заключается в эффекте дохода. Когда цена на благо увеличивается, потребитель начинает чувствовать, что стал несколько беднее, чем прежде. Так, если цена на мясо повысится вдвое, то потребитель будет иметь меньше реального дохода, в результате чего сократится потребление мяса, да и других благ.

Поскольку экономическая жизнь находится в постоянном движении, то и спрос также непрерывно изменяется. Правильно говорят, что кривые спроса остаются неизменными только в учебниках.

Почему же сдвигается кривая спроса? Потому, что меняется не только цена блага, но и другие факторы. Увеличивается средний реальный доход населения, возрастает численность взрослого населения, что может вызвать, например, сдвиг вправо кривой спроса на машины.

Но кривая спроса сдвигается по-разному. Выделяют два типа сдвига. В первом случае большее количество блага будет покупаться при каждой цене и кривая спроса сместится вправо таким образом, что спрос будет выше, чем он был до сдвига (рис. 2). Другой тип сдвига – при каждой цене спрос будет ниже, чем он был до сдвига.

Рис. 2. Сдвиги кривой спроса

Как видно на рис. 2, при увеличении спроса кривая спроса смещается вправо, при уменьшении – влево.

Особо следует выделить изменение спроса, означающего перемещение по кривой спроса (рис.3).

Изменение спроса происходит тогда, когда изменяется один из элементов, лежащих в основе кривой спроса. Например, увеличились доходы потребителей, что вызывает увеличение спроса, даже если цены на блага не изменились. В результате кривая спроса сдвигается вправо.

Когда цена на благо снизится при прочих равных условиях, потребители также будут больше покупать это благо. Но количество покупок увеличится не благодаря увеличению спроса, а благодаря снижению цены. Это изменение показывает перемещение вдоль кривой спроса.

1. Баликоев В.З. Общая экономическая теория: учебник. - Новосибирск: ТОО ЮКЭА, НПК Модус, 2014. - 416с.
2. Задоя А.А. Петруня Ю.Е. Основы экономической теории: учебник. - М.: Рыбари, 2013. - 479с.
3. Зубко Н.М. Экономическая теория учебник. - Мн.: НТЦ АПИ, 2015. - 311с.
4. Камаев В.Д. Экономическая теория: учебник. - М.: ВЛАДОС, 2014. - 640с.
5. Курс экономической теории : учебник /под ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой. - Киров, 2014. С. 230-231.
6. Современная экономика: учебник / Под ред. О.Ю. Мамедова. - Ростов н/Д.: Феникс, 2014. - 672с.
7. Швырков Ю. Государственное регулирование экономики // Экономист. - 2014. - №8. - с.35 - 48.
8. Агапова, Т.А. Макроэкономика / Т.А. Агапова, С.Ф. Серегина. - М.: Дело и сервис, 2014. - 416 с.
9. 2. Базылев, Н. И. Макроэкономика / Н.И. Базылев. - М.: Современная школа, 2017. - 288 с.
10. 3. Баскаков, Н. А. Историко-типологическая характеристика структуры тюркских языков. Словосочетание и предложение / Н.А. Баскаков. - М.: КомКнига, 2017. - 288 с.
11. 4. Бродский, Б. Е. Лекции по макроэкономике переходного периода: моногр. / Б.Е. Бродский. - М.: ГУ ВШЭ, 2017. - 224 с.
12. 5. Вечканов, Г. С. Макроэкономика: моногр. / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. - М.: Питер, 2017. - 288 с.
13. 6. Вечканов, Григорий Макроэкономика: моногр. / Григорий Вечканов. - М.: Питер, 2017. - 563 с.
14. 7. Гальперин, В.М. Макроэкономика / В.М. Гальперин, П.И. Гребенников, А.И. Леусский. - М.: СПб: СПбУЭФ, 2016. - 719 с.
15. 8. Гончаренко, В. М. Дисбаланс спроса и предложения в условиях неопределенности / В.М. Гончаренко, М.С. Елаева, А.Б. Шаповал. - М.: Инфра-М, Форум, 2015. - 160 с.
16. 9. Гуркова, И. В. Выбери ответ: Из чего состоит предложение? Русский язык. 2 класс. Пособие для учащихся / И.В. Гуркова. - М.: Дрофа, 2017. - 611 с.
17. 10. Долан, Э. Дж. Макроэкономика: моногр. / Э.Дж. Долан, Д. Линдсей. - М.: Санкт-Петербург оркестр, 2016. - 406 с.
18. 11. Долан, Э.Дж. Макроэкономика / Э.Дж. Долан, Д. Линдсей. - М.: СПб: Литера Плюс, 2016. - 408 с.
19. 12. Еленевская, Е.А. Кулинария из творога: 300 вкуснейших предложений / Е.А. Еленевская. - М.: Ростов н/Д: Феникс, 2014. - 156 с.
20. 13. Карвер, Реймонд Если спросишь, где я / Реймонд Карвер. - Москва: Наука, 2015. - 592 с.
21. 14. Киселева, Е. А. Макроэкономика. Экспресс-курс / Е.А. Киселева. - Москва: Высшая школа, 2015. - 384 с.
22. 15. Климов, С. М. Макроэкономика / С.М. Климов, А.П. Селин, Т.А. Федорова. - М.: ИВЭСЭП, Знание, 2016. - 360 с.

23. 16. Курс экономической теории. Общие основы экономической теории, микроэкономика, макроэкономика, переходная экономика / ред. А.В. Сидорович. - М.: ДИС, 2014. - 736 с.
24. 17. Лехциер, Виталий Книга просьб, жалоб и предложений / Виталий Лехциер. - М.: KOLONNA Publications, Арго-Риск, 2017. - 680 с.
25. 18. Луус, А. Блондинки в большом спросе. Назидательный дневник одной молодой дамы / А. Луус. - М.: [не указано], 2016. - 190 с.
26. 19. Льюис, Гарольд Конкурсы, тендеры и предложения. Выигрывайте, используя лучший опыт / Гарольд Льюис. - М.: Баланс Бизнес Букс, 2017. - 314 с.
27. 20. Матвеева, Т.Ю. Введение в макроэкономику / Т.Ю. Матвеева. - М.: ГУ ВШЭ; Издание 2-е, испр., 2016. - 512 с.
28. 21. Никифоров, А. А. Макроэкономика / А.А. Никифоров, О.Н. Антипина, Н.А. Миклашевская. - М.: Дело и сервис, 2014. - 624 с.
29. 22. Озеров, Н. Н. Краткий очерк синтаксиса русского языка. Простое предложение / Н.Н. Озеров. - М.: Языки славянской культуры, 2017. - 559 с.
30. 23. Пихно, Д. Закон спроса и предложения / Д. Пихно. - М.: ЁЁ Медиа, 2014. - 232 с.
31. 24. Сабанеев, К.С. ACDSee Power Pack 7.0: Все, что вы хотели знать, но боялись спросить / К.С. Сабанеев. - М.: МИК, 2014. - 176 с.
32. 25. Смит, К. Заманчивое предложение / К. Смит. - М.: АСТ, 2017. - 523 с.
33. 26. Супрун, А. В. Грамматика и семантика простого предложения. На материале испанского языка / А.В. Супрун. - М.: ЛКИ, 2015. - 264 с.
34. 27. Трунин, С. Н. Макроэкономика / С.Н. Трунин, Г.Г. Вукович. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 312 с.
35. 28. Четверухин, А. С. Древнейшее афразийское именное предложение: проблемы анализа и реконструкции / А.С. Четверухин. - М.: Петербургское Востоковедение, 2014. - 292 с.
36. 29. Шевчук, Д. А. Макроэкономика. Конспект лекций / Д.А. Шевчук. - М.: Феникс, 2015. - 288 с.
37. 30. Яковлева, Е.Б. Макроэкономика / Е.Б. Яковлева, М.А. Ланец, В.В. Деньгов, и др.. - М.: СПб: Поиск, 2015. - 380 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/52155>