

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/94748>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономическая теория

Содержание

Введение 3

1 Теоретические основы спроса и предложения 4

1.1 Общие сведения о законе спроса и предложения 4

1.2 Особенности действия закона спроса и предложения 9

2 Особенности эластичности спроса по цене на примере ресторана 14

2.1 Анализ эластичности спроса на ресторанные услуги 14

2.2 Анализ эластичности спроса на ресторанные услуги на примере ресторана «Тройка» 17

Заключение 23

Список использованных источников 25

предложение рассматриваются со стороны стоимости. В III томе спрос и предложение рассматриваются и со стороны стоимости, и со стороны потребительной стоимости: «Предложение, т.е. продукт, который находится на рынке или может быть доставлен на него» [Маркс, 1961, т. 25, ч. 1, с. 204]. Они подробно рассматриваются на уровне рыночной стоимости и цены. Для того чтобы рыночная цена соответствовала рыночной стоимости, на рынок должна быть выброшена такая масса товаров, «которая соответствует общественной потребности, т.е. такое количество их, за которое общество способно уплатить рыночную стоимость» [Маркс, 1961, т. 25, ч. 1, с. 198]. Под «общественной потребностью» «здесь всегда разумеется платежеспособная потребность» [Маркс, 1961, т. 25, ч. 1, с. 206].

Цена ссудного капитала определяется исключительно соотношением спроса и предложения: «Отношение между предложением ссудного капитала, с одной стороны, и спросом на него, с другой, всякий раз определяет рыночный уровень процента» [Маркс, 1961, т. 25, ч. 1, с. 401].

Предположим, что разрабатывается проект строительства предприятия в России по производству холодильников. В ходе исследования рынка необходимо выяснить (1) спрос, (2) величину спроса, (3) величину предложения, (4) предложение. Для определения спроса, D , нет необходимости выяснять соотношение цены и количества холодильников. Достаточно (1) выяснить, какую часть стоимости, а при данной стоимости рубля — какую часть денежного дохода (в относительном и абсолютном выражении) домашние хозяйства готовы выделить на эти цели. Для определения величины спроса, Q_d , нужно выяснить общее количество товара, на который предъявляется спрос. Часть денежного дохода, предназначенного для приобретения товара, — показатель цены требуемого количества. Бизнес-план должен быть составлен таким образом, чтобы (3) предлагаемое реальное количество Q_s соответствовало требуемому Q_d и чтобы стоимость реальных товаров (S) была равна спросу на них (D). В переводе на язык цен — чтобы произведение цены и требуемого количества было равно произведению цены и предлагаемого количества. Общая модель позволяет рассматривать спрос и предложение на набор товаров.

1.2 Особенности действия закона спроса и предложения

Закон спроса и предложения представляет собой экономический закон, выражающий взаимозависимость между количеством услуг и товаров, которые хочет получить или купить потребитель, и объемом услуг и товаров, которые предлагает производитель.

Согласно закону спроса и предложения, при их взаимодействии устанавливается равновесная рыночная цена P_0 . Но в результате воздействия неценовых факторов состояние рынка претерпевает непрерывные изменения. К примеру, сначала увеличился спрос (к примеру, вследствие увеличения количества потребителей). Это приведет к смещению кривой спроса вправо от D к D_1 (при той же цене величина спроса QD возрастет). Возникший дефицит товара приведет к увеличению равновесной цены с P_0 до P_1 . Потом товаропроизводители предложат больше продукции для продажи, и кривая предложения сместится также вправо от S к S_1 . Вследствие этого равновесная цена переместится из точки P_1 в точку P_3 . Новая

цена равновесия P_3 может оказаться как меньше, так и больше первоначальной P_0 , что зависит от факторов, которые определяют новое состояние рынка .

Если первоначально увеличится предложение, то равновесная цена переместится в точку P_2 .

Наглядно это показано на рисунке 1.1.

В экономике при установлении цены ниже равновесного уровня появляется дефицит товара, поскольку происходит быстрая его распродажа. И напротив, если цена явно завышена, то наблюдается избыток товара вследствие снижения платежеспособного спроса.

Важно подчеркнуть, что не только цена оказывает существенное влияние на спрос и предложение, но последние также оказывают свое влияние на цену. При увеличении спроса покупатели начинают между собой конкурировать, и продавцы выбирают тех, кто предложит большую цену (как на аукционе). В случае же с увеличением предложения конкурируют продавцы, и покупатели могут выбирать товар по меньшим ценам (как при проведении тендерных торгов).

Рисунок 1.1 – Закон спроса и предложения

Особенности действия закона спроса и предложения зависят, в первую очередь, от уровня цен: чем цены выше, тем меньше будет реализовано товаров и услуг и наоборот. Данную зависимость изображают графически кривой спроса и предложения. Рыночная цена достигает определенного равновесия, когда указанные на рисунке две кривые пересекаются, а спрос и предложение уравниваются.

Причина снижения спроса заключается в недостаточном материальном обеспечении потребителей, чрезмерном насыщении рынка услугами и товарами, ухудшении их качества и т.д. Более низкая цена на услуги и товары привлекает новых покупателей. Вместе с тем время снижения цен зачастую побуждает потребителей осуществлять дополнительные покупки, увеличивает спрос на услуги. Противоположная ситуация наблюдается при увеличении цен на товары и услуги.

Взаимодействие спроса и предложения осуществляется в конкурентной борьбе. Таким образом, диалектическая зависимость спроса и предложения состоит, в первую очередь, в том, что предложение формирует спрос через ассортимент производимых товаров и предоставляемых услуг и их цены, а спрос определяет структуру и объем предложения, оказывая при этом влияние на производство .

Равновесие и соотношение между спросом и предложением является своеобразным индикатором пропорционального и сбалансированного развития общественного производства, обмена и распределения труда в сфере нематериального и материального производства, непрерывности процесса общественного воспроизводства духовных и материальных благ. Соотношение между спросом и предложением оказывает существенное влияние на отклонения рыночных цен от стоимости товаров и услуг (при превышении спросом предложения цены отклоняются вверх от стоимости, а при превышении предложения спросом – вниз).

Структуру платежеспособного спроса рассматривают как платежеспособную потребность субъектов рынка (отдельных индивидов, организаций, предприятий, государства и др.) Платежеспособный спрос является только частью (хотя и самой важной) потребности общества, так как часть населения, отдельные субъекты рынка могут испытывать потребность в товарах и услугах, однако не имеют денег, поэтому данные потребности не причисляют к совокупному спросу. Совокупный спрос может быть подразделен на ряд групп:

□ спрос всех членов общества на товары широкого потребления (хлеб, мясо и др.) или на отдельные блага (видеотехника, автомобили и т.д.);

□ спрос на все блага, которые удовлетворяются на отдельных видах рынка (региональном, местном, международном, внутреннем), спрос большей части населения на отдельных типах рынка (товарном, денежном рынке, рынке ценных бумаг и др.).

На низшей стадии развития капитализма в механизме действия закона спроса и предложения преобладали элементы стихийности. Уравновешивание спроса и предложения происходило в результате свободной конкуренции, ценообразования, стихийного переливания капиталов внутри отраслей и между отраслями, экономическими кризисами и т.д. На современном этапе в механизме действия закона спроса и предложения доминируют элементы сознательного регулирования, планомерности и организованности, которые присущи каждому субъекту предпринимательской деятельности вне зависимости от формы собственности .

Важнейшие субъекты предпринимательской деятельности – государство, транснациональные корпорации,

крупные компании. Равновесие (относительное) между спросом и предложением на уровне крупных корпораций достигается, в первую очередь, за счет маркетинговой деятельности. Каждая крупная компания, перед тем, как изготовить, изучает платежеспособный спрос населения на определенный или родственный вид продукции, находит покупателя и заключает предварительно с ним контракт (устный или письменный), в котором оговаривается качество товаров и услуг, сроки поставок, цены, платежи и т.д. Между потребителями и производителями устанавливаются долгосрочные кооперационные связи, формируются торгово-промышленные комплексы. Контрактная форма применяется при выполнении компаниями государственных заказов.

Список использованных источников

1. Балашов, А.И. Экономическая теория: Учебник. / А.И. Балашов и др. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 527 с.
2. Вводный курс по экономической теории / ред. Г.П. Журавлева. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 368 с.
3. Даниленко, Л.Н. Экономическая теория: курс лекций по микро- и макроэкономике: Учебное пособие / Л.Н. Даниленко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 576 с.
4. Ковалева, В.Д. Экономическая теория. Экспресс-курс / В.Д. Ковалева, В.В. Хисамудинов. - М.: КноРус, 2014. - 608 с.
5. Курс экономической теории / ред. М.Н. Чепурин, Е.А. Киселева, и др.. - М.: Киров: АСА; Издание 5-е, перераб. и доп., 2017. - 832 с.
6. Трофимова, Г. К. Краткий курс экономической теории / Г.К. Трофимова. - М.: ФАИР-Пресс, 2017. - 224 с.
7. Экономическая теория. Концептуальные основы и практика: Научное издание. / Под ред. В.Ф. Максимовой. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 751 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://stuservis.ru/kurovovaya-rabota/94748>