План

Введение

1. Рыночная экономика и ее особенности в России
   1. Общая характеристика рыночной экономики
   2. Функции рынка
   3. Основные факторы производства
   4. Формирование цен на факторы производства
2. Спрос и предложение
   1. Что такое спрос и предложение, и какие факторы, влияют на спрос и предложение

Заключение

Список используемой литературы

Введение

Говоря о современном положении дел в экономике нашей страны, невозможно не затронуть тот факт, что она переживает грандиозные перемены. В области внешней и внутренней политики российское руководство определило несколько приоритетных задач. Первая из них глубокая реформа экономики, переход к рыночным методам хозяйствования.

В целом российская экономика может служить объектом для исследования.

Известно, что в наследие от советского союза с его плановым ведением хозяйства России досталась не только экономика в плачевном состоянии, но и грандиозный внешний долг. За последние годы российская экономика потерпела множество самых разных изменений. При переходе к рыночным отношениям необходимы четкие и продуманные решения.

В связи с переходом к рынку необходима интеграция российской экономики в мировое хозяйство, что предполагает некоторую либерализацию внешне экономической деятельности. Огромные размеры территории, обилие природных богатств, развитая промышленная база, высокие технологии и эффективно используемые трудовые ресурсы страны в конечном итоге должны не только вывести ее из кризиса, но и помочь занять достойное место среди ведущих мировых держав.

Важнейшими категориями микроэкономического анализа является спрос и предложение на отдельных рынках. Ценообразование на рынке складывается в зависимости от спроса и предложения - важнейших рычагов рыночной экономики.

Рыночная экономика нестабильна и находится в постоянном движении.

1. Рыночная экономика и ее особенности в России.
   1. Общая характеристика рыночной экономики

Рыночная экономика является самой распространённой экономической системой в мире на рубеже ХХ-ХХI вв. и самой эффективной с точки зрения долгосрочного экономического развития. В направлении к рыночной экономике развиваются как страны с переходной экономикой нового типа, так и переходные экономики традиционного типа в развивающихся странах. Поэтому не случайно, что в учебниках по экономике основное внимание уделяется анализу особенностей и закономерностей рыночной экономической системы. Чтобы разобраться в деталях функционирования рыночной экономики, необходимо понять главную особенность этой системы. Рыночная экономика - это такая экономическая система, в которой фундаментальные экономические проблемы - что, как и для кого производить - решаются главным образом через рынок, в центре которого находится конкурентный механизм формирования цен на продукты и факторы производства. Цены формируются в результате взаимодействия спроса на продукцию и предложения продукции. Именно цены на рынке указывают, что производить и какие ресурсы использовать.

Понятие рынка является исходным понятием в теории рыночной экономики. Рынок представляет собой систему отношений между продавцами и покупателями, при помощи которых они вступают в контакт по поводу купли-продажи товаров или ресурсов. Эти контакты между продавцами и покупателями предполагают какие-то соглашения между ними, в соответствии с которыми происходит обмен по установленной цене. При обмене происходит добровольное отчуждение своей собственности и присвоение чужой собственности, то есть происходит взаимная передача прав собственности.

На рынке в ходе обмена происходит общественная оценка произведённых благ. Если производитель продал свой товар, то его труд и другие затраты признаются обществом как отвечающие потребностям общества. Именно на рынке производители вступают в контакт между собой, рынок их объединяет, устанавливает связи между ними. В широком смысле слова рынок - это социальный механизм, осуществляющий связь между производителями и потребителями благ и ресурсов.

В качестве производителей и потребителей на рынке могут выступать различные экономические агенты, или субъекты рынка. Экономические агенты - это участники рыночных экономических отношений, обладающие собственностью на факторы производства и принимающие экономические решения. Основными экономическими агентами являются домашние хозяйства, предприятия (фирмы), государство. Положение каждого экономического агента зависит от его собственности на ресурсы. Например, если экономический агент обладает лишь собственной рабочей силой, то его возможности влиять на организацию производства и распределение доходов незначительны. Если же участник рынка владеет как своей рабочей силой, так и денежным капиталом, то у него значительно больше возможностей организовать и управлять предприятием и распределять доходы.

Домашние хозяйства, как экономические агенты принимают решения, главным образом, о потреблении благ, необходимых для поддержания жизнедеятельности членов семьи. В качестве домашнего хозяйства могут выступать как семья, так и индивид, если он живёт отдельно и ведёт собственное хозяйство. В конечном итоге все экономические ресурсы принадлежат домашним хозяйствам, но они распределены крайне неравномерно между ними. Абсолютное большинство домашних хозяйств, владеют и распоряжаются рабочей силой. В рыночной экономике рабочая сила является главным товаром, создаваемым в рамках домашнего хозяйства и предлагаемым на рынке факторов производства. Получая доходы от продажи своих ресурсов, домашние хозяйства принимают решения о распределении ограниченных доходов для приобретения различных потребительских благ. Главный экономический интерес домашних хозяйств состоит в том, чтобы максимизировать полезность приобретаемых благ. Выбор потребительских благ домашними хозяйствами формирует спрос в рыночной экономике.

Предприятие или фирма - это экономический агент, принимающий решения о производстве благ на продажу с использованием ресурсов, приобретаемых на рынке. Производимые блага - это и материальные блага и услуги, поэтому, когда речь идёт о предприятии, то имеют в виду и чисто производственные предприятия, и торговые, и финансовые, и обслуживающие. В длительном историческом процессе возникновения и развития рыночной экономики производство благ отделилось от домашних хозяйств и стало осуществляться на предприятиях. Главный экономический интерес предприятия состоит в том, чтобы максимизировать прибыль. Другими экономическими мотивами деятельности предприятий могут быть максимизация продаж, увеличение доли на рынке, удержание монопольных позиций на рынке, стабильный экономический рост, увеличение рыночной стоимости предприятия. Решения предприятий об объёме и структуре производства формируют предложение на рынке.

Государство как экономический агент, а точнее правительство, принимает решения о перераспределении благ, производимых в частном секторе, и о производстве так называемых общественных благ. К последним относятся блага, потребляемые совместно, например: почта, общественная безопасность, образование, общественное здравоохранение. Перераспределение производимых благ государство может осуществлять, например, с целью помощи инвалидам и безработным. Экономические интересы государства отражают интересы общества в целом. Важнейшими из них являются поддержание экономического роста для удовлетворения растущих потребностей общества, повышение эффективности национальной экономики и её конкурентоспособности на мировом рынке.

Экономические агенты действуют в разных условиях, на разных рынках, отличающихся по месту их расположения и по широте охвата, по объекту купли-продажи, по тому, как там устанавливаются цены и т.д. Соответственно можно выделить следующие основные формы рынков: по широте охвата - это локальные, национальные и международные рынки; в зависимости от объекта купли-продажи это рынки товаров и услуг и рынки ресурсов (рынок труда, капитала, земли, предпринимательских способностей); по способу установления цен - это рынки с заранее установленными ценами и рынки, где цены устанавливаются в процессе купли-продажи; по форме организации - это рынки, требующие личного контакта или не требующие контакта.

* 1. Функции рынка

В экономической литературе выделяется несколько выполняемых рынком функций, которые отражают его роль в достижении конкретных экономических целей общества.

1. Регулирующая функция – наиболее важная.

В рыночном регулировании большое значение имеет соотношение спроса и предложения, влияющие на цены.

Реализация данной функции позволяет находить ответы на вопросы что, как и для кого производить. Растет цена – это сигнал к расширению производства, падает цена к сокращению производства. Рынок подсказывает производителям, что им производить, от производства каких товаров и услуг отказаться или уменьшить объем его выпуска. Не менее ценную информацию дает рынок и потребителям. На ее основе они постоянно делают выбор, каким лучше всего способом им удовлетворить свои многочисленные потребности. Через механизм закона стоимости, спроса и предложения рынок способствует установлению основных микро и макро пропорций в экономике, обеспечивает динамичную пропорциональность в товарообороте между различными регионами и национальными хозяйствами

1. Ценообразующая функция.

Реализуется при столкновении спроса и предложения, а также благодаря действию сил конкуренции. В результате свободной игры рыночных сил складываются цены на товары и услуги, устанавливается связь между стоимостью и ценой, чутко реагирующая на изменения в производстве, в потребностях.

1. Стимулирующая функция.

Посредством цен рынок стимулирует освоение достижений научно-технического прогресса, снижение затрат, повышение качества, расширение ассортимента товаров и услуг. Так как каждый субъект рыночных отношений непосредственно ощущает на себе результаты принимаемых решений, он заинтересован в наиболее рациональном использовании имеющихся у него ресурсов.

1. Распределительная функция.

Получаемые субъектами рынка доходы представляют собой в основном выплаты за факторы производства, которыми они обладают. Величина дохода зависит от количества и качества фактора производства и от цены, которая устанавливается на рынке на этот фактор.

1. Информационная функция.

Рынок представляет собой богатый источник информации, сведений, необходимых хозяйствующим субъектам. Он дает, в частности, объективную информацию об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг, которые поставляются на рынок. Наличие информации позволяет каждой фирме постоянно сверять собственное производство с меняющимися условиями рынка.

1. Посредническая функция.

Экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда должны найти друг друга и обменяться результатами своей деятельности. В нормальной рыночной экономике с достаточно развитой конкуренцией потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика продукции. В то же время продавцу предоставляется возможность выбирать наиболее подходящего покупателя.

1. Санирующая функция.

Рынок очищает общественное производство от экономически слабых, нежизнеспособных хозяйственных единиц, и вместе с тем поощряет развитие наиболее эффективных, предприимчивых, перспективных структур. Предприятия, которые не учитывают запросы потребителей, терпят убытки и становятся банкротами, а общественно полезные и эффективно работающие предприятия успешно развиваются.

В экономической литературе иногда выделяют некоторые другие функции рынка: активизация экономических интересов, повышение восприимчивости экономики к научно-техническому прогрессу, сведение производительных сил в единую систему, стимулирование эффективности экономической деятельности, сведение потребностей с производством, создание условий для эффективности кооперации труда.

* 1. Основные факторы производства

Функционирование предприятий и домашних хозяйств основывается на использовании факторов производства и получении от их использования соответствующих доходов. Под факторами производства понимаются особо важные элементы или объекты, которые оказывают решающее воздействие на возможность и результативность хозяйственной деятельности.

Для последних десятилетий характерным является рост ресурсных затрат и как результат – снижение доходности от их использования. Растут цены на землю, энергоносители, сырье, заработная плата. Все это приводит к изменению поведения людей и фирм в мире экономике, побуждает их находить заменители удорожающихся ресурсов и пути снижения издержек производства.

Спрос на факторы производства предъявляют лишь предприниматели, т.е. та часть общества, которое способно организовать и осуществить выпуск продукции и услуг, необходимых для конечного потребления.

Производство – это процесс изготовления материальных или духовных благ. Для того, чтобы начать производство, необходимо наличие по крайне мере того, кто будет производить и того, из чего будут производить.

Марксистская теория в качестве факторов производства выделяет рабочую силу человека, предмет труда и средства труда, подразделяя их на две большие группы: личный фактор производства и вещественный фактор. Личный фактор представляет собой рабочую силу, как совокупность физических и духовных способностей человека к труду. В качестве вещественного фактора выступают средства производства. Организация производства предлагает согласованное функционирование этих факторов. Марксистская теория исходит из того, что взаимосвязь факторов производства, характер их соединения определяют социальную направленность производства, классовый состав общества и отношение между классами.

Маржиналистская (неоклассическая, западная) теория традиционно выделяет четыре группы факторов производства: земля, труд, капитал и предпринимательская деятельность.

Земля рассматривается как естественный фактор, как природное богатство и первооснова хозяйственной деятельности. Здесь из материального фактора выделяются в особый фонд природные условия. При этом термин «земля» употребляется в широком смысле слова. Он охватывает все полезности, которые даны природой в определенном объеме и над предложением которых человек не властен, будто сама земля, водные ресурсы или полезные ископаемые. В отличии от других факторов производства земля обладает одним важным свойством – ограниченностью. Человек не в состоянии изменить ее размеры по своему желанию.

Труд представлен интеллектуальной и физической деятельностью человека, совокупностью способностей личности, обусловленной общим профессиональным образованием, навыками, накопленным опытом. В экономической теории под трудом как фактором производства подразумеваются любые умственные и физические усилия, прилагаемые людьми в процессе хозяйственной деятельности с целью произвести полезный результат.

Время в течение, которого человек трудится, называется рабочим временем. Его продолжительность – величина изменчива и имеет физические и духовные границы. Человек не может трудиться двадцать четыре часа в сутки. Ему нужно время для восстановления способностей к труду и удовлетворения духовных потребностей. Научно-технический прогресс ведет к изменениям в продолжительности рабочего дня, в содержании и характере труда. Труд становится более квалифицированным, увеличивается время на профессиональную подготовку кадров, повышается производительность и интенсивность труда. Под интенсивностью труда понимается его напряженность, возрастание расходования физической и умственной энергии в единицу времени. Производительность труда показывает, какое количество продукции производится в единицу времени. На повышение производительности труда оказывают влияние самые различные факторы.

Капитал является очередным фактором производства и рассматривается как совокупность средств труда, которые используются в производстве товаров и услуг. Термин «капитал» имеет много значений. В одних случаях капитал отождествляется со средствами производства, в других с накопленными материальными благами, с деньгами, с накопленным общественным интеллектом. Взгляды на капитал разнообразны, но все они сходятся в одном: капитал ассоциируется со способностью тех или иных ценностей приносить доход. Вне движения и средства производства и деньги представляют собой мертвые тела.

Предпринимательская деятельность рассматривается как специфический фактор производства, сводящий воедино все другие факторы и обеспечивающий их взаимодействие через знание, инициативу, смекалку и риск предпринимателя в организации производства. Это особый вид человеческого капитала. Предпринимательская деятельность по своим масштабам и результатам приравнивается к затратам высококвалифицированного труда.

Предприниматель – неотъемлемый атрибут рыночного хозяйства. Понятие «предприниматель» часто ассоциируется с понятием «собственник».

В реальной жизни предприниматель стремится найти такое сочетание компонентов производства, при котором обеспечивается наибольший выход продукции при наименьших затратах. Множественность комбинаций обусловлены научно-техническим прогрессом и состоянием рынка факторов производства. Производство подвижно. В нем постоянно совершаются большие и малые революции в технике, технологии, организации труда. Фирма находится в постоянном поиске наиболее рациональных решений.

* 1. Формирование цен на факторы производства

Любое предприятие одновременно выступает как товаропроизводитель и продавец определенной продукции и как покупатель факторов производства. Как продавцу ему присущ типический интерес – подороже продать свою продукцию. На рынке факторов производства предприятие выступает как покупатель, заинтересованный подешевле купить производительные ресурсы(труд, капитал, землю). Все операции подчинены прибыли. Это главный стимул и основной показатель эффективности предприятия.

Величина издержек производства и их структуры определяют конкретные требования к структуре покупки факторов производства. Особенности спроса на факторы производства определяются фактором самого производства. Критерий отбора здесь один – наименьшие издержки производства при высоком качестве производимой продукции. Сравнивая рыночную цену каждого фактора производства с предельным продуктом, который производится с помощью этого фактора, предприниматель устанавливает свой выбор.

Исходным для спроса на факторы производства является спрос на конечный продукт предприятия, т.е. спрос зависит от объема производства и цен на факторы производства. Равновесие на рынке факторов производства предполагает получение равного дохода на прирост любого из них. Общие принципы формирования кривой спроса на любой фактор производство сводятся к следующему:

* исходным в спросе является спрос на выпускаемый товар;
* равенство предельного дохода и предельных издержек, определенных программой предприятия;
* структура спроса на факторы достигается при условии, когда доллар, потраченный на приобретение какого-либо фактора дает наибольший предельный продукт.

Предложение труда, как и любого другого фактора есть свои особенности. Они связаны:

* с численностью населения и прежде всего его трудоспособной частью;
* качественным составом населения, уровнем его общей и профессиональной подготовки;
* продолжительностью рабочего дня и рабочей недели;
* с соответствием профессиональной и квалификационной структуры трудоспособного населения потребности народно-хозяйственного комплекса работников разных специальностей.

Общий уровень заработной платы выявляется перечислением кривой спроса и предложения. Рост спроса на труд повышает уровень заработной платы и ведет к увеличению занятости населения. Падение спроса на труд ведет к противоположным последствиям.

В движении цен на капитал имеет значение наличие свободного капитала, его предложение и спрос на него.

1. Спрос и предложение
   1. Что такое спрос и предложение, и какие факторы влияют на спрос и предложение

Спрос – это общественные потребности, опосредованные и ограниченные деньгами. Основная часть потребности населения в предметах потребления и услугах выступает в виде платежеспособного спроса. Потребности предприятий в средствах производства также проявляются в форме спроса на конкретные виды средств и предметы труда.

Спрос на какой-либо товар или услугу – это желания или возможность потребителя купить определенное количество товара или услуги по определенной цене и в определенный период времени.

Различают два вида спроса:

* индивидуальный спрос – это спрос конкретного субъекта
* рыночный спрос – это спрос всех покупателей на данный товар

Существует такие понятия, как объем спроса и закон спроса.

Объем спроса – это количество товара или услуги, которое потребители согласны купить по определенной цене в течение определенного периода времени.

Закон спроса: 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.

Следует различать понятия «величина спроса» и «спрос». Величина спроса (объем спроса) представляет собой количество товара, которое готов приобрести покупатель по конкретной цене, а полный спрос на товар – это готовность потребителя приобрести товар при всевозможных ценах, т.е. функциональная зависимость величины спроса от цены. Изменение величины спроса зависит от ценового фактора – цены, а изменение спроса зависит от нескольких факторов:

* дохода потребителей;
* вкусы и предпочтения;
* цены на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары;
* запасы товаров у потребителей (ожидание потребителей);
* информация о товаре;
* время, затраченное на потребление.

При изменении прочих факторов и постоянной цене товара произойдет изменение самого спроса. В результате изменения спроса потребители готовы покупать больше (или меньше) товаров, чем раньше при той же цене, или готовы платить за прежнее количество товаров более высокую цену.

Предложение (в экономике) – понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести ( предложить ) какое-либо количество товара за определенный период времени при определенных условиях. Производитель решает две задачи: сколько и по какой цене производить. Чем выше цена, тем выше предложение, чем ниже цена, тем ниже предложение. Эластичность предложения зависит от:

* особенности производственного процесса (позволяет производителю расширить производство товара при повышении цены на него или переключиться на выпуск другого товара при снижении цен);
* временной фактор (производитель не в состоянии быстро реагировать на изменение цен на рынке) ;
* зависит и от неспособности данного товара к длительному хранению;

Объем предложения(объем выпуска ) – количество товара, которое готов предложить товаропроизводитель(фирма) по определенной цене за определенный период времени при прочих равных условиях.

Величина предложения – количество товара, которое имеется в продаже при определенной цене.

Как правило, между уровнем цен и количеством товара существует прямая зависимость. Повышение цен приводит к получению дополнительной прибыли, позволяя производителю расширить производство, привлекает новых производителей на рынок.

Факторы, приводящие к изменению предложения:

* изменение в себестоимости сырья или производства (повышение себестоимости приводит к снижению предложения);
* изменение цен на другие, в том числе и взаимозаменяемые товары;
* перспективы ожидания производителей( ожидание повышения цен – предложение снижается, ожидание снижения цен - предложение увеличивается);
* спрос – отражает то количество товара, которое покупатели готовы купить по данной цене, в данном месте, в данное время;
* закон спроса – при прочих равных условиях, повышение цены вызывает понижение величины спроса; понижение цены – повышение величины спроса, т.е. отражает обратную зависимость между ценой и количеством товара;
* уровень технологий;
* объем и доступность ресурсов;
* налоги и дотации;
* природные условия;
* размеры рынка (количество товаропроизводителей).

Закон предложения – при прочих равных условиях, повышение цены приводит к росту цены предложения; снижение цены – к снижению величины предложения.

Линия спроса и предложения пересекаются в точке, где цена, по которой покупатели согласны купить определенное количество товара, равна цене, по которой производители готовы продать это же количество товара. Точка пересечений линии предложения(S) и спроса(D) – точка E, называется точкой равновесия. Когда рынок находится в этой точке, установившаяся цена устраивает как покупателей, так и продавцов и у них нет причин требовать ее изменения. Такое состояние рынка называется рыночным равновесием. Объем продаж в этой точке называется равновесным объемом рынка(Qe). Цена в этой точке называется равновесной рыночной ценой. Если сложившаяся на рынке цена будет отличаться от равновесной, то под действием рыночных механизмов она будет изменяться до тех пор, пока не установится на равновесном уровне и объем спроса не станет равен объему предложения. Спрос и предложение находятся в сложной диалектической взаимосвязи, опосредствующей отношения между производством и потреблением и выступающей на рынке как внешнее проявление экономических отношений.

В то же время спрос и предложение обладают относительной самостоятельностью, выступают как противоположные и взаимодействующие элементы рынка и реализуются в актах купли-продажи товаров. В единстве спроса и предложения выражается единство потребительской стоимости и стоимости товаров.

Заключение

В курсовой работе были выполнены следующие задачи: изучено понятие рынка, а также сущность спроса и предложения, какие факторы на них влияют. Из изученного, можно сделать следующие выводы.

Одна из особенностей земли заключается в том, что общее предложение земли более или менее ограничено самой природой.

Капитал – это созданные человеком ресурсы, используемые для производства товаров и услуг. Когда речь идет о капитале, который используется предприятиями для производства товаров и услуг, имеют в виду реальный (физический) капитал: здания, сооружения, оборудование и т.д.

Также изучение спроса на продукцию является первейшей задачей фирмы в условиях рынка. Одной из важнейших характеристик спроса является его эластичность. Оценка эластичности спроса(по цене, доходам покупателей и другим параметрам) позволяет фирме выбрать верную стратегию поведения на рынке. Если потребители относительно нечувствительны к изменениям цен, спрос неэластичен.

Наиболее эффективно рыночный механизм действует в условиях свободной или совершенной конкуренции, т.е. когда ситуация на рынке характеризуется множеством покупателей и продавцов, однородностью продаваемой продукции, свободным доступом фирм на рынок. При совершенной конкуренции ни один из продавцов или покупателей сам по себе не в состоянии воздействовать на рыночную цену.

В целом необходимо подчеркнуть следующее. Независимо от типа рыночных структур необходимым условием их нормального функционирования является экономическая свобода, самостоятельность, независимость субъектов экономических отношений.

Список используемой литературы

1. Добрынин А.И. Общая экономическая теория – СПб: Питер, 2006.-288с.

2. Иохин В.Я. Экономическая теория: введение в рынок и микроэкономический анализ:Учебник.- М.: ИНФРА-М, 2005 – 589с.

3. Титоренко Г.А. Информационные системы в экономике. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008 – 464с.

4. Мильтон Фридман Капитализм и свобода – М.: Новое издательство, 2006-236с.

5. Морозова Т.Г. Государственная экономическая политика: учебное пособие для вузов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.-255с.

6. Сборник научных статей. « Социально-экономическое положение России» СПб: Институт бизнеса и права, 2008.

7. Камаев В.Д. Экономическая теория ВЛАДОС 2006-800с.

Интернет ресурсы.

1. www.dis.ru
2. www.bizbook.ru
3. www.50.economicus.ru
4. www.finansy.ru