

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://stuservis.ru/kurovaya-rabota/342281>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Микроэкономика

Введение 3

1. Теория спроса и предложения 5

1.1 Понятие спроса и предложения 5

1.2 Эластичность спроса по цене и доходу 8

1.3 Перекрестная эластичность 12

1.4 Эластичность предложения 13

2. Применение теории эластичности 15

2.1 Эластичность спроса и предложения по различным факторам 15

2.2. Потребительское поведение эластичности спроса и предложения 19

Заключение 24

Список используемых источников 26

Приложения 28

Актуальность темы. Экономика - одна из немногих наук, которая тесно связана с повседневной жизнью людей. Сегодня, когда вся жизнь в современном обществе основана на рыночных отношениях, знание и изучение основных показателей экономической деятельности крайне важно для жизни современных людей. Одним из таких показателей является спрос. Все отношения, которые возникают между субъектами экономической деятельности, так или иначе связаны со спросом. Спрос является одним из основных факторов, определяющих цены.

Спрос на товар или услугу - это готовность или способность потребителей приобрести определенное количество товара или услуги по определенной цене в течение определенного периода времени.

Чувствительность спроса к изменениям цен, доходов и других рыночных условий отражается в индексе, называемом эластичностью.

Эластичность - одна из наиболее важных категорий в экономике. Эластичность позволяет нам видеть, как рынок адаптируется к изменениям его факторов. Обычно предполагается, что фирмы могут увеличить объем продаж, повысив цены на свою продукцию. Однако на самом деле это не всегда так. Повышение цен не обязательно приводит к увеличению выручки; напротив, это может привести к снижению выручки из-за падения спроса и, как следствие, снижения продаж.

Таким образом, концепция эластичности важна для производителей сырьевых товаров, поскольку она отвечает на вопрос о том, в какой степени меняются спрос и предложение при изменении цен.

Обычно фирмы рассчитывают увеличить объем продаж за счет повышения цен. Однако возможно, что повышение цен не увеличивает выручку, а скорее снижает спрос, что, в свою очередь, снижает продажи.

Поэтому важно определить, как изменения цен на продукцию, доходов потребителей и цен на альтернативные продукты, производимые конкурентами, влияют на спрос количественно.

Цель курсовой работы - проанализировать эластичность спроса и предложения.

К основным задачам курсовой работы следует отнести:

-рассмотреть понятие спроса и предложения;

-изучить эластичность спроса по цене и доходу;

-исследовать перекрестную эластичность;

-разобрать эластичность предложения;

-проанализировать эластичность спроса и предложения по различным факторам;

-определить потребительское поведение эластичности спроса и предложения.

Объектом настоящей работы является эластичность спроса и предложения.

Предмет исследования - измерение и использование эластичности спроса и предложения.

Методологическая основа работы. При написании работы использовались различные графики, таблицы, формулы.

Теоретическая основа работы. Раскрытие эластичности спроса и предложения, механизма ценообразования, можно найти практически в любом учебнике и в периодической литературе. Видными

представителями в изучении этих вопросов из числа российских и зарубежных авторов можно назвать Булатова А.С., Камаева В.Д., Любимова Л.Л., Анохина Н.А., Манкива Н. Грегори и многих других. Структура работы. Данная курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

1. Теория спроса и предложения

1.1 Понятие спроса и предложения

Какой бы сложной ни была структура рынка, мы должны помнить, что она основана на определенных принципах, правилах и ценностях. Основными концепциями, на которых построена эта многогранная система, являются спрос и предложение.

Спрос и предложение имеют свои собственные определения, которые можно резюмировать следующим образом [3]

Спрос - это готовность людей приобретать товары и услуги, отвечающие их конкретным потребностям, по установленной цене. Спрос включает в себя совокупный спрос. Это сумма всех товаров, которые участники экономической системы готовы купить. В зависимости от различных характеристик и факторов этот параметр можно разделить на несколько типов: ежедневный, периодический, эпизодический, реальный, потенциальный, негативный, латентный, возникающий, удовлетворенный и неудовлетворенный неудовлетворенностью. А предложение - это способность различных производителей и продавцов в данный момент времени предоставлять этот самый товар или услугу по определенной цене, которую индивид согласен дать взамен. Когда две величины сходятся по цене и объему, на рынке могут произойти два исхода - либо участники процесса достигают соглашения и заключают сделку купли-продажи, либо они не достигают соглашения и их желания остаются невыполненными [18].

Величина спроса и предложения (объем). Оба параметра имеют определенный объем или значение. Например, требуемое количество - это конкретное количество товара, которое люди готовы купить по установленной цене в данный момент времени.

Общее требуемое количество можно разделить на три основные категории, в зависимости от характеристик покупателя

Потребитель - в данном случае товары и услуги приобретаются конечным покупателем.

Промежуточный - здесь товары приобретаются для последующей перепродажи конечному потребителю.

Производство - здесь продукты приобретаются для использования в дальнейшем производстве других продуктов или для переработки.

А поставляемое количество - это количество товара, которое продавец готов продать одновременно по определенной цене. Основной характеристикой предложения является удовлетворение спроса по цене, превышающей общие затраты продавца на производство и реализацию [22].

На формирование спроса и предложения влияет огромное количество факторов. Давайте сначала обсудим первый параметр, тот, который может изменить спрос. Факторы, влияющие на готовность людей приобретать товары и услуги, включают цену и неценовые факторы. Во-первых, цена - это цена, установленная продавцом и оказывающая наибольшее влияние на выбор потребителя. Неценовые факторы включают экономическую ситуацию в стране, численность населения, налоги и субсидии, доход покупателя и покупательские предпочтения, а также моду, уровень полезности и доступности, а также стоимость взаимозаменяемых товаров.

Закон спроса. Если стоимость товара или услуги увеличивается, но другие параметры остаются неизменными, спрос начнет снижаться. Объяснение этого явления основано на трех параметрах: уровне дохода, эффекте замещения и законе убывающей предельной полезности.

Эффект дохода указывает на то, что по мере увеличения стоимости товара покупательная способность потребителей снижается. Поскольку это снижает реальный доход, спрос на этот продукт также снижается.

Эффект замещения означает, что, когда продукт становится дороже, люди пытаются найти менее дорогой эквивалентный продукт, что также уменьшает спрос на количество. Закон убывающей предельной полезности также подразумевает, что чем больше используется продукт, тем больше людям он "наскучивает". В результате удовлетворенность от процесса использования становится все меньше и меньше, и люди теряют интерес и готовы приобрести продукт снова только в том случае, если цена упадет [1].

Существует четкая разница между изменением спроса и его стоимостью. В первом случае изменение происходит, когда на стоимость данного продукта влияют факторы, отличные от цены, которая остается неизменной. Затем количество меняется при изменении цены, а другие, неценовые параметры остаются неизменными.

Закон предложения. Этот закон гласит, что цена товара зависит от поставляемого количества. Таким образом, чем выше стоимость, тем больше поставляемое количество. Чем ниже стоимость, тем меньше поставляемое количество. И в этом случае не следует путать изменение поставляемого количества с изменением стоимости. В первом случае основное влияние оказывают неценовые факторы, такие как уровень доходов, тенденции и ожидания. Но изменение количества предоставляемых товаров происходит именно потому, что цены на товары и услуги растут или падают.

Продавцы выигрывают от установления более высоких цен, что увеличивает их доход. Таким образом, когда цены на рынке растут, продавцы стараются продать как можно больше товаров.

Кривая спроса - это график, который показывает, как меняется стоимость в зависимости от количества товаров, которые люди готовы купить по цене, установленной рынком (Приложение).

График имеет систему координат, где горизонтальная ось Q представляет количество товара (quantity), а вертикальная ось P представляет его цену (price). Спрос характеризуется кривой D с отрицательным наклоном. Когда спрос уменьшается, кривая D смещается влево; когда он увеличивается, она смещается вправо. Эта кривая движется под влиянием внешних факторов, но цена остается неизменной.

Кривая предложения - это график, показывающий изменение стоимости предложения в зависимости от цены. Система координат такая же, как и в

1. Абакулина Л.Ю., Беляева Т.П., Лабудин А.В. Экономика: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2021. – 368с.
2. Абрамченко, Н.В. Использование программных средств в оценке эластичности спроса и предложения // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук.- 2019. - № 5-1. - С. 70-73.
- 3.Абрамова, Ю.Д. Практическое применение теории спроса и предложения // Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. - 2021. - С. 61-64.
- 4.Аркадьева, Р.Ю. Спрос и предложение в современной российской экономике: эластичность и факторы. - Твой день.-2020. - № 3. -С.9-12
5. Базиков А.А. Экономическая теория в микро-, макро- и мировой экономике: Учебно-методические разработки. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 416с.
6. Богатырева Н.А., Бутова О.Ю., Татарников Е.А. Микроэкономика. Ответы на экзаменационные вопросы: Учебное пособие. – М.: Экзамен, 2021. – 160с.
7. Богачев С.П. Соотношение категорий "ценность" и "спрос" // Вестн. МГУ. Сер.6. Экономика. - 2020. - N 6. - С.3-22.
- 8.Волжаковский, А.М. Эластичность спроса и предложения. - М.: Проспект, 2022. - 495 с.
- 9.Волков, А. Эластичность спроса и предложения: ситуация меняется// Мировая экономика и международные отношения. - 2020 - №2 - С. 29-34.
10. Гвоздарева, А.И. Значение эластичности спроса и предложения для предпринимательской деятельности // Финансовые рынки и экономический рост. - 2019. - С. 161-182.
11. Гордеева М.И. Предложение формирует спрос // Экономика и жизнь. – 2021. - № 31. – С.33.
- 12.Грязнова, А.Г. Экономика. Теория и российская практика: Учебник для ВУЗов. - М.: КноРус, 2022. – 528 с.
- 13.Дашин, О.А. Практическое применение теории эластичности// Экономика и жизнь. – 2021. - №7. – С.35
- 14.Задоя, А.А. Основы экономической теории. - М.: Рыбари, 2021. – 408 с.
- 15.Киселева, Е.Н. Курс экономической теории. - Киров: АСА, 2019. - 624с.
- 16.Кобзева, Т. Я. Современный взгляд на проблемы спроса и предложения российского рынка // Молодой ученый. - 2020. - № 21 (101). - С. 397-402.
- 17.Кураков, Л.П. Курс экономической теории. - М.: Гелиос АРВ, 2021. - 337 с.
18. Лебедев О. Т. Основы экономики. - СПб.: ИД "МиМ", 2021. – 224 с.
19. Матвеева Т.Ю. Основы экономической теории. – М.: Дрофа, 2021. – 279 с.
20. Митакин, Д.А. Эластичность спроса и предложения в сытовой политике компании // Материалы Международной научно-практической конференции. - 2022. - С. 154-156.
21. Мухина, Е.Р. Исследование факторов ценовой эластичности спроса и предложения // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. - 2022. - № 5. - С. 36.
22. Носова С.С. Экономическая теория: Учебник. – И.: КНОРУС, 2021. – 452с.
23. Пирогова, А.С. Влияние эластичности спроса и предложения на коммерческую деятельность // Научному

прогрессу – творчество молодых. - 2019. - № 1. - С. 25-27.

24. Савицкая, Е. Эластичность спроса и предложения // История и обществознание для школьников. - 2020. - № 2. - С. 3-12.

25. Силаева, М.В. Спрос и предложение: учебно – методическое пособие. Нижний Новгород: НФ ГУ - ВШЭ, 2019. – 31 с.

26. Соколова С.В. Основы экономики: Учебник. – М.: Академия, 2021. – 128 с.

27. Шарыпкина М.А. Краткий курс по экономической теории. – М.: Окей-книга, 2019. – 141с.

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://stuservis.ru/kursovaya-rabota/342281>