# Университет Российской Академии Образования

# Курсовая работа на тему:

# «Теория спроса и предложения.

***Неценовые детерминанты спроса и предложения.»***

***студента 1-го курса***

 ***факультета «Экономика и Бизнес»***

***кафедра «Экономическая теория»***

***Авдеева Максима Андреевича***

**Москва 2001 год**

**Содержание**

1. Введение
2. Основная часть

А. Понятие спроса, закон спроса, неценовые детерминанты спроса, поведение спроса, график спроса.

В. Понятие предложения, закон предложения, неценовые детерминанты предложения, поведение предложения, график предложения.

3. Заключение

4.Список литературы

*«Экономика - это наука о повседневной деловой жизни и*

 *хозяйственной деятельности людей, а ее предметом*

*является исследование богатства и частично человека,*

*точнее стимулов к действию и мотивам противодействия.»*

*А.МАРШАЛЛ*

**ВВЕДЕНИЕ.**

Экономика является одной из древнейших наук. Она всегда привлекала внимание ученых и всех образованных людей. Объясняется это тем, что изучение экономики – это реализация объективной необходимости познания мотивов, действий людей в хозяйственной деятельности, законов хозяйствования во все времена – от Аристотеля, Ксенофонта до сегодняшних дней.

Сегодня интерес образованных людей к экономике (экономической теории или политэкономии) не только не иссяк, но даже возрастает. Объясняется это теми глобальными переменами, которые происходят во всем мире и в России в частности. Видный американский ученый П.Самуэльсон назвал экономикс или политическую экономику королевой наук. Лауреат Нобелевской премии М.Фридмен писал, что экономика – очаровывающая наука, она удивительна тем, что ее фундаментальные принципы очень просты и могут быть записаны на одном листе бумаги, тем не менее, их понимают немногие. Сложность данной науки, отражающей сложный мир хозяйствования, в том, что при изучении она требует, по словам известного в мире специалиста по истории экономической мысли А.Хейльброннера, «выносливости верблюда и терпения святого».

Предмет экономической теории – это исследование отношений между людьми по поводу производства, обмена, распределения и потребления материальных благ и услуг в результате эффективного использования редких ресурсов для удовлетворения безграничных потребностей.

Людям свойственны как биологические, так и социально обусловленные потребности. Чтобы удовлетворить эти потребности (в пище, одежде, жилье и бесконечном множестве других товаров и услуг), необходимо использовать имеющиеся ресурсы: рабочую силу и предпринимательские способности, капитал, здания и сооружения, природные богатства. Соединение ресурсов, осуществляемое в рамках определенных производственных отношений, называется способом производства.

Ограниченность ресурсов не позволяет иметь все, что хотелось бы человеку. Потребности человека превышают его возможности, так как все имеющиеся ресурсы в каждой стране, да и в мире в целом, ограничены. Поэтому всеобщее изобилие – это миф.

**ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ.**

Экономический анализ предложения и спроса является универсальным средством, которое может быть применено к широкому кругу разнообразных проблем. В их числе можно назвать: прогноз влияния меняющихся мировых экономических условий на рыночную цену и эффективность производства; оценка влияния правительственных мер по контролю цен, минимальная заработная плата и экономические стимулы, влияние налогов, субсидий, пошлин на импорт и квот потребителей и производителей.

Общие представления о спросе и предложении стали частью повседневного языка и опыта. Например, если у продавца большая партия автомобилей, то он снижает цену. В этом случае, очевидно, что цена упала вследствие того, что предложение данного товара увеличилось. С другой стороны, цены на курортах летом выше, чем зимой. Это связано с тем, что летом спрос выше, чем зимой.

Спрос – это обобщающий термин, описывающий поведение фактических и потенциальных покупателей товара. Спрос – это потребность, выраженная в денежной форме. Объем спроса – это количество товара, которое покупатели желают приобрести за некоторый период времени (день, месяц, год и т.д.). «Желание приобрести» здесь означает, что покупатели действительно имели бы желание и возможность заплатить за требуемое количество товара, если бы таковое имелось в наличии. Важно различать объем спроса и объем фактической покупки. Объем спроса определяется только поведением покупателей, тогда как объем покупки определяется и покупателями, и продавцами совместно. Объем спроса зависит от цены данного товара, цены других товаров, неценовых детерминант, включающих, доходы покупателей и их вкусы, накопленное имущество, инфляционные и дефляционные ожидания покупателей, цены на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары. Поэтому спрос очень подвижен и изменчив. Есть и другие неценовые факторы (возраст покупателей, национальные особенности и т.д.), которые способны влиять на объем спроса. Их необходимо выявлять, прежде чем начинать внедрять на рынок тот или иной товар.

В зависимости от уровня экономики, на котором формируется спрос, выделяют:

Совокупный спрос.

 Он формируется на уровне макроэкономики.

Отраслевой спрос.

 Он формируется на мезоуровне и представляет собой спрос со стороны других отраслей и домохозяйств на продукцию данной отрасли.

Рыночный спрос.

Это спрос на какой-либо определенный вид продукции.

Спрос индивидуального покупателя.

 Зависит от размеров денежных средств, находящихся на руках населения, в сберкассах, от различных выплат и наследства, размеров рынка, цены, полезности и качества товаров, субъективных вкусов и предпочтений.

Как уже говорилось выше, объем спроса зависит от многих факторов. Одним из основных является цена на данный товар. Устойчивая повторяющаяся взаимосвязь между объемом спроса и ценой, имеющая обратно пропорциональный характер называется законом спроса.

Количество товаров, которое покупается людьми, всегда зависит от цен на товары. Между рыночной ценой товара и тем его количеством, на которое предъявляется спрос, всегда существует определенное соотношение. Высокая цена товара ограничивает спрос на него, уменьшение цены на этот товар, как правило, обуславливает возрастание спроса на него. Эту взаимосвязь между ценой и количеством покупаемого товара можно отразить на графике (рис.1)

**Р**

**P2 A**

**P1 B**

 **Qd2**

 **Qd1**

 **Q2 Q1 Q**

**Рис.1 Кривая спроса**

При цене Р1, которая является более низкой по сравнению с ценой Р2, спрос предъявлен на большее количество продукта Q1. Когда цена повышается до Р2, спрос снижается. Причина этого кроется в том, что при росте цены люди делают выбор, какие продукты им потреблять. Из закона спроса можно сделать вывод, что при равноценности других составных величин результатом повышения цены всегда будет уменьшение количества покупаемого товара.

Этот закон впервые сформулировал французский математик Антуан Огюстен Курно в работе «Исследование математических принципов теории богатства». В соответствии с его формулировкой закона спрос на товар составляет некоторую функцию цены, причем, как правило, убывающую. Такое положение вполне обосновано и не противоречит рынку.

Формула закона падающего спроса А.Курно такова:

**D = f(P)**,

где f(P)<0; D - спрос; f - функция; P - цена.

Данный закон выражает следующую зависимость :

цены имеют тенденцию к снижению;

при этом количество товаров, на которое предъявлен спрос, наоборот, повышается;

 но повышение количества товаров, на которое предъявляется спрос, происходит в меньшей степени, чем снижение цены;

отсюда кривая спроса - убывающая.

Закон падающего спроса под воздействием многочисленных факторов действует как тенденция.

Точки А и В (рис.1).Точка А - это позиция на линии спроса, которая обозначает количество потребляемого продукта по данной цене. Точка В обозначает то же самое, определяя количество продукта, которое будет потребляться по более низкой цене. Когда мы имеем дело с изменением цены, линия спроса движется из точки А в точку В. Вот это движение по линии спроса и будет результатом смены цены.

Таким образом, под спросом следует понимать всю кривую спроса, а обозначение отдельной точки на кривой спроса означает «купленное количество товара» по определенной цене. Движение по данной кривой спроса представляет собой изменение объема покупок в результате сдвигов в ценах, но вовсе не означает изменения самой кривой спроса.

Линия справа, обозначенная как Qd2, отражает перемену спроса и свидетельствует о том, что на рынке появился новый фактор, который вызывает значительные перемены во взаимоотношениях между ценами и количеством продукта, пользующимся спросом. Перемена в спросе может быть вызвана увеличением дохода покупателей, внедрением экзогенного (внешнего) спроса в экономику или сменой цен на альтернативные продукты. Другими причинами изменения спроса могут быть перемены вкусов в пользу данного продукта, новый приток потребителей на рынке. Повышение или снижение цен на элементы производства продукта меняют себестоимость и цену всего продукта. Уменьшение количества продукта высокого спроса приводит к повышению цены на продукт-заменитель.

Линия спроса на рис.1 подразумевает только один продукт. Смена цен и наличие альтернативных продуктов по различным ценам, которые несут в себе такую же или подобную полезность, будут влиять на движение этой линии. Изобразив на рис.1 совокупную линию спроса, мы покажем совокупные производственные возможности страны в целом. Но такой рисунок обычно используется для выражения перемен в спросе на примере цены одного какого-либо товара или услуги. Перемена спроса обычно бывает вызвана значительным изменением в рыночной структуре, что находит свое выражение в реальном снижении или повышении цены. Повышение спроса может наступить в результате серьезного открытия в области технологии, что значительно снизит стоимость производительных затрат при выпуске продукта. В этом случае большее количество продукта становится доступным по более низким ценам и, следовательно, у людей повышается на него спрос.

**Р**

**P2**

**P1**

 **Qd2**

 **Qd1**

 **Q2 Q1 Q**

**Рис.2 Кривая спроса**

На рис.2 горизонтальные линии Р1 и Р2 вышли за линию Qd1. Новая линия, обозначенная Qd2, означает, что у потребителя имеется больше денег на покупки и в результате будет увеличено количество продукта, которое он приобретет на рынке. Предположим, что эти линии спроса обозначают только единичные продукты. В действительности же мы имеем дело со взаимодействием предложения и спроса на примере бесконечного множества продуктов, которые могут быть в продаже в любом месте и в любое время.

Передвижение линии спроса может произойти при внедрении в экономику экзогенного спроса - спроса, изменение которого вызвано вмешательством правительства или внедрением каких-либо сил извне свободного рынка.

На рис.2 видно, что цена поднялась и установила новые соотношения между требуемым количеством продукта и предлагаемой ценой. Механизм цен - это лучший путь регулирования, чем вмешательство правительства. В системе рынка потребители продукта имеют возможность сами определить, в каком количестве им потреблять продукт и сколько за него платить. Если этому механизму не дать работать самостоятельно, результатом, скорее всего, будет сокращение объема полезности, производимой и потребляемой обществом.

Эндогенный или внутренний спрос - это тот спрос, который генерируется внутри общества благодаря факторам, существующим в данном обществе.

Таким образом, рынок может регулироваться с помощью своего собственного механизма (спроса, предложения, цен и др.) и государством прямо или косвенно через госзаказы, налоги и т.д.

Различные товары отличаются друг от друга по степени изменения спроса под воздействием того или иного фактора. Степень реакции спроса на эти факторы поддается количественному измерению с помощью коэффициента эластичности спроса. Понятие эластичности спроса раскрывает процесс адаптации рынка к изменениям в основных факторах (цене данного товара и других товаров, доходов потребителей и т.д.), определяющих спрос.

Эластичность - это способность спроса реагировать на изменение на рынке различных факторов (цены, доходов и т.д.).

Предложение, точно также как и спрос, это обобщающий термин. Он характеризует поведение фактических и потенциальных продавцов товара.

Объем и структура предложения характеризует экономическую ситуацию на рынке со стороны продавцов (производителей) и определяются размерами и возможностями производства, а также той долей товаров, которая направляется на рынок, ибо часть производимой продукции потребляется в производстве.

В каждый данный момент положение производителей, предлагающих свой товар на рынке, не является одинаковым. Некоторые из них произвели много товаров, а другие мало. Одни из них затратили на их производство меньше средств производства и труда, у других эти затраты на единицу продукции оказались более высокими. Но, оказавшись на рынке, все они, каковы бы ни были их производственные издержки, стремятся получить самую высокую цену. При этом чем выше цена товара, тем активнее они будут пытаться продать большее его количество, то есть увеличивать предложение (при наличии конкурентов).

Объем предложения товара – это количество товара, которое продавцы желают продать за некоторый период времени (день, месяц, год).

«Желание продать» здесь означает, что продавцы действительно желали и могли бы поставить на рынок предлагаемое количество товара при наличии достаточного числа покупателей.

Как важно различать объем спроса и объем покупки, так же важно отличать объем предложения от объема продаж. Объем предложения определяется только поведением продавцов, тогда как объем продаж определяют и продавцы, и покупатели.

Объем предложения зависит от цены товара и других факторов, прежде всего от цен, используемых в производстве ресурсов и имеющихся в распоряжении продавцов производственных технологий. Также объем предложения зависит от неценовых детерминант: количества продавцов на рынке, инфляционных и дефляционных ожиданий производителей, налогов на производителей, дотаций производителям, природные и погодные условия в сельскохозяйственной и добывающих отраслях. Помимо указанных факторов в каждой стране существуют и специфические факторы, от которых зависит поведение инвесторов.

Так же как и спрос, предложение можно классифицировать в зависимости от уровня экономики, на котором оно возникает:

Совокупное предложение.

Отраслевое предложение

Предложение индивидуального производителя.

### Так же предложение можно классифицировать в зависимости от натурально – вещественной формы производства товаров и услуг.

### Объем предложения регулирует экономические интересы производителя, которые зависят от рыночной цены товара. Чем выше цена товара, тем большая возможность, что производитель окупит затраты и получит прибыль. Поэтому между ценой и объемом предложения есть прямая связь, которая называется законом предложения.

### На рынке складывается определенное соотношение между рыночными ценами и количеством товара, которое производители желают предложить покупателям. Эту зависимость можно отразить графически (рис.3).

**Р Qs**

 **P2**

**P1**

 **Q1 Q2 Q**

**Рис.3 Кривая предложения**

Кривая предложения на графике (рис.3) иллюстрирует функциональную зависимость между рыночными ценами и тем количеством продукции, которое производители изъявляют готовность произвести и продать. Под предложением следует понимать всю кривую предложения. Главный фактор, воздействующий на предложение - издержки производства, производственные затраты. Также на кривую предложения оказывает влияние степень монополизации производства и рынка.

На кривую предложения все возрастающую роль оказывает технический прогресс. Он позволяет снижать издержки производства и изменить предложение товара. Форма кривой предложения товара во многом обусловлена технологией его производства, доступностью ресурсов, используемых при его изготовлении. Если мобильность производства и используемых в нем ресурсов высока, то кривая предложения имеет более пологий вид, то есть незначительное изменение цен означает существенное увеличение предложения товара. Когда же увеличение производства требует больших затрат ресурсов и труда, кривая предложения более крутая.

На графике кривая предложения поднимается снизу вверх. Это обусловлено законом изменения предложения. Суть его состоит в том, что, если цена какого-либо товара повышается при неизменности других условий рынка, то предложение этого товара увеличивается, и, наоборот, падение цены ведет к сокращению предложения. А.Курно вывел следующую формулу закона :

 **S = f(P),**

причем f(P)>0, где S - предложение, f - функция, P -

цена.

Кривая предложения может менять свое положение на графике (рис.4).

**Р Qs1**

 **Qs2**

 **Qs3**

 **Q**

**Рис.4 Кривые предложения**

Qs1 - это линия перемены в предложении. То есть был введен какой-то элемент, который вызвал значительное структурное изменение во взаимоотношении между ценой и количеством товара. Стоимость товара повысилась. Qs1 имеет больший объем ценностей, судя по осям P и Q, чем Qs2.

Qs2 - это условие, когда что-то вмешалось в процесс рынка. Например, налог на товар или другой элемент, который вызвал подъем цены. Это может быть условие, которое увеличивает прибыль продавца, но подрывает рынок.

Qs3 - это ситуация, повлекшая за собой понижение цены. Она обычно возникает при введении более современной технологии. Поэтому на рис.4 изображена ситуация перемены предложения: сначала повышение цены на продукт (Qs1), а затем - понижение цены (Qs3). Найдя подходящую цену и соответствующее ей количество товара на рис.4, можно легко определить, каким образом эти перемены в предложении отражаются на рынке.

Наиболее простые элементы, вызывающие изменения в предложении, - это новая технология и налоги. Налог вызовет изменение в предложении от Qs2 до Qs1. Технология приведет к изменениям от Qs2 до Qs3. Вмешательства в систему рынка также вызовут изменения в этом графике. Например, дотации на продукт могут привести к изменению предложения. Нормирование товара тоже подрывает предложение.

 Рыночное равновесие представляет собой ситуацию, при которой интересы покупателей и продавцов совпадают. Это выражается в том, что количество товаров, которое продавцы хотят и могут продать по определенной цене, совпадает с количеством товаров, которые покупатели хотят и могут купить по этой же цене.

Равновесное положение рынка можно выразить на графике (рис.5).

**Р Qs**

**pe Е**

 **Qd**

 **qe Q**

**Рис. 5 Равновесное состояние рынка**

Есть понятия определяющие с качественной и количественной стороны равновесное состояние рынка. Это понятие единственности и устойчивости равновесия. Равновесие единственное, если : 1. Оно присутствует 2. Ему соответствует единственное значение P и Q.

Рассмотрим примеры состояния рынка на котором это условие не соблюдается (рис. 6).

 **Р Р**

 **Qd 1 Qs Qd Qs**

 **A**

 **Ре B 2**

 **Qs Qd Qs Qd**

 **А В Q Qe Q**

 **P P**

 **Qd Qs**

 **Qs**

 **3 4**

 **Qd**

 **Q Q**

**Рис. 6. Примеры**

Примеры 1 и 2 иллюстрируют множественность состояния равновесия. На примере 1 при одной и той же цене Ре может быть продано любое количество товара на отрезке АВ. На примере 2 при одном и том же значении Qe товар может быть продан по различным ценам в отрезке АВ. Пример 3 иллюстрирует ситуацию в которой объем предложения всегда превышает объем спроса. Пример 4 иллюстрирует ситуацию при которой товар не доступен для покупателей при любой цене, которые предлагаются продавцом на рынке. Для любого количества товара цена продавца превышает цену, которую готов заплатить покупатель.

Устойчивым равновесие называется тогда, когда рынок, после любого нарушения равновесия способен самостоятельно вернуться к равновесному состоянию (рис.7).

**Р**

 **Q**

**Рис.7 Паутинообразная модель рынка**

Эта модель называется паутинообразной моделью рынка. Ее впервые разработал Вальрас. Она также называется моделью с затухающими колебаниями цены. С течением времени цена возвращается к своему равновесному значению, дефицит и излишек стремятся к нулю, объем продаж стремится к Qe. Движущими силами приводящими рынок к равновесию является конкуренция продавцов и покупателей.

В состоянии равновесия рынок сбалансирован. Ни у покупателей, ни у продавцов нет внутренних побуждений к его нарушению. Напротив, при любой другой цене, отличной от цены равновесия, рынок не сбалансирован.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.**

Взаимодействие спроса и предложения, колебательное движение цен как его результат выражают сущность закона спроса и предложения.

А.Маршалл правильно считал, что закон спроса и предложения есть результат действия более фундаментальных причин, способ реализации единства производства и потребления в рыночной экономике. Этот закон - всеобщая форма, через которую реализуется действие основных факторов, определяющих движение производства и цен.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.**

«Экономика» С.Фишер, Р.Дорнбуш, Р.Шмалензи

 Изд. «Дело»,Москва,1993

«Экономикс» Кэмпбелл Р.Макконнелл, Стенли Л.Брю

 том 1. Изд. «Республика», Москва, 1992

«Курс экономической теории» под ред. М.Н.Чепурина, Е.А.Киселевой

 Изд. «АСА», Киров, 1994

«Экономическая теория» Носова С.С.

 Изд. «Владос», Москва, 1999

«Экономическая теория» К.Ховард, Г.Журавлева, Н.Эриашвили

 Изд. «ЮНИТИ», Москва, 1998

«Экономика» Том 1 и 2 П.Самуэльсон

 Изд. НПО «АЛГОН» «Машиностроение», Москва, 1997