**Вопросы для обсуждения на семинарском занятии 3.**

*ФПМИ, 2 курс, 10 группа, Алина Крагель*

1. Закон спроса звучит следующим образом: при прочих равных снижение цены приводит к возрастанию величины спроса, повышение – к уменьшению величины спроса. Следовательно, если спрос при снижении цен увеличивается, увеличивается количество продаж товара, и наоборот. Значит высказывание справедливо и не противоречит закону спроса.
2. Величина спроса на товар – это количество товара, которое потребители могут и хотят приобрести при данной цене в течение определенного времени. Поэтому на первый взгляд величина спроса на товар и количество приобретенного товара не будут совпадать. Однако желание приобрести товар не всегда закрепляется наличием необходимых денежных средств, да и исследование «желания» в приобретении товар представляется занятием довольно нереальным. Поэтому можно предположить, что величина спроса на товар примерно равняется количеству приобретенного товара, то не равна ему на 100%.
3. В идеале рыночный механизм спроса и предложения сам придет в равновесие, может вернется в прежнюю точку или найдет новую точку пересечения интересов покупателя и продавца – новую точку равновесия. Однако рыночное равновесие может устанавливаться не во всех случаях. Можно сказать, что неравновесные ситуации преобладают везде, где быстро меняются экономические условия. Нередко новое изменение происходит раньше, чем рынок приходит в равновесие после предыдущей встряски. И тут уже огромное влияние оказывает количество полученной по рынку информации, ведь чем больше информации, тем быстрее и качественнее реакция, тем вероятнее установление рыночного равновесия.
4. Ограниченность – состояние, при котором ресурсы ограничены относительно спроса на их использование.

Дефицит же – это условие, которое возникает на рынке, когда величина спроса превышает величину предложения.

Как видно из определений, отличие есть.

1. В рамках маршаллианского анализа снимается вопрос о том, что является конечным основанием цен – полезность или издержки. Оба фактора одинаково значимы. Иную ситуацию мы получаем, когда подключаем в анализ влияния такой фактор, как время, и тогда мы имеем следующую картину: чем короче рассматриваемый период, тем больше надлежит учитывать в анализе влияние спроса на цену, а чем этот период продолжительнее, тем большее влияние на цену оказывают издержки.
2. При прочих равных условиях, как правило, чем меньше цена товара, тем больше потребитель готов его купить, и наоборот, чем больше цена товара, тем меньше потребитель готов его купить. Довольно логично, что при изменении этих условий, равновесие будет нарушено в той или иной степени.
3. Это утверждение неверно, ибо прогресс в технологии увеличивает предложение товаров. Заметно, в таком случае величина спроса возрастает, причем при более низких ценах. Поэтому прогресс в технологии выгоден как производителям, так и потребителям.
4. Взимание налогов с производителей влечет за собой увеличение цен на товар, что приведет к падению спроса. Взимание налогов же с покупателей приведет к снижению уровня материального состояния покупателей, что негативно сказывается как на производителях, так и на покупателях. Имеем ситуацию, когда налог будет взиматься как с тех, так и с других, и это наиболее выгодная ситуация для населения.
5. Под законом спроса понимается обратная зависимость между ценой и величиной спроса на блага в течение определенного периода.

Закон предложения — прямая зависимость между ценой и величиной предложения товара или услуги в течение определённого периода.

1. Рыночная цена - фактическая цена, которая определяется в соответствии со спросом и предложением товаров в данный временной интервал.

Цена спроса - цена, за которую товар готовы купить в тот же момент.

1. На изменение объема продаж оказывают влияние: увеличение стоимости выпущенной продукции, рост запасов готовой продукции на складе на начало года, снижение остатков готовой продукции на складе на конец периода.

На изменение рыночной цены оказывают влияние: себестоимость продукции, необходимость покрытия долгосрочных капитальных вложений, трудоемкость производства, ограниченность производственных ресурсов, общий спрос на рынке на продукцию данного вида, наличие на рынке аналогичных товаров других предприятий, цена на аналогичную продукцию основных конкурентов, качество конкурирующей продукции.

1. Мгновенный период производства — период производства, во время которого неизменны все факторы производства.

Краткосрочный период производства — период производства, во время которого количество одних факторов производства может изменяться, а размеры других является постоянным.

Долгосрочный период производства — период производства, во время которого изменяется объем всех факторов производства.