

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ

Выполнила Желтенко Дарья
обучающаяся группы М-6-0-181

ПОНЯТИЯ «СОВОКУПНЫЙ СПРОС» И «СОВОКУПНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»

Совокупный спрос (AD) — объем национального продукта, который потребители, предприятия и правительство планируют приобрести при любом возможном уровне цен.

$$AD = C + Ig + G + Xn.$$

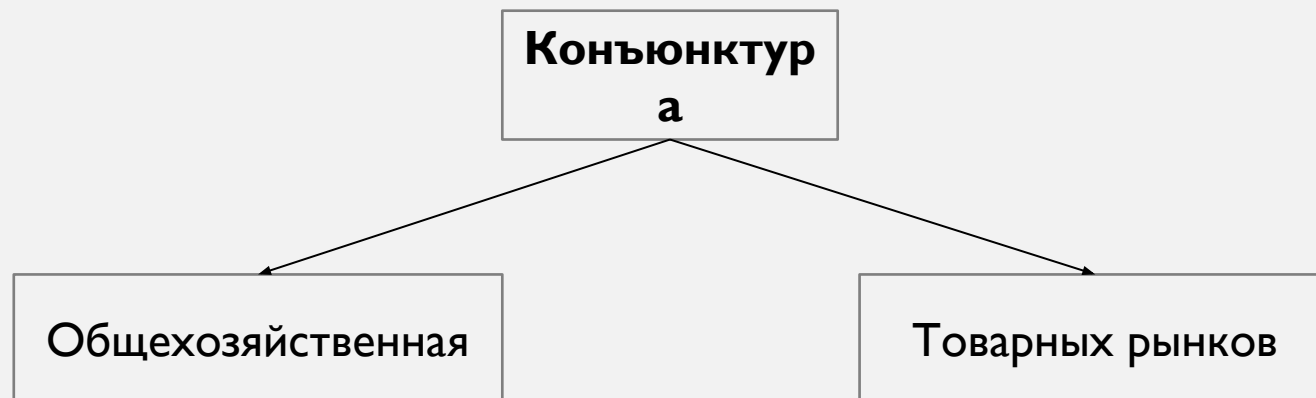
Совокупный спрос изменяется если изменяются какие-либо неценовые факторы.

Совокупное предложение (AS) — это реальный объем национального продукта, который может быть произведен при каждом возможном уровне цен.

МИРОВОЙ РЫНОК И КОНЬЮНКТУРА

Мировой рынок — это сфера устойчивых товарно-денежных отношений между странами.

Конъюнктура — это конкретный процесс циклического воспроизводства.



ГРУППЫ ФАКТОРОВ

По характеру, уровню и сфере действия факторы могут быть разграничены на пять групп:

1. **Общэкономические** — экономический цикл, состояние совокупного спроса и предложения, инфляция;
2. **Конкретно экономические** — издержки, прибыль, налоги и сборы, предложение и спрос на этот товар или услугу с учетом взаимозаменяемости, потребительские свойства: качество, надежность, внешний вид, престижность;
3. **Специфические** — сезонность, эксплуатационные расходы, комплектность, гарантии и условия сервиса;
4. **Специальные** — государственное регулирование, валютный курс;
5. **Внеэкономические** — политические, военные.

ФАКТОРЫ СПРОСА

- в потребительские расходы — благосостояние, ожидания, задолженность и другие факторы;
- инвестиционные расходы — процент ставок, ожидание прибыли, налоги, технологии;
- государственные расходы;
- расходы на чистый экспорт — отношения со странами партнёрами, изменение курса валюты.

ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

- изменения цен на ресурсы — внутренние и закупаемые за рубежом;
- технологии;
- изменение налогов и субсидий;
- изменение правовых норм и структуры рынка;
- производительность;
- ожидания производителей.

Все эти факторы проявляются в совокупном виде.

ВЫВОДЫ

Цены определяются условиями конкуренции, состоянием и соотношением спроса и предложения. Однако на международном рынке процесс ценообразования имеет особенности.

Участник международной торговли сталкивается на рынке с большим числом конкурентов, чем на рынке внутреннем. Он обязан видеть перед собой мировой рынок, постоянно сравнивать свои издержки производства не только с внутренними рыночными ценами, но и с мировыми.

Передвижение товаров сдерживается национальными границами, отношениями в валютной сфере, что противодействует выравниванию затрат и прибыли.

Под мировыми ценами понимаются цены крупных экспортно-импортных сделок, заключаемых на мировых товарных рынках, в основных центрах мировой торговли. Мировой товарный рынок — это совокупность устойчивых, повторяющихся операций по купле-продаже данных товаров и услуг, имеющих организационные международные формы (биржи, аукционы и т.д.), или выражающиеся в систематических экспортно-импортных сделках крупных фирм-поставщиков и покупателей.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ