

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области

Государственное бюджетное образовательное учреждение
среднего профессионального образования Свердловской области

«Камышловский гуманитарно-технологический техникум»



Преподаватель
Меньшенин С.А.

2018/2019 учебный год



***РЫНОК И
РЫНОЧНАЯ
ЭКОНОМИКА.
ФАКТОРЫ СПРОСА И
ПРЕДЛОЖЕНИЯ.***

Преподаватель
Меньшенин С.А.



1. ЧТО ТАКОЕ РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА?

- **Рынок** – это место встречи продавцов и покупателей, где сталкиваются их интересы.
- **Рынок** – это способ взаимодействия, координации производителей и потребителей товаров и услуг, основанный на информации, которая передается через **ценовой сигнал**.

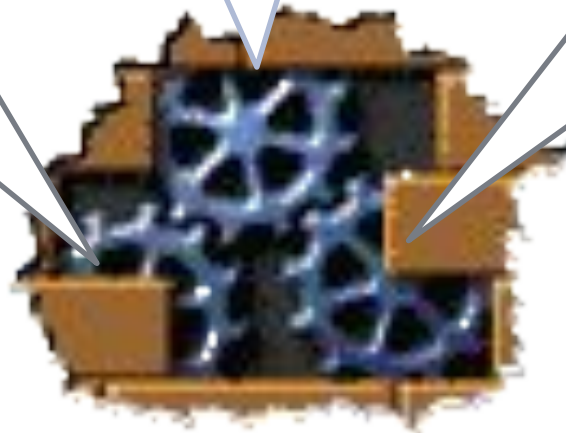


ЭТО РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ, КОТОРЫЙ ВКЛЮЧАЕТ:

**Спрос, предъявляемый
потребителями, и
предложение со стороны
производителей**

**Ценовой сигнал
(цена)**

**Конкуренция как
движущая сила во
взаимодействии
спроса и
предложения**



2. СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ КАК ФАКТОРЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Основными параметрами, регулирующими поведение участников рынка, являются спрос, предложение и цена, между которыми существует взаимная связь

Спрос - готовность покупателя приобретать товары и услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени



ГОТОВНОСТЬ



**желание и
ВОЗМОЖНОСТЬ**



2. СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ КАК ФАКТОРЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Величина спроса отражает то количество товара, которое было бы куплено **по некоторой цене** за определенный период времени при данном характере спроса, т. е. неизменности прочих факторов, влияющих на спрос.

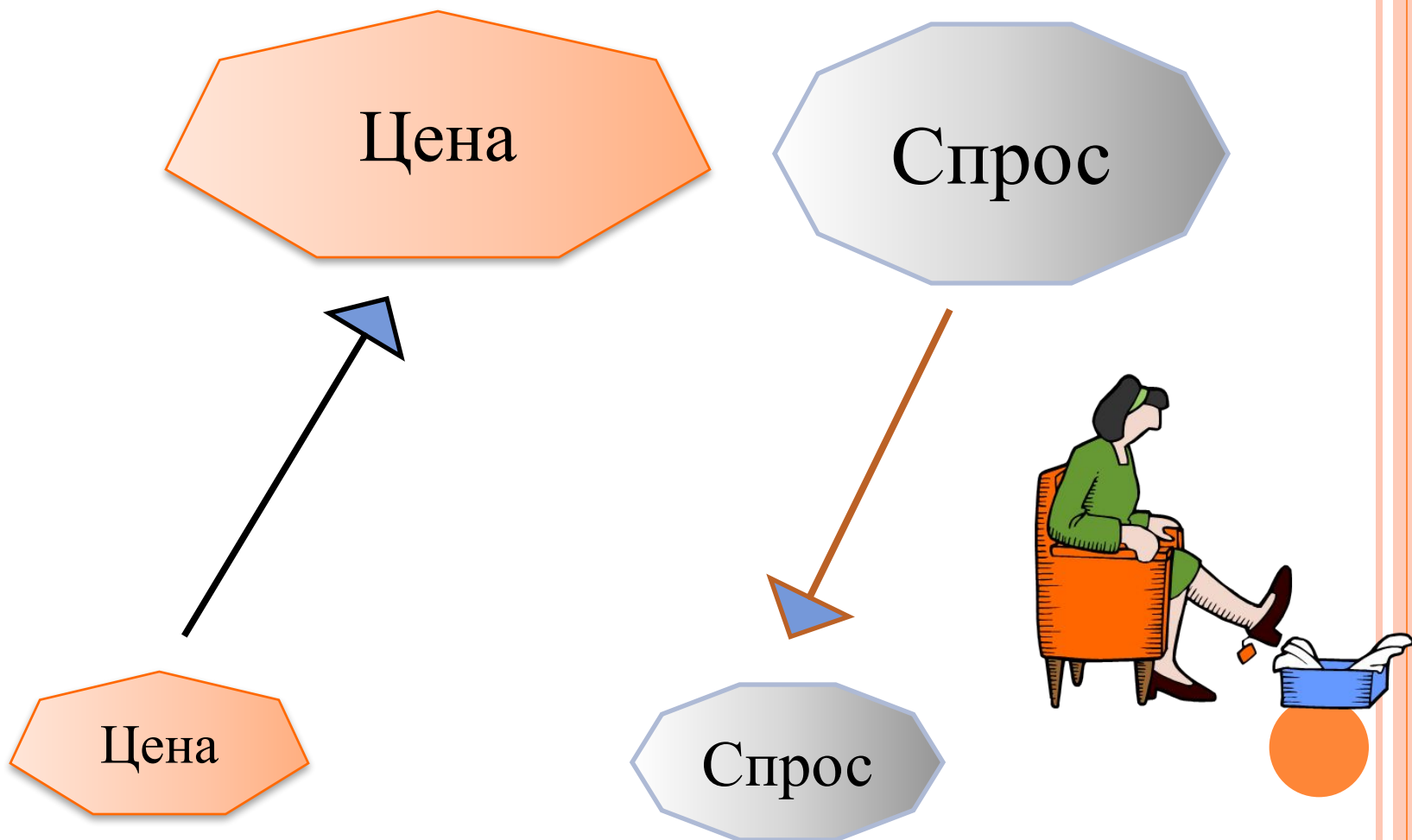
Цена - денежное выражение стоимости товаров и услуг.

Существует

обратная взаимосвязь между ценой и величиной спроса. При неизменном доходе человек будет приобретать больше данного продукта по низкой цене, чем по высокой.



Спрос и цена взаимозависимы и взаимопротивоположны. Закон спроса:



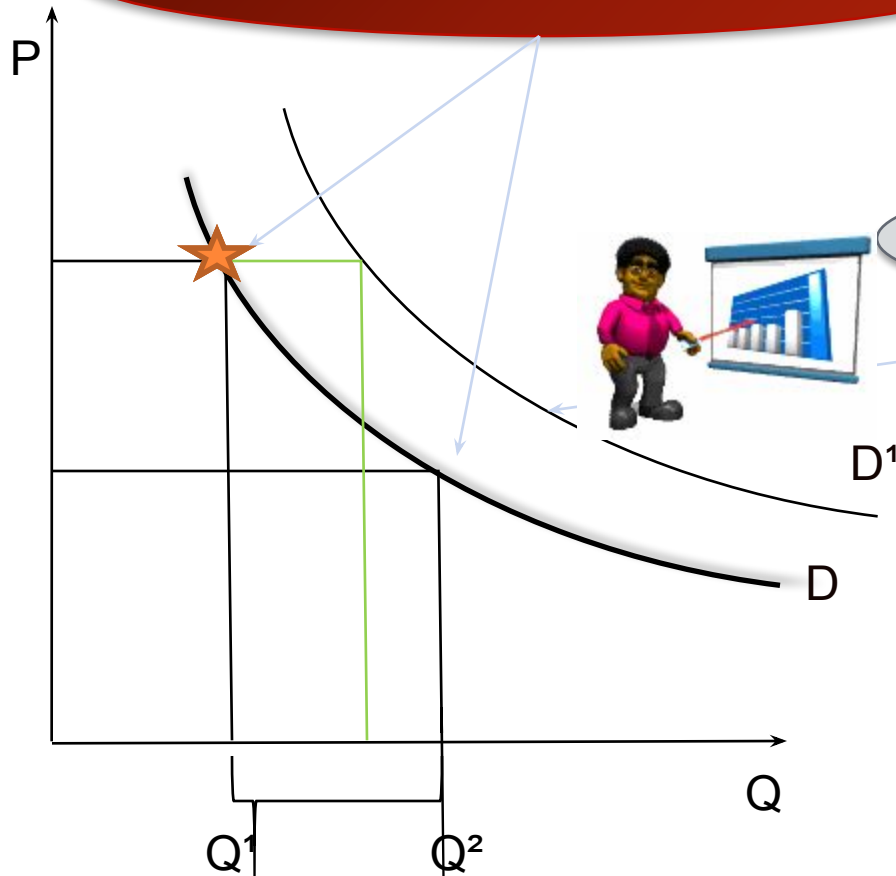


Закон спроса –
повышение цен ведет к
уменьшению величины спроса,
и наоборот.



Построим график зависимости спроса от цены:

Изменение величины спроса



Изменение спроса

P (price) – цена; Q ()
– количество спроса, или
объем спроса;
D (demand) – спрос.



ПОМИМО ЦЕНЫ САМОГО ТОВАРА НА ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА ВЛИЯЮТ:

- Цены других товаров;
- Уровень доходов покупателей;
- Численность покупателей;
- Предпочтения покупателей (формирующиеся под влиянием их вкусов, традиций, рекламы и др. обстоятельств).



ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Предложение отражает готовность продавца продать товары или услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени.



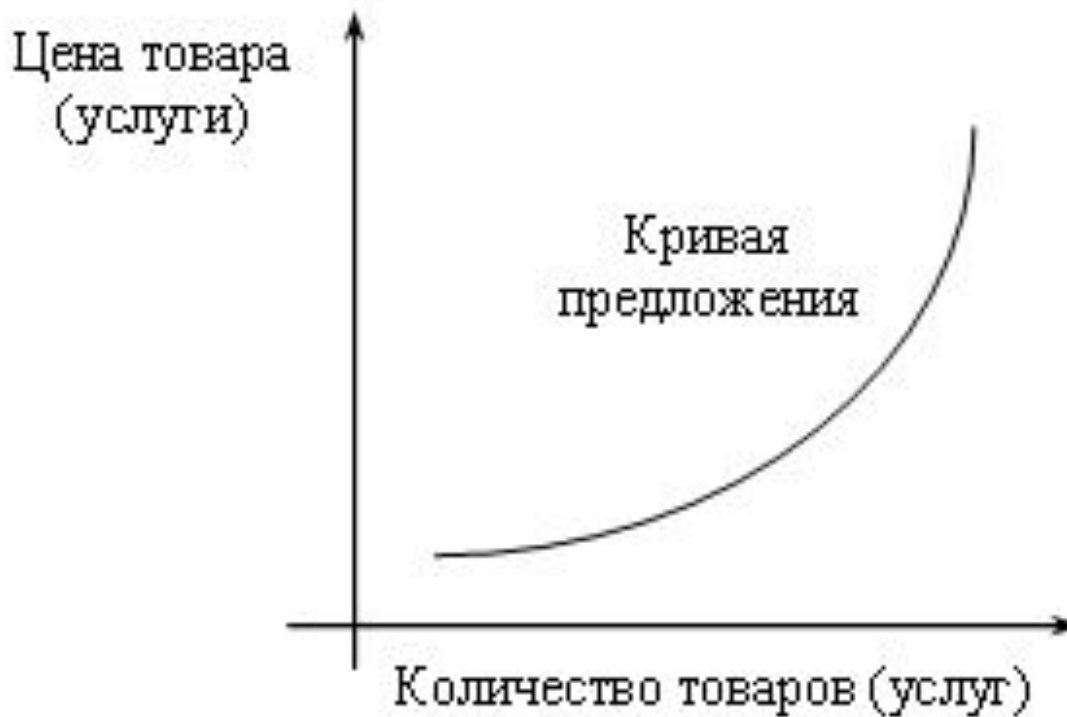
Величина предложения отражает то количество товара, которое может быть продано по некоторой цене за определенный период времени при данном характере предложения, т. е. неизменности прочих факторов, влияющих на предложение.

Закон предложения
утверждает,
что существует **прямая**
взаимосвязь между ценой и
величиной предложения.

На предложение влияет:

1. цены на ресурсы;
2. налоги и дотации;
3. цены на другие товары;
4. технология производства;
5. число продавцов на рынке;
6. ожидания изменения цен.

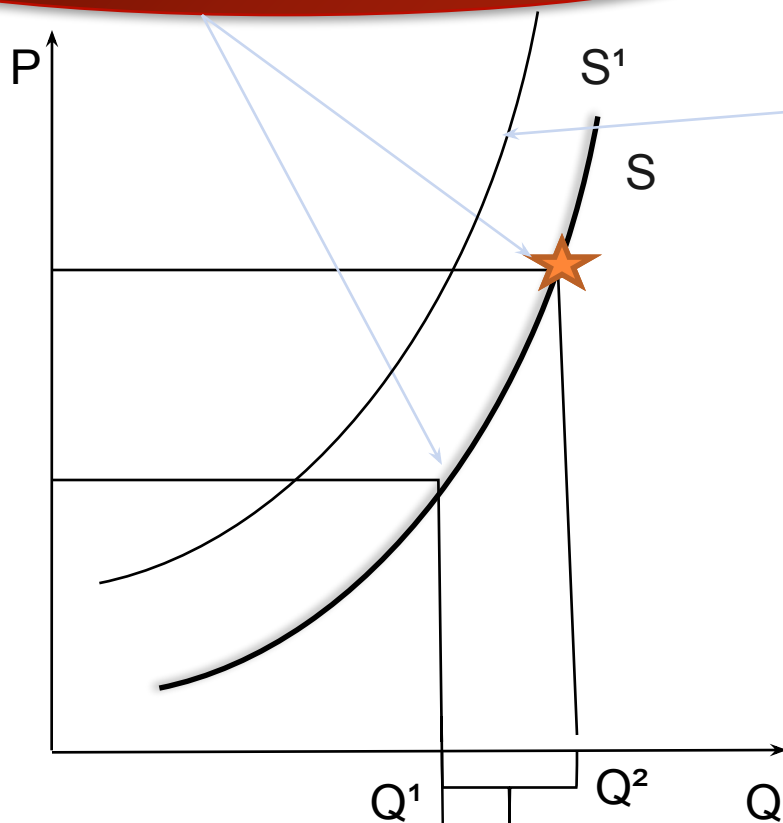




Закон предложения: повышение цены товара (услуги) обычно ведет к росту величины предложения, и, наоборот, снижение цены ведет к уменьшению величины предложения.

Построим график зависимости предложения от цены:

Изменение величины предложения



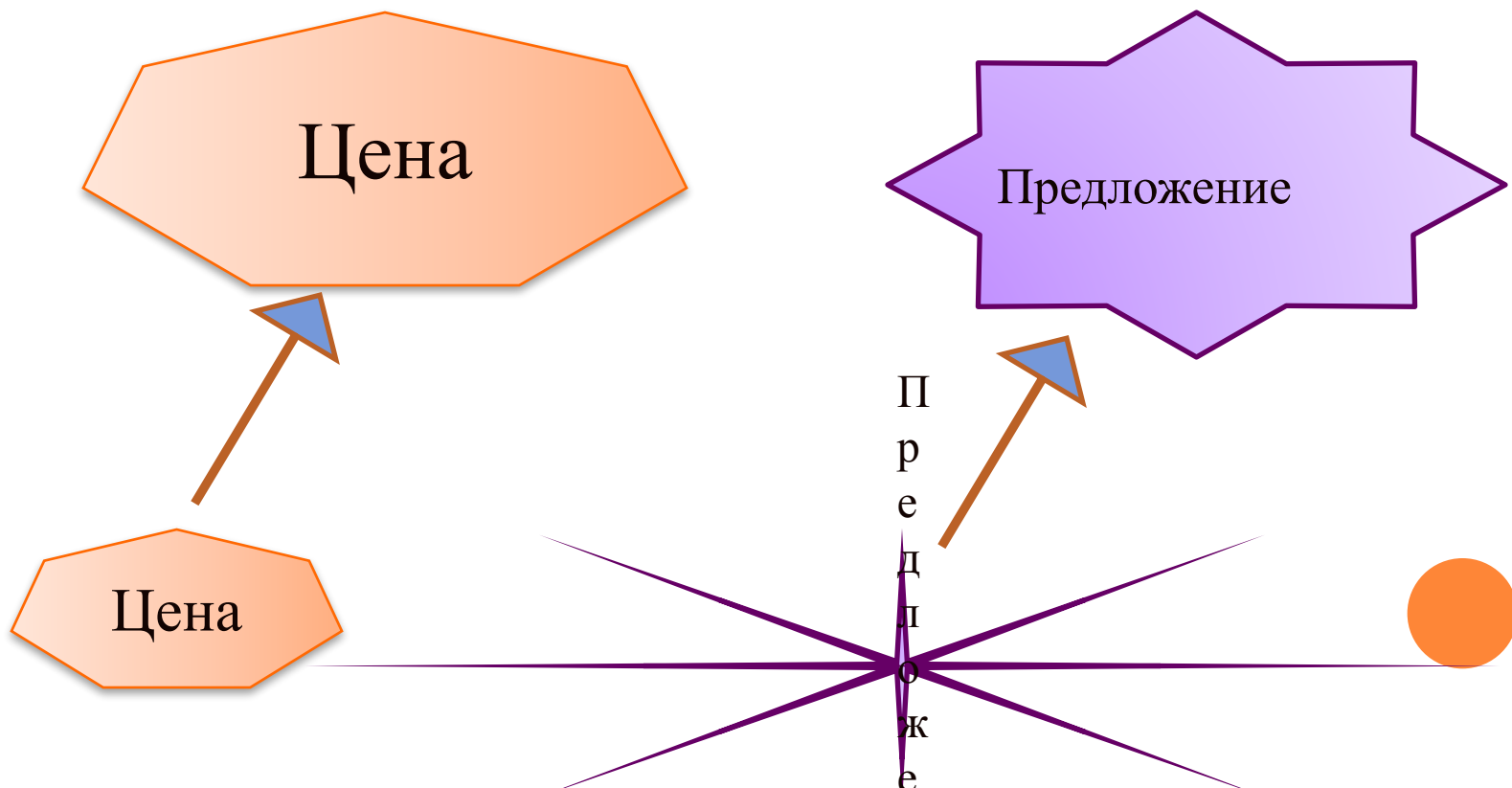
Изменение предложения

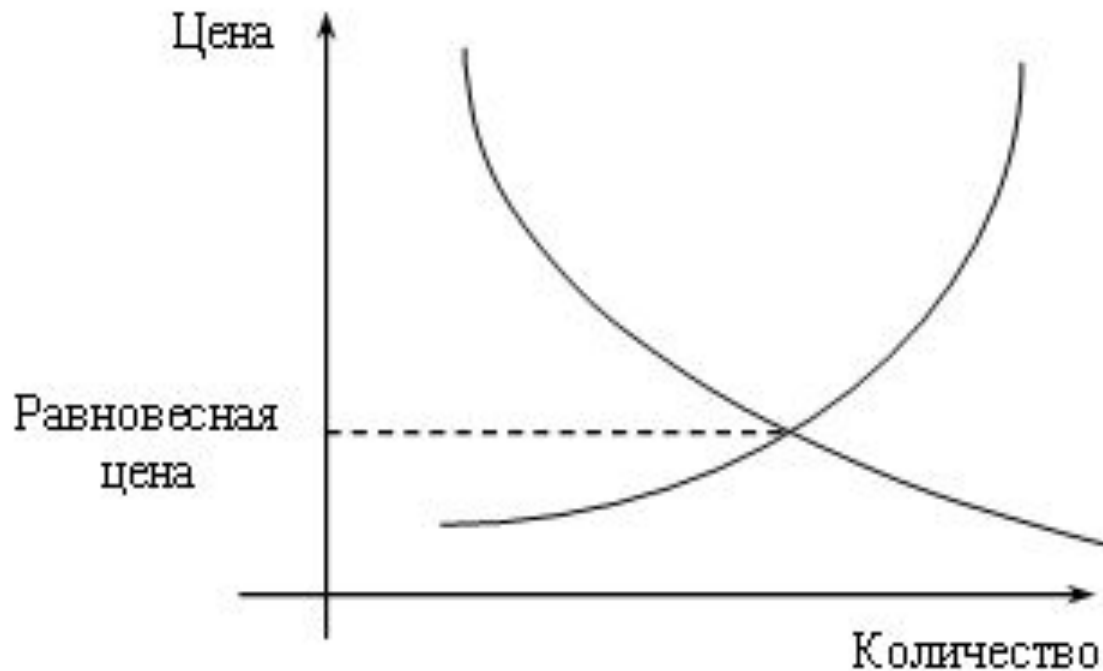


P (price) – цена; Q () – количество спроса, или объём спроса;
S (supply) - предложение.



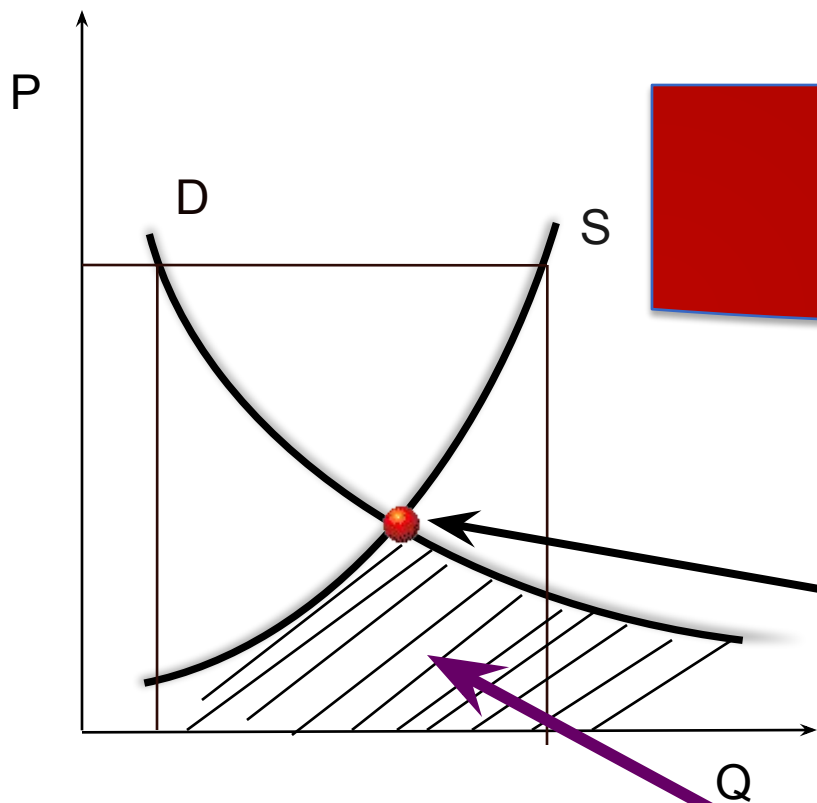
ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ:





- Пересечение кривых спроса и предложения дает значение равновесной цены.
- **Равновесная цена** – это цена, при которой весь поставляемый на рынок товар покупается.

4. ЗАКОН СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ИСКУССТВО КОМПРОМИССА.



Чем больше спрос, тем меньше предложение.

Точка равновесия: спрос равен предложению.

Товарный дефицит- это ситуация на рынке, когда спрос большой, а предложение невелико.



2. РОЛЬ МАРКЕТИНГА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ.

Мáркéтинг (англ. *marketing* — продажа, торговля на рынке) - управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации, как единым комплексным процессом.

Маркетинг – это способ вскрытия и использования потребностей людей в коммерческих интересах фирмы.



Сущность маркетинга:

1. Всестороннее изучение рынка, спроса, интереса покупателей.
2. Активное воздействие на существующий спрос и формирование новых потребностей покупателей.



***Чем более редок предмет,
тем выше на него цена, следовательно,
меньше людей захотят его приобрести.***

ВИДЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

- ▣ Маркетинговые исследования**
- ▣ Разработка товара**
- ▣ Ценообразование**
- ▣ Организация рекламы**
- ▣ Организация распространения товаров и услуг**

