

The background of the slide features a close-up, slightly blurred image of a red pencil lying on a sheet of graph paper. A ruler is visible in the upper right corner, showing numerical markings. The overall color palette is warm and muted, with shades of beige and light brown.

Спрос и предложение

Урок 11.

План

- 1.Спрос и предложение как факторы рыночной экономики.**
- 2. Роль маркетинга в рыночной экономике.**
- 3. Цена как регулятор спроса и предложения.**

1.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 приобрести товары и услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени

Спрос - есть отношение между ценой товара и его количеством, которое покупатели хотят и могут купить.



ГОТОВНОСТЬ



желание и
ВОЗМОЖНОСТЬ



1. Спрос и предложение как факторы рыночной экономики

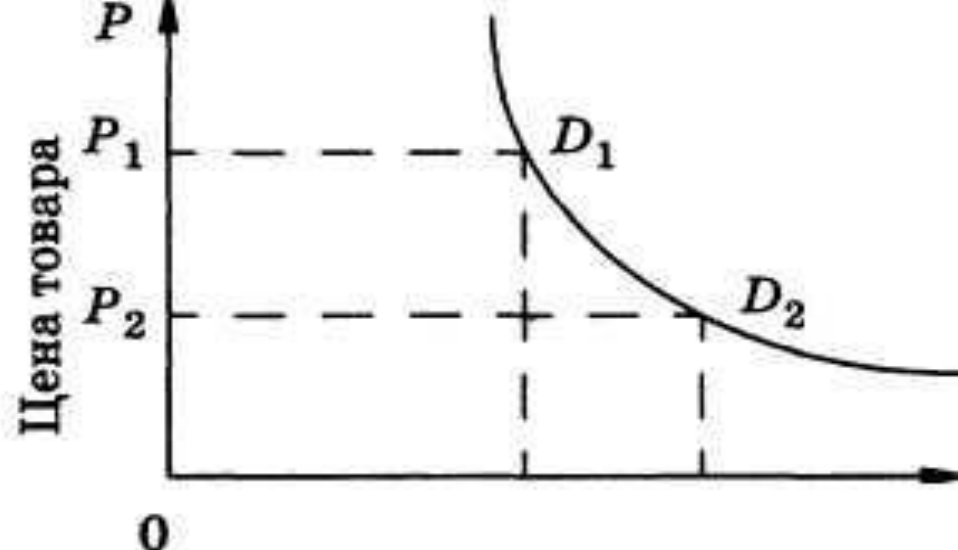
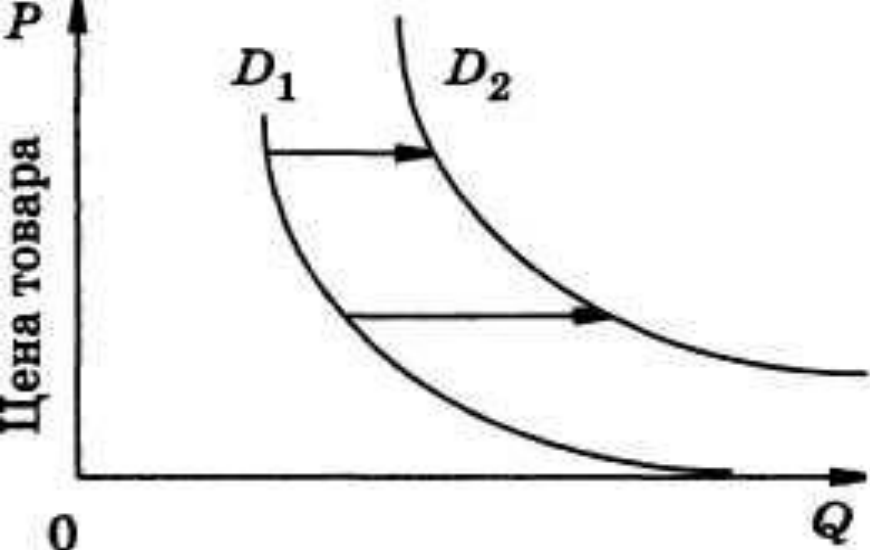
Величина спроса отражает то количество товара, которое было бы куплено по некоторой цене за определенный период времени при данном характере спроса, т. е. неизменности прочих факторов, влияющих на спрос.

Цена - денежное выражение стоимости товаров и услуг.

Цена спроса - максимальная цена, по которой потребители готовы купить некоторое количество товара за определенный период времени.

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





P - Цена товара

D – Кривая спроса

Q - Количество товара

СПРОС зависит от:

1. Размера индивидуального дохода;
2. Потребности, необходимой сегодня;
3. Моды;
4. Цены на товары-заменители



Предложение

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

отношение между ценой товара и его количеством, которое продавцы хотят и могут продать.

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.



Цена предложения - минимальная цена, по которой продавцы готовы продать некоторое количество данного товара за определенный период времени.

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.



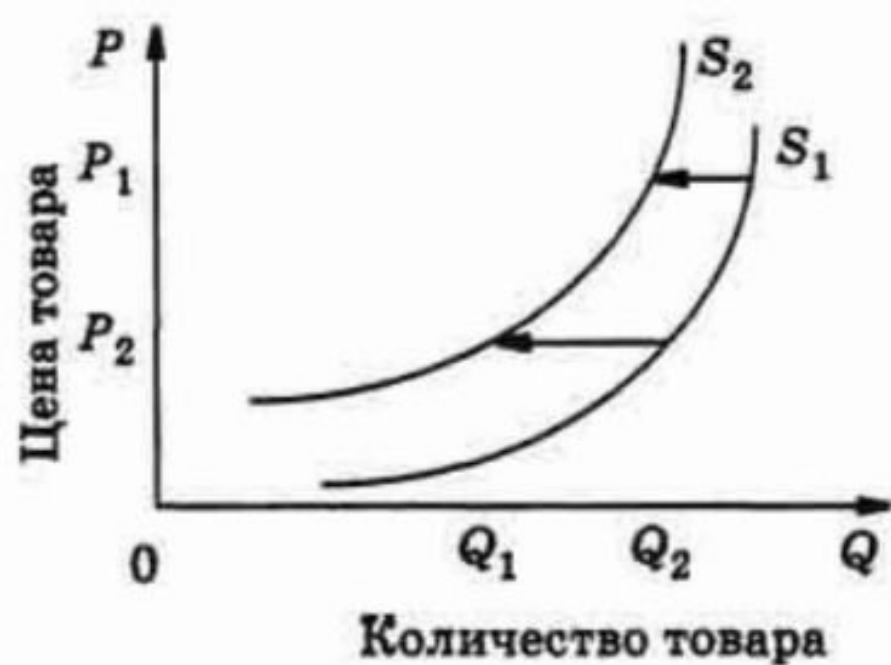


Рис. 3. Изменение предложения

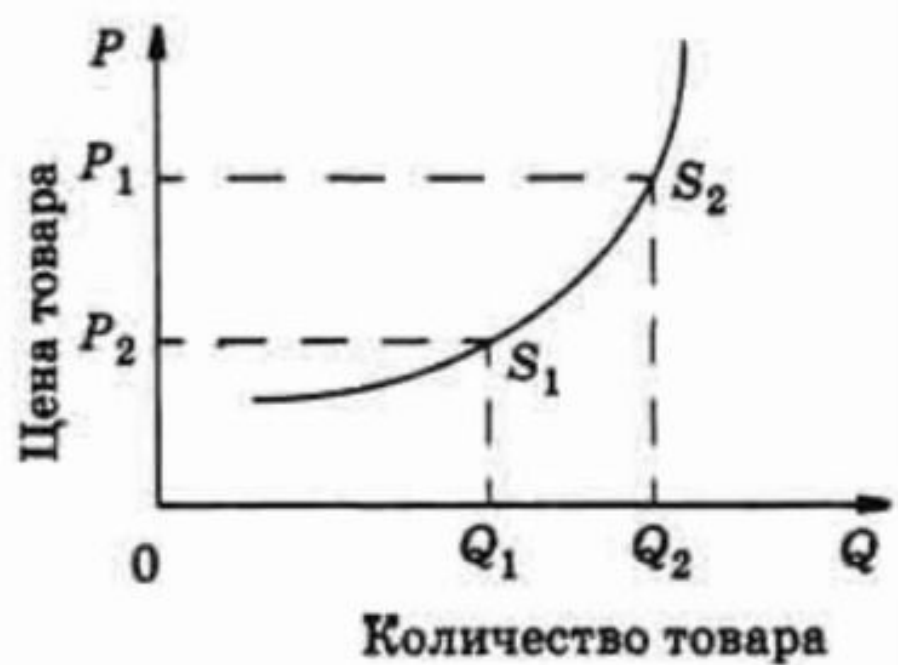


Рис. 4. Изменение величины предложения

P - Цена товара

S – Кривая предложения

Q - Количество товара

2. Роль маркетинга в рыночной экономике.

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

Маркетинговые функции формируют следующие понятия:
потребности, спрос, товар, обмен, сделка и рынок.



Разработка комплекса маркетинга включает **разработку товаров, установление цен на товары, выбор методов распространения товаров и стимулирование сбыта товаров.**