

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Среднее профессиональное образование

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА

Работу выполнил  21.12.2019 А.В. Богуш
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Филиал ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Тихорецке

Специальность: 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Научный руководитель

Преподаватель  21.12.2019 О.В. Вандрикова
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Тихорецк 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Понятие рынка	5
2 Характерные черты рыночного хозяйства	9
3 Функции рынка	13
Заключение	16
Список использованных источников.....	17

ВВЕДЕНИЕ

Рынок – это механизм, учреждение, действие, которые служат сведению вместе покупателя и продавца и обеспечению обменной операции. Существует множество форм рынков: универмаги, розничная сеть, ярмарки, фондовая биржа, товарная биржа, аукцион, барахолки и т.д. Но главное – не форма рынка, а его функция – обеспечение обмена, купли-продажи.

Современная экономика развитых стран носит рыночный характер. Рыночная система оказалась наиболее эффективной и гибкой для решения основных экономических проблем. Она формировалась не одно столетие, приобрела цивилизованные формы, и, по всей видимости, будет определять экономический облик будущего во всех странах мира.

Совокупность регулирующих функций, осуществляемых рынком, делают рыночную экономику саморегулирующейся, самонастраивающейся системой. Данной системе присуща способность автоматически увязывать частные и общественные интересы. Она является наиболее эффективной и гибкой для решения основных экономических проблем.

Длительное время в стране отвергались товарно-денежные отношения соответствующие им форм собственности, а практика развития национальной экономики почти полностью была изолирована от мирового рынка. Разрушалось натуральное и полунатуральное хозяйство, которое служит своеобразным буфером, смягчающим многие острые проблемы процесса становления рынка (безработица, нехватка товарного продовольствия). В результате этих и многих других проблем стали постепенно развиваться рыночные отношения и сам рынок.

Результатом индивидуального проекта является освоение:

- предмета, метода и функции экономической теории,
- общих положений экономической теории,
- основных микро – и макроэкономических категории и показателей, методы их расчета,

- построения экономических моделей,
- основ формирования государственного бюджета,
- рыночных механизмов формирования доходов и проблемы социальной политики государства,
- основных направлений экономической реформы в России,
- использовать источники экономической информации, различать основные учения, школы, концепции и направления экономической науки,
- строить графики и схемы, иллюстрирующие различные экономические модели,
- распознавать и обобщать сложные взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления,
- применять инструменты макроэкономического анализа актуальных проблем современной экономики,
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом действия экономических закономерностей на микро – и макроуровнях.

Актуальность выбранной темы обусловлена переходом от административно-командной модели к рыночной экономике в России, развитие рыночных отношений и самого рынка, происходившего на фоне множества острых проблем (безработица, нехватка товарного производства).

Предмет исследования индивидуального проекта – рынок, его функции, черты рыночного хозяйства.

Для достижения поставленной цели в индивидуальном проекте определены следующие задачи:

- рассмотреть понятие рынка,
- проанализировать характерные черты рыночного хозяйства,
- исследовать функции рынка.

Индивидуальный проект состоит из введения, трех глав, заключения, списка источников, в количестве 10 наименований.

1 Понятие рынка

Рынок – одна из самых распространённых категорий в экономической теории, одно из основных понятий хозяйственной практики и экономической теории.

Рынок – сложная историческая категория, формировавшаяся вместе с развитием товарного производства. Именно поэтому определить однозначно понятие «рынок» практически невозможно. Для получения более полного представления о термине «рынок» следует рассмотреть его значения как можно с большего количества сторон и проанализировать точки зрения различных экономистов на этот счёт.

Первоначально рынок рассматривался, как базар, место розничной торговли, рыночная площадь. Это самое узкое понятие рынка и связано с разложением первобытного общества, когда обмен между общинами становился регулярным и принимал форму товарного обмена, который осуществлялся в определённое время и в определённом месте.

С появлением общественного разделение труда, развитием товарного производства, а также обособлением материальных и трудовых ресурсов появляется новое понимание рынка, как формы товарного и товарно-денежного обращения, а после расширяется до понимания его как элемента воспроизводства совокупного общественного продукта. Рынок также рассматривают, как тип хозяйственных связей между субъектами хозяйствования.

Рынок выполняет много различных функций: посредническую, учетную (ценообразующую), регулирующую, распределительную и др. В ходе обмена происходит своеобразный учет и общественная оценка реализуемых благ. Цены передают информацию, которая служит стимулом к применению наиболее экономичных методов производства и эффективному использованию ограниченных ресурсов. Тем самым рынок способствует перераспределению доходов в пользу лучше хозяйствующих субъектов.

Стимулом, побуждающим человека к конкурентной борьбе, является стремление превзойти других. В соперничестве на рынках речь идет о заключении сделок и о долях участия в рыночной сфере. Конкурентная борьба – это динамический (ускоряющий движение) процесс. Он служит лучшему обеспечению рынка товарами.

В качестве средств в конкурентной борьбе для улучшения своих позиций на рынке компании используют, например, качество изделий, цену, сервисное обслуживание, ассортимент, условия поставок и платежей, информацию через рекламу.

Функция регулирования – для того чтобы устоять в борьбе, предприниматель должен предлагать изделия, которые предпочитает потребитель (суверенитет потребителя). Отсюда и факторы производства под влиянием цены направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность.

Функция мотивации – для предпринимателя конкуренция означает шанс и риск одновременно:

- предприятия, которые предлагают лучшую по качеству продукцию или производят ее с меньшими производственными затратами, получают вознаграждение в виде прибыли (позитивные санкции). Это стимулирует технический прогресс,

- предприятия, которые не реагируют на пожелания клиентов или нарушения правил конкуренции своими соперниками на рынке, получают наказание в виде убытков или вытесняются с рынка (негативные санкции).

Функция распределения – конкуренция не только включает стимулы к более высокой продуктивности, но и позволяет распределять доход среди предприятий и домашних хозяйств в соответствии с их эффективным вкладом. Это отвечает господствующему в конкурентной борьбе принципу вознаграждения по результатам.

Функция контроля – конкуренция ограничивает и контролирует экономическую силу каждого предприятия. Например, монополист может

назначать цену. В то же время конкуренция предоставляет покупателю возможность выбора среди нескольких продавцов. Чем совершеннее конкуренция, тем справедливее цена.

Политика в области конкуренции призвана заботиться о том, чтобы конкуренция могла выполнять свои функции. Руководящий принцип «оптимальной интенсивности конкуренции» в качестве целей политики в области конкуренции предполагает, что:

- технический прогресс в отношении изделий и прогрессов быстро внедряется (инновация под давлением конкуренции),
- предприятия гибко адаптируются к меняющимся условиям (например, склонности потребителей) (адаптация под давлением конкуренции).

Масштаб интенсивности конкуренции определяется тем, как скоро преимущества в прибыли теряются в результате успешного воспроизведения инноваций конкурентам.

В первую очередь это зависит от того, насколько быстро конкуренты реагируют на рывок вперед предприятия-пионера и насколько динамичен спрос.

В соответствии с руководящим принципом оптимальной интенсивной конкуренции благоприятные условия для нормального функционирования соперничества появляются тогда, когда имеют дело с «широкой» олигополией с «умеренной» индивидуализацией продукции. «Узкая» олигополия с сильной индивидуализацией продукции, напротив, уменьшает интенсивность конкуренции.

В каждой рыночной экономике существует опасность того, что участники конкурентной борьбы попытаются уклониться от обязательных норм и риска, связанных со свободной конкуренцией, прибегая, например, к сговору о ценах или имитации товарных знаков. Поэтому государство должно издавать нормативные документы, которые регламентируют правила конкурентной борьбы и гарантируют:

- качество конкуренции,
- само существование конкуренции,
- цены и качество изделий должны быть в центре внимания конкуренции,
- предлагаемая услуга должна быть соразмерной по цене и другим договорным условиям,
- защищенные правовыми нормами товарные знаки и марки помогают покупателю различать товары по их происхождению и своеобразию, а также судить о некоторых их качествах,
- ограниченная по времени патентная защита (20 лет) и зарегистрированные промышленные образцы, а также образцы промышленной эстетики.

Когда учитывается фактор временной последовательности, то неизбежен становится процесс обмена голосами. Правило принятия решений действительно не функционирует более как способ рациионирования. Для наглядности здесь может быть полезна следующая аналогия.

Допустим, что строго регулируется уровень арендной платы при сдаче жилых помещений в наем, причем на уровне, значительно более низком, чем гипотетическая «рыночная» стоимость.

Индивидуальные владельцы сдаваемых в наем помещений подлежат судебному преследованию, если они принимают от будущих нанимателей прямые денежные платежи («взятки») сверх регулируемого уровня.

В то же время, им не запрещено вступать в «обмен» иного рода с нанимателями, на свободных и взаимовыгодных условиях. Арендодатели могут «продавать» нанимателям мебель, или последние могут «покупать» другие предметы.

Таким образом при переходе к рынку предприятия России столкнулись с массой проблем, решить которые все разом оказалось большинству из них не под силу.

2 Характерные черты рыночного хозяйства

Наличие разнообразных и равноправных форм частной собственности, обеспечивающих экономическую самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов. Экономическая свобода дает производителю возможность выбора видов и форм деятельности и осуществление этой деятельности в любой допустимой законом форме, а для потребителя – возможность в пределах своих денежных доходов для удовлетворения своих потребностей покупать те товары и услуги, которые они считают необходимыми.

Свобода потребительского выбора имеет в рыночной экономике особое значение, ибо свобода предпринимательства производна, она определяется потребительским выбором. Рыночное хозяйство отличает суверенитет потребителя. Именно потребитель решает, что должно производиться.

Рынок представляет собой многосложную систему, посредством которой бесчисленные индивидуальные, свободно выбранные решения учитываются, суммируются и взаимно уравниваются.

Саморегулирование хозяйственной деятельности. Рыночный механизм обеспечивает самонастройку экономических процессов на рациональный, эффективный режим хозяйствования,

Всеобщность рынка – проникновение рыночных отношений во все сферы общественного производства. Объектами купли-продажи в рыночной экономике являются земля и природные ресурсы, деньги, валюта, ценные бумаги, информация, труд. Однако в любой рыночной экономике есть сферы, на которые рыночные отношения не распространяются и которые централизованно регулируются государством,

Контрактные (договорные) отношения между взаимодействующими экономическими субъектами. Отношения между последними устанавливаются не государственными планами, программами, приказами, а самостоятельно и добровольно на основе договоров, контрактов, соглашений.

При этом договор – это не только юридически оформленный документ, но практически любое экономическое действие (покупка товара в розничном магазине – это контракт между продавцом, который должен предоставить товар, и покупателем, который должен его оплатить). Контракт – это любой акт экономического взаимодействия, который в явном или неявном виде предполагает соблюдение сторонами определенных условий. Именно через договоры, контракты независимые субъекты рынка реализуют свои интересы. Принцип договорных отношений есть одновременно и принцип обязательности их соблюдения.

В условиях рыночной экономики всякое предприятие функционирует на началах самофинансирования, самообеспечения и, естественно, само отвечает по своим обязательствам принадлежащим ему имуществом, денежными активами. В рыночной экономике ответственность возникает и становится действительной в силу господства частной собственности.

Конкуренция, состязательность, объективно порождаемая свободой предпринимательства, свободой выбора и личным интересом. Именно конкуренция между покупателями и продавцами, стремящимися добиться своих целей за счет конкурентов, и конечное соглашение между ними приводит к формированию рыночных цен. Конкуренция между производителями заставляет их производить именно те товары, которые необходимы покупателям, и производить их наиболее эффективным способом.

Свободное ценообразование – в рыночной системе цены никем не устанавливаются, они являются результатом взаимодействия спроса и предложения.

Цена в рыночной экономике – это важнейший инструмент, который обеспечивает эффективное распределение ограниченных ресурсов общества в соответствии с его потребностями.

Исторический опыт доказал, что рыночная организация экономики оказалась наиболее эффективной экономической системой, прежде всего

потому, что она требует наименьших издержек при решении основных вопросов экономики.

Если сравнивать рыночную систему с командно-административной (централизованно-управляемой), то к преимуществам рыночной экономики следует отнести:

- высокую способность к оперативному удовлетворению разнообразных потребностей людей, повышению качества товаров и услуг,
- свободу выбора и действий потребителей и производителей,
- эффективное распределение ресурсов в соответствии с потребностями общества,
- гибкость и высокую адаптивность к изменяющимся условиям,
- максимальное использование достижений и стимулирование научно-технического прогресса,
- невозможность хронического товарного дефицита.

Неудовлетворенный спрос ведет к росту цен и повышает выгодность вложения средств именно в производство дефицитного продукта, тем самым снимая проблему дефицита,

- создание стимулов к труду. Единственно, что дефицитно в условиях рынка – это деньги, но их дефицитность и заставляет людей работать.

Однако при всех достоинствах рынка надо помнить о том, что он имеет свои пределы в возможностях оптимально распределять ресурсы и целый ряд имманентно (внутренне) присущих ему недостатков.

Совершенная конкуренция – это соперничество многочисленных производителей, создающих примерно одинаковые объемы идентичной продукции. Для нее характерны следующие черты:

- наличие большого числа фирм, производящих один и тот же вид товара, множество покупателей,
- возможность свободного доступа товаропроизводителей к различным производственным секретам,
- однородность продукции, производимой различными

предприятиями в рамках одного производственного сектора, состоящего из множества фирм,

- хорошее знание рынка покупателями и продавцами, все субъекты купли-продажи должны знать цены на рынке, спрос и предложение на товары,

- полную мобильность всех ресурсов.

В современных условиях используются силовые методы конкурентной борьбы. К ним относятся такие экономические методы, как лишение конкурента сырья, рынков сбыта, кредитов, скупка патентов, сбивание цен, захват рынков рабочей силы, выпуск на рынок новых марок и видов изделий. Действуют также методы прямого насилия поджоги, взрывы, убийства опасных конкурентов, шпионаж, государственные перевороты и т.д.

Во всех странах применяются ценовые методы конкурентной борьбы. К ним относятся применение монопольно высоких и монопольно низких цен, метод ценовой дискриминации.

Появляются и методы неценовой конкурентной борьбы. Эти методы в основном подразделяются на две группы: конкуренция по продукту и конкуренция по условиям продаж.

Конкуренция по продукту – стремление захватить часть отраслевого рынка конкурента путем выпуска продукции нового ассортимента и качества при сохранении примерно одной и той же цены. Например, в США продается одновременно 10 тыс. сортов муки, более 4 тыс. видов консервированной кукурузы, 50 сортов горчицы.

Конкуренция по условиям продаж – использование многочисленных средств для привлечения покупателей к товарам. Эта конкуренция включает рекламу, услуги по сервисному обслуживанию, Льготы при покупке для постоянных покупателей.

Таким образом в самом общем виде рынок – это система экономических отношений, которые складываются в процессе производства, обращения и распределения товаров, а так же движение денежных средств.

3 Функции рынка

Функции рынка можно правильно понять, если рассмотреть его в рамках более широкой системы. Такой системой является товарно-рыночное хозяйство. Оно состоит из двух относительно постоянных подсистем: товарного производства и рынка.

Эти подсистемы внутренне неразрывно воссоединяются с помощью прямых и обратных связей.

Исходное звено общей системы – товарное производство оказывает прямое воздействие на рынок по нескольким направлениям:

- в сфере производства постоянно создаются полезные продукты, которые столь же регулярно становятся объектами рыночных сделок,
- одновременно с изготовлением товаров создаются потенциальные доходы всех агентов товарного хозяйства, которые подлежат реализации в рыночном обмене,
- в силу общественного разделения труда, на котором основывается товарное производство, создается необходимость рыночного обмена продуктами.

В свою очередь, рынок оказывает во многом определяющее обратное влияние на процесс создания товаров. Обратные экономические связи составляют особые функции рынка

Регулирующая функция предполагает воздействие рынка на все сферы экономики, обеспечивает согласование производства и потребления в ассортиментной структуре, сбалансированность спроса и предложения по цене, объему и структуре, пропорциональность в производстве и обмене между регионами, сферами национальной экономики.

Рынок дает ответы на вопросы: что производить? для кого производить? как производить?

На рынке действует регулирующая «невидимая рука», о которой писал А. Смит: «Предприниматель имеет в виду лишь свой собственный интерес,

преследует собственную выгоду, причем в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действенным способом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится служить им»*.

Современный рынок регулируется не только «невидимой рукой», но и государством.

Стимулирующая функция состоит в побуждении производителей к созданию новой продукции, необходимых товаров с наименьшими затратами и получением достаточной прибыли, стимулировании научно-технического прогресса и на его основе – интенсификации производства и эффективности функционирования всей экономики. Выполнение рынком стимулирующей функции очень важно для развития экономики. «Без давления рынка работники предприятия будут избирать директорами не лучших специалистов, а наиболее популярных и менее требовательных людей» (О.Шик), а в результате произойдет падение объемов производства и уровня индивидуального материального благосостояния.

Ценообразующая (или эквивалентная) функция – это установление ценностных эквивалентов для обменов продуктов. При этом рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство товаров с общественным эталоном, то есть соизмеряет затраты и результаты, выявляет ценность товара посредством определения не только количества затраченного труда, но и его пользы.

Контролирующая функция рынка выполняет роль главного контролера конечных результатов производства. На рынке выявляется, в какой мере нуждам покупателей соответствует не только количество, но и качество товаров и услуг.

Посредническая функция обеспечивает встречу экономически обособленных производителей и потребителей с целью обмена результатами труда. Без рынка невозможно определить, насколько взаимовыгодна та или иная экономическая и технологическая связь между участниками

общественного производства – Потребитель имеет возможность выбора оптимального продавца-поставщика, а продавец – наиболее подходящего покупателя.

Информационная функция дает участникам рынка через постоянно меняющиеся цены, процентные ставки на кредит объективную информацию о спросе и предложении товаров и услуг на рынке. Современный рынок превращается в «гигантский компьютер», собирающий и обрабатывающий огромные объемы информации и выдающий обобщенные данные о состоянии и условиях реализации товаров и услуг.

Функция экономичности предполагает сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат покупателей на покупку товаров) и соразмерности спроса населения с заработной платой.

Из сущности рынка и его функций логически вытекает и его роль в процессе общественного воспроизводства. Понятия «функция рынка» и «роль рынка» тесно связаны между собой. Функция и роль – это как бы ступени познания одного и того же объективного процесса. Функция непосредственно выражает сущность явления и определяет роль категории, которая ей соответствует.

Роль рынка в общественном производстве сводится к следующему:

- выдавать сигнал производству с помощью обратных «первичных» связей: что, в каком объеме и какой структуре следует производить,
- уравнивать спрос и предложение, обеспечивать сбалансированность экономики,
- дифференцировать доходы товаропроизводителей в соответствии с эффективностью их работы и нацеленностью на покрытие рыночного спроса.

«Санитарная» роль рынка сводится к вымыванию неконкурентоспособных предприятий и свертыванию устаревших производств.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель индивидуального проекта достигнута, поставленные задачи решены:

- рассмотрено понятие рынка,
- проанализирована характерные черты рыночного хозяйства,
- исследованы функции рынка.

Все существующие на сегодняшний день определения рынка верны, так как характеризуют те или иные стороны этого сложного экономического явления.

Рынок – сфера товарно-денежного обращения, превращения товара в деньги. Экономические реформы в России должны быть "настроены" на человека, на удовлетворение его потребностей, развитие его личности.

Рынок может существовать только при определенных условиях, к которым относятся: общественное разделение труда и специализация, отношения обмена результатами труда, свободный обмен ресурсами, экономическая обособленность субъектов рынка, которую, в свою очередь, можно осуществить лишь тогда, когда все они полностью независимы, автономны в принятии решений относительно того, что, как и для кого производить.

Сущность рынка находит свое отражение в его экономических функциях, выражающих основное назначение данной категории.

К основным функциям рынка относят ценообразующую, регулирующую, информационную, санирующую, посредническую функцию и функцию установления общественной значимости произведенного продукта и затрат труда.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Ахметова, Р.Г. Экономика: учебник для СПО / Р.Г. Ахметова. – М.: Юрайт, 2019. – 274 с.
- 2 Будрина, Е.В. Экономика: учебник для СПО / Е.В. Будрина. – М.: Юрайт, 2019. – 351 с.
- 3 Головачев, А.С. Экономика: учебник для СПО / А.С. Головачев. – М.: Юрайт, 2017. – 265 с.
- 4 Кирильчук, С.П. Экономика: учебник для СПО / С.П. Кирильчук. – М.: Юрайт, 2019. – 302 с.
- 5 Кнышова, Е.Н. Экономика: учебное пособие / Е.Н. Кнышова. – М.: Инфра-М, 2018. – 336 с.
- 6 Колышкина, А.В. Экономика: учебник для СПО / А.В. Колышкина. – М.: Юрайт, 2019. – 441 с.
- 7 Котляров, М.А. Экономика: учебное пособие / М.А. Котляров. – М.: Юрайт, 2019. – 297 с.
- 8 Розанова, Н.М. Экономика: учебное пособие / Н.М. Розанова. – М.: Юрайт, 2019. – 336 с.
- 9 Сергеев, И.В. Экономика: учебник для СПО/ И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. – М.: Юрайт, 2019. – 127 с.
- 10 Чалдаева, Л.А. Экономика: учебник для СПО / Л.А. Чалдаева. – М.: Юрайт, 2019. – 154 с.