



Спрос и предложение



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



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.

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



Цена товара
(услуги)



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



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:

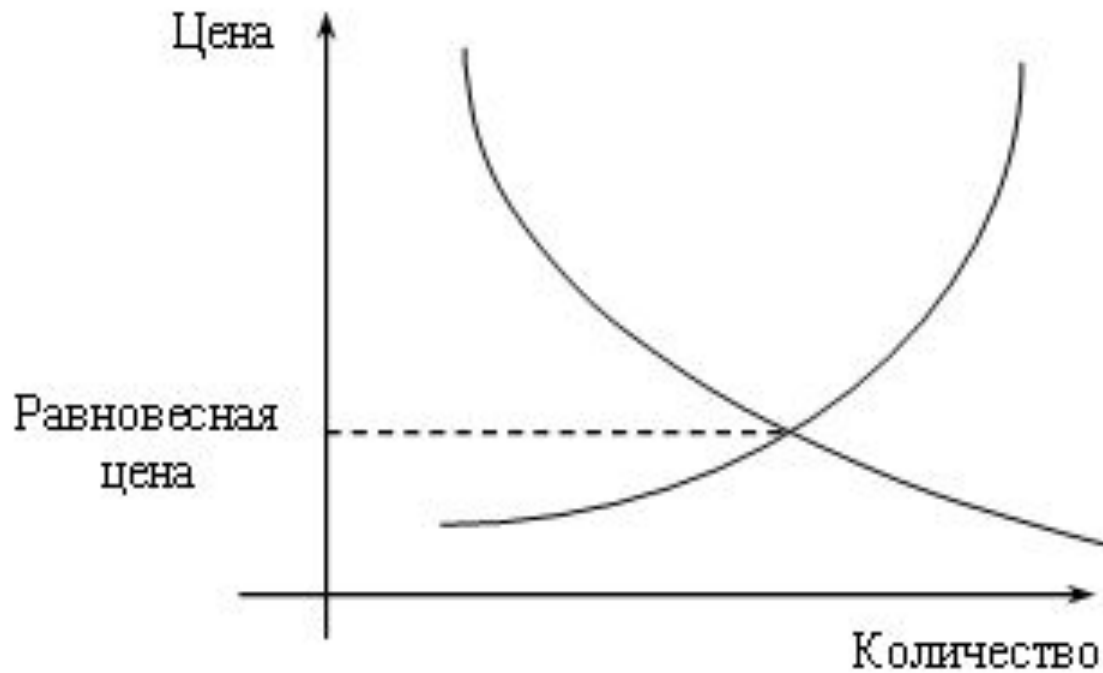
1. цены на ресурсы;
2. налоги и дотации;
3. цены на другие товары;
4. технология производства;
5. число продавцов на рынке;
6. ожидания изменения цен.



Цена товара
(услуги)



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



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



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

