

 СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc6747858)

[1 Экономическая сущность рынка 5](#_Toc6747859)

[1.1 Рыночный спрос: понятие, определяющие факторы. Закон спроса 5](#_Toc6747860)

[1.2 Рыночное предложение: понятие, определяющие факторы. Закон предложения 11](#_Toc6747861)

[1.3 Механизм функционирования спроса и предложения на рынке 15](#_Toc6747862)

[2 Проблемы рыночных отношений в Российской Федерации 18](#_Toc6747863)

[2.1 Особенности формирования спроса и предложения на российском рынке 18](#_Toc6747864)

[2.2 Функционирование рыночного механизма в России и развитых странах 22](#_Toc6747865)

[2.3 Причины государственного регулирования рыночных отношений, условия равновесия 26](#_Toc6747866)

[Заключение 32](#_Toc6747867)

[Список использованной литературы 34](#_Toc6747868)

 ВВЕДЕНИЕ

Рынок – один из главных элементов сложной системы хозяйствования, конкретная форма проявления и товарного обмена, и товарного обращения, совокупность экономических отношений между продавцами и покупателями в процессе купли-продажи товаров и услуг.

Данная тема курсовой работы является актуальной на сегодняшний день, так как жизнь общества непосредственно связана с рынком. Рассмотрение данной темы необходимо в силу того, что современная экономика развитых стран носит рыночный характер, который является наиболее эффективными гибким для решения основных экономических проблем и, вероятно, будет определять экономический облик будущего во всех странах мира.

Целью работы является исследование сущности рынка, его элементов и объяснение действия законов функционирования рынка в РФ.

 Поставленная цель определила решение следующих задач исследования:
– раскрыть сущность рынка и его составляющих элементов;
– изучить механизм функционирования спроса и предложения на рынке;
– выявить особенности формирования спроса и предложения на российском рынке;
– проанализировать функционирование рыночного механизма в Российской Федерации и развитых странах,
– исследовать причины государственного регулирования рыночных отношений.
 Объект исследования — рынок и его элементы.

Предмет исследования — экономические отношения субъектов рыночного механизма.
 Теоретической базой исследования в курсовой работе выступили основные теории, концепции и законы, раскрывающие сущность рынка.
 Эмпирическая база исследования включает в себя учебную литературу по экономической теории, статьи и публикации современных авторов, связанные с тематикой работы.

Методологической базой исследования послужили как общенаучные, а именно, историко-логический метод, метод научных абстракций, так и частные методы исследования, такие как наблюдение и сбор фактов, сравнение, анализ и синтез, графическое отражение данных.

Информационно-правовой базой выступили гражданский и налоговый кодексы РФ, Федеральные законы РФ.

Структура работы. Работа состоит из: введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

 1 Экономическая сущность рынка

 1.1 Рыночный спрос: понятие, определяющие факторы. Закон спроса

Рынок в своем развитии прошел огромный путь, продолжительность которого насчитывает более 30 тысяч лет. Весь исторический опыт развития человечества свидетельствует о том, что рыночный механизм – это великое детище цивилизации. В отличие от других научных и технических открытий, рынок — творение коллективного человеческого гения.

Первое и, пожалуй, самое обыденное понятие утверждало, что рынок – это площадь, публичное место купли-продажи товаров, т. е. благ и услуг. Наблюдались попытки ввести в понятие рынка фактор ценообразования. Так, например, А. Маршалл определяет рынок как всякий район, во всех пунктах которого в один и тот же момент платят за одни и те же товары одинаковую цену. Немного позже в понятие рынка ввели отношения между покупателями и продавцами и отношение спроса и предложения. В связи с этим появились следующие определения [2]:
– рынок – это механизм взаимодействия покупателей и продавцов;
– рынок – это система отношений между спросом и предложением;
– рынок – это совокупность отношений товарного обмена;
– рынок – это сфера обмена, которая связывает в единый механизм производителей и потребителей товаров.

В современном мире человеческие потребности безграничны, в то время как ресурсы очень даже ограничены. Проблемой использования ресурсов для удовлетворения материальных и духовных потребностей человечества занимается экономика. К сожалению, комплекс всех материальных потребностей общества намного превышает производительные возможности имеющихся ресурсов. В следствие чего очень сложно достигнуть материального изобилия.
На рынках, где присутствует совершенная конкуренция, как правило, всегда встречаются такие лица, как продавец и покупатель. И при их взаимодействии как раз-таки и определяется цена товара. При этом предусматриваются все затраты производителя или продавца на производство, хранение, транспортировку товара, его ценность и полезность для потребителей и многие другие факторы, которые влияют на цену.
Спрос и предложение – это два важнейших элемента функционирования рыночного механизма. В теории их можно рассматривать отдельно, но на практике они неразрывно связаны.

Ни для кого не секрет, что в рыночной экономике спрос определяет предложение. Но это не означает, что предложение играет менее значимую роль, чем спрос. Изучение предложения так же необходимо сегодня для правильного понимания и верного нахождения пути для решения проблем, возникающих у экономистов. Об этом мы поговорим чуть позже.

В настоящее время первоочередной задачей при функционировании предприятия является изучение спроса на рынке. Постоянное наблюдение за спросом и способность быстро реагировать на его малейшие изменения предполагают успешную работу предприятия и дальнейший его рост.

Сейчас для каждой фирмы наиболее важной задачей является не производство какой-либо продукции, а именно сбыт её на достойной конкурентной нише на рынке. В связи с этим большую роль в сфере рынка играют отделы маркетинга, которые занимаются вопросами, касающимися сбыта и реализации продукции. Специалисты данных отделов отлично знают, что такое спрос и благодаря чему он может измениться с течением времени.

Первое упоминание понятия спроса в экономической науке принадлежит английскому экономисту Альфред Маршаллу (1842 – 1924гг.).
Спрос является отражением потребностей людей в том или ином товаре, услуге, их желание приобрести их. Потребителей больше интересует не значимость товара, а товар по приемлемой цене. Также под спросом принято понимать то количество товаров и услуг, которое потребители готовы приобрести при данных ценах и в течение определенного времени.

Западная экономическая литература спросом называет то, что связывает покупаемые блага с теми, так скажем, "жертвами", которые приходится делать для приобретения данных благ. Поэтому разница между потребностями и спросом точно такая же, как между желаниями и возможностями. Имеется в виду, что желание на рынке должно быть подкреплено возможностью, то есть деньгами покупателя. Иначе говоря, спрос — это планы или намерения покупателя (потребителя) относительно покупки товара [7].

Устройство рынка позволяет удовлетворять только выраженные через спрос потребности. Помимо них в обществе существуют и такие потребности, которые невозможно измерить с помощью денег и превратить в спрос. В обществе, где развита рыночная экономика, большая часть потребностей удовлетворяется именно посредством реализации спроса. Рыночный спрос представляет собой сумму индивидуальных спросов, формирующихся на основе потребительского выбора.

Величина спроса зависит от множества факторов, определяющих его. Факторы, влияющие на спрос принято делить на ценовые и неценовые. Ценовым фактором является цена на товар, на взаимозаменяемые товарные аналоги, а также на дополнительные и смежные товары, которые расширяют функционал основного товара. Отличием неценовых факторов, которые так же воздействующие на величину спроса, является отсутствие такой тесной связи с ценой товара.

Под влиянием неценовых факторов спрос потребителей может двигаться как в сторону повышения его величины, так и в сторону снижения, при этом не завися от цены приобретаемого блага. Изменение неценовых факторов приводит к изменению самого спроса. Чаще всего к данному виду определяющих факторов относят:
1) Доходы потребителей.

В этом случае наблюдается прямая зависимость величины спроса от величины дохода. Чем выше доход потребителя, тем выше спрос. Но стоит учитывать, что при этом изменяется структура потребления, в связи с чем некоторые товары не подчиняются этой закономерности. Так, например, спрос на более дешевые, низкокачественные товары снижается, так как люди, в свое время покупающие эти товары из-за необходимости, теперь способны приобрести более дорогостоящие и уже качественные продукты. Товары, спрос на которые растет вместе с увеличением денежного дохода потребителей, называются нормальными товарами, или товарами высшей категории. А товары, спрос на которые изменяется в обратном направлении, называются товарами низшей категории.

2) Вкусы потребителя и мода.

На изменение вкусов и предпочтений потребителей большое влияние оказывает мода и реклама, это влечет за собой и соответствующее изменение спроса на товар. При росте потребительских предпочтений спрос на товар растет, при снижении – снижается. Данный фактор оказывает наибольшее влияние на товары, которые подвержены моде, то есть на одежду и обувь, и наименьшее – на товары длительного пользования. Технологические изменения в виде появления нового продукта, в свою очередь, тоже могут выступать одним из факторов изменения потребительских вкусов.

3) Количество потребителей.

Увеличение числа покупателей товара на рынке вызывает повышение спроса, уменьшение числа покупателей приводит к сокращению спроса. Количество потребителей может изменяться в связи с изменением численности населения, связанным с естественным приростом или миграциями. Несмотря на то, что число покупателей существенно влияет на спрос, это справедливо только для товаров, которые одинаково востребованы повсюду.

4) Ожидания потребителей относительно будущих цен и доходов.
Потребительские ожидания относительно будущих цен на товары, наличия товаров и будущего дохода, тоже способны изменить спрос. Повышение цен в будущем может заставить потребителей покупать здесь и сейчас, чтобы опередить это угрожающее их бюджету явление; и наоборот, ожидание падения цен и снижения доходов ведет к сокращению текущего спроса на товары.

5) Качество товаров.

Качество как один из параметров воздействия на потребительский спрос имеет принципиальное отличие от цены. Если предприятие изменит цену на свой товар, то конкуренты, сразу же могут предпринять ответные действия. По-другому будет обстоять дело, если фирма изменит качество своего товара, что воспримется покупателем как его улучшение. Конкуренты также быстро узнают об этом, но не смогут сразу же предпринять ответных действий, как это было в случае изменения цены. Товары, производимые ими, теперь обладают худшим качеством по сравнению с продукцией предприятия, улучшившего свой товар. В данном случае логичным ответным ходом будет улучшение качества своих товаров.

6) Цены заменителей и дополняющих товаров.

Цены на товары-заменители и дополняющие товары могут повлиять на изменение спроса на данный товар. Речь идет о ценах на взаимозаменяемые и взаимодополняющие друг друга товары. Взаимозаменяемыми товарами называются товары, которые своими потребительскими свойствами похожи и могут быть заменены друг другом. Например, чай и кофе в некотором смысле являются заменителями; с повышением цены на кофе увеличивается спрос на чай. Стало быть, между ценой на один из взаимозаменяемых товаров и спросом на другой существует прямая зависимость. Взаимодополняющими товарами называются товары, которые не могут быть использованы друг без друга (бензин и автомобиль, фотоаппарат и фотопленка,). Здесь присутствует обратная зависимость между ценой на один товар и спросом на другой.

Процессу обмена товаров на конкурентном рынке свойственный свои законы. Одним из важнейших законов, который управляет процессом товарообмена и ценообразования на рынке, выступает всем известный закон спроса. Своеобразие закона спроса заключается в обратной зависимости между ценой и количеством покупаемого товара. То есть, чем выше цена продукта, тем меньшее количество этого товара будет куплено потребителями. И наоборот, если цена снижается, то количество покупок данного товара возрастает. Когда количество данного товара на рынке возрастает, то при прочих равных условиях его продажа возможна лишь при снижении цены. Малейший дефицит привычных для покупателей товаров на рынках вызовет стремление повышения их цен.

Закон спроса выявляет еще одну важную особенность, а именно - постепенное убывание спроса покупателей. Это означает, что снижение числа покупок данного товара происходит не только из-за роста цены, но и вследствие насыщения потребностей. Увеличение числа покупок одного и того же товара, как правило, осуществляется потребителями в результате падения его цены. Однако полезный эффект от такого наращения имеет известный предел, по мере наступления которого даже при понижательной тенденции цен закупки товара снижаются. Эта особенность закона спроса находит выражение в сокращающейся полезности каждой дополнительной покупки одноименного товара. Для покупателя становится все более очевидным снижение полезного потребительского эффекта от дополнительных затрат на эти закупки, и убывание спроса происходит, несмотря на падение цены.

Таким образом, закон спроса описывает две важные особенности рынка [12]:
– обратную зависимость между ценой и покупаемым количеством товаров;
– постепенное убывание спроса на любой обмениваемый на рынке товар.
Из всего вышенаписанного можно отметить, что спрос отражает не только нужность товара для покупателя, но и способность последнего его оплатить. Тем самым спрос отражает покупательную способность субъекта спроса.

1.2 Рыночное предложение: понятие, определяющие факторы. Закон предложения

Еще одной важной составляющей рыночного механизма выступает рыночное предложение. Рыночное предложение является обобщающим термином, который описывает поведение как фактических, так и потенциальных производителей, и продавцов какого-либо товара или услуг. Если говорить другими словами, то рыночное предложение можно определить, как желание и способность производителя продать свой продукт или услугу на определенных условиях, то есть по конкретной цене и в установленный промежуток времени.

Способность предоставлять товары тесно связана с использованием ограниченных ресурсов, вследствие чего данная способность не настолько велика, чтобы удовлетворить потребности каждого члена общества, ведь совокупные потребности, как известно, безграничны.

Предложение также можно рассматривать как минимальную цену, по которой фирма согласна продавать свою продукцию, в надежде компенсировать затраты, которые ушли на её производство.

Очень важно понимать и находить отличия объема предложения от объема продаж. Стремление производителей реализовать на рынке свои блага означает, что они на самом деле в силе произвести и поставить на рынок предлагаемое количество товаров и услуг, но с одним условием, должно присутствовать достаточное количество покупателей, которые желают приобрести данные товары и услуги.

В экономике различают индивидуальное и рыночное предложение. Индивидуальное предложение - предложение отдельного производителя, а рыночное предложение - совокупность индивидуальных предложений данного товара, то есть сумма предложений одного и того же товара разными производителями по каждой возможной цене [8].

Обладая знаниями о понятии термина рыночное предложение можно ответить на простой вопрос, что же всё-таки определяет количество товаров или услуг, которое производители и продавцы будут готовы предложить на рынок. Их сбытовая и ценовая политика зависит от некоторых целей, главной из которых является получение максимально возможной прибыли. Рассматривая данное определение, нельзя не упомянуть понятие цена предложения. Ценой предложения принято называть это прогнозная минимальная цена, по которой производитель или продавец согласен продать некоторое количество данного товара.

Говоря о рыночном предложении, стоит рассмотреть факторы, которые определяют его. Такими факторами служат:

1) Цена на ресурсы. Предположим, что производители стали закупать для производства своей продукции более дешевое сырье. Так как покупка этого сырья стала требовать меньше затрат, то при прежних ценах на выпускаемые изделия, производители с разным первоначальным уровнем затрат будут иметь возможность произвести больше продукции.

 2) Изменение в технологии производства. Вследствие замены ручного труда машинами, произойдет увеличение производительности труда, что повлечет за собой рост предложения.

3) Налоги и дотации. Производители за увеличением налогов видят рост издержек производства. Полагается, что чрезмерное увеличение налогов на прибыль может привести к сокращению производства, так как сделает его менее выгодным. Под дотациями понимают денежные средства, которые выделяются из местного и государственного бюджетов для оказания финансовой поддержки. Выплата дотаций зачастую осуществляется с целью стимулирования производства либо отдельного товара, либо производства в определенных районах страны. То есть осуществляется поддержка тех секторов экономики, которые выгодны стране. Дотации заставляют расти величину предложения.

4) Цена на другие товары. Если же цены на определенный товар растут, то производитель получает еще больше заинтересованности в том, чтобы произвести его данный товар, так как за этим стоит извлечение большей прибыли.

5) Ожидания производителя. Ожидание изменения цены товара тоже оказывают влияние на желание производителя поставлять продукт на рынок. Имеют место быть два случая. Ожидание изменения цены в краткосрочный период и долгосрочный. В первом случае может наблюдаться сокращение величины предложения за счет того, что выгода, полученная предпринимателем, будет минимальной. Во втором следует отметить, что небольшая инфляция будет стимулировать рост производства, так как повышение цен влечет за собой получение фирмами большей прибыли.

6) Число продавцов. По мере вхождения в отрасль большего количества фирм, величина предложения возрастает. Следовательно, чем меньше количество фирм в отрасли, тем меньше рыночное предложение.

Закон предложения гласит, что при прочих равных условиях между ценой товара и величиной предложения наблюдается прямая зависимость. Это означает следующее: чем выше цена, тем больше величина предложения; чем ниже цена, тем меньше величина предложения

Чем же объясняется действие закона предложения? Чтобы ответить на поставленный вопрос, а именно обосновать достоверность закона предложения, мы можем представить некоторые аргументы. Во-первых, когда цена на товар растет, производители, которые заинтересованы в увеличении своей прибыли, в любом случае начнут расширять свое производство. К тому же, в отрасль, где повышаются цены, устремятся и предприниматели из других отраслей, при этом исключающие свои капиталы из менее прибыльного дела. Открытие новых предприятий еще больше увеличит объем предложения. Во-вторых, рост объема предложения связан с ростом цены товара потому, что на производство каждой дополнительной единицы товара требуются дополнительные затраты. Таким образом, дополнительная продукция будет производиться в том случае, если будет расти цена товара. Расширение производства может продолжаться до той поры, пока дополнительные затраты не превысят дополнительный доход, который извлечен от производства еще одной, дополнительной, единицы продукции [12].

Рассмотрев сущность понятия рыночного предложения и изучив закон его функционирования, можем отметить, что предложение - это количество товаров или услуг, предложенное для реализации на рынки, или которое в данное время и в данном месте могут получить люди, желающие их купить

1.3 Механизм функционирования спроса и предложения на рынке

Рыночная система обладает внутренним порядком, подчиняется определенным законам, способам саморегулирования и эффективно функционирует. Рыночный механизм представляет собой механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка. Взаимодействие спроса и предложения и их координация осуществляются на основе конкуренции и ценового механизма. Под влиянием конкуренции предложение и спрос движутся к формированию рыночного равновесия и равновесной цены.

В случаях, когда интересы потребителей и производителей совпадают, достигается рыночное равновесие. Такое равновесие можно определить как ситуацию на рынке, когда величины спроса и предложения совпадают или эквивалентны при приемлемой для обеих сторон цене. Экономический смысл рыночного равновесия заключается в том, что данное равновесие в полной мере отражает единство продавцов и покупателей, равенство их возможностей и желаний. Равновесие – важный элемент для каждого конкурентного рынка. Благодаря равновесию на товарном рынке поддерживается равновесие экономической системы в целом [20].

При увеличении или уменьшении величины спроса и/или предложения замечаются изменения в равновесных количествах товаров и равновесных ценах. В результате взаимодействия спроса и предложения или цены спроса и цены предложения устанавливается рыночная цена. Рыночная цена — фактическая цена, определяющаяся в соответствии со спросом и предложением товаров. Еще одним важным элементом для рынка является равновесная цена — цена, характеризующаяся соответствием количества товаров и услуг, которые желают приобрести потребители, и количеством товаров и услуг, которые производители желают предложить. Равновесная цена вызывает равенство спроса и предложения. Это цена, при отсутствует как дефицит, так и избыток товаров и услуг; цена, которая не обнаруживает тенденцию к росту или снижению. При равновесной цене рынок стабилен, и эта стабильность будет сохраняться, если и продавцы, и покупатели будут строить свои планы исходя из данной цены. Если рыночная цена ниже равновесной цены, то возникает дефицит, для которого характерно превышение величины спроса над величиной предложения. Если же рыночная цена выше цены равновесия, возникает избыток товаров, при котором объем предложения превышает объем спроса. Если рыночная цена выше равновесной, это приводит к неудовлетворенности продавцов, поскольку появляются излишки производства. Занижение цены, наоборот, ведет к образованию дефицита и неудовлетворенности уже потребителей.

Взаимодействие спроса и предложение можно изобразить графически (рисунок 1).

На представленном рисунке показано, что рыночной равновесной ценой является точка пересечения кривых спроса и предложения, которая считается и точкой равновесия (точка Е), отражающей равенство объема спроса и объема предложения.



**Рис.1** Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие и равновесная цена [12] .
Таким образом, можно заметить, что предложение и спрос взаимосвязаны, они работают вместе и одновременно. Их взаимодействие определяет равновесную цену товара, в результате чего достигается рыночное равновесие, которое означает, что все рыночные составляющие сбалансированы. Посредством взаимодействия спроса и предложения рынок отвечает на вопросы, как и для кого производить те или иные товары и услуги.

2 Проблемы рыночных отношений в Российской Федерации

2.1 Особенности формирования спроса и предложения на российском рынке

Россия встала на путь рыночного развития вместе с распадом Советского Союза. Именно с тех времен, а именно с 1990-х годов начала формироваться история развития потребительского спроса в российской экономике. В условиях перехода к рыночной экономике поведение потребителей в России имело свои особенности. В конце 1980-х годов потребление было несколько ограниченно. Его главной проблемой являлась сама возможность найти и приобрести товар, который интересует потребителя. Такое положение вызвало высокий спрос на импортную продукцию [27]. Наряду с проведением рыночных преобразований произошли и существенные изменения в потреблении. Стало увеличиваться количество продавцов на рынке, а вместе с ними и ассортимент предлагаемой продукции.

Однако, всем известные, кризисные 1990-е годы были отмечены очень низкими уровнями дохода, как реального, так и номинального. Натуральное отоваривание, бартер и задержки зарплат – то, что являлось важной проблемой миллионов людей. На сегодняшний день на российском рынке наблюдается немного иная ситуация. Активно развивается рыночная конкуренции, а также присутствует большое количество продавцов, имеющих возможность предложить обществу всевозможные виды экономических благ. Быстрыми темпами формируются экспортно-импортные отношения. Все это предопределяет особенности потребительского спроса в современной России [26].

Сегодня на отечественном рынке отсутствует как дефицит, так и диктатура продавца, вместо этого потребители свободно могут осуществить свое право на выбор. В результате чего у населения появляется чувство потребительской полноценности. На рынке имеется множество импортной продукции.

Современная рыночная экономика характеризуется наличием множества товаров-конкурентов. Это значит, что без использования рыночных механизмов формирования потребительского спроса фирмы не смогут противостоять конкуренции и потерпят крах. Однако на данный момент не имеется комплексных исследований, которые занимаются вопросам формирования и активизации потребительского спроса на российском рынке товаров потребления. Более того, анализ сегодняшних некоторых научных разработок, прежде всего исследования в сфере рекламы как механизма активизации потребительского спроса в современной экономике России, позволяет утверждать, что многие вопросы являются, можно сказать, неизученными. Но так или иначе, практическая сторона данного процесса развивается довольно-таки быстро, но при этом остается в стороне комплексный анализ активизации потребительского спроса. В связи с этим остановимся на ряде выявленных методов формирования и регулирования потребительского спроса, применяемых предпринимателями в условиях современной российской экономики.

Одним из важных активаторов потребительского спроса можно считать рекламу. Реклама заключает в себе информационную и стимулирующую функции. Информационную функцию сложно сформировать в теневой механизм, не считая рекламу запрещенных товаров. Стимулирующая функция находит свое отражение в применяемых различными хозяйствующими субъектами теневых механизмах формирования потребительского спроса. Еще одним эффективным активатором является ценовой метод активизации. Установление цены, которая будет ниже сложившейся ранее, является весомым стимулом для увеличения величины спроса на данный товар. Характерно также установление престижных цен.

В последнее время существует тенденция расширения ассортимента престижных товаров. Они обладают люксовым уровнем качества. В отношении подобных товаров уместно устанавливать цены повыше. Это будет служить мощным стимулом для покупателей, рассчитывающих на демонстрационный эффект приобретенного товара, и послужит основой еще более высокого уровня продаж.

Также положительно на величину потребительского спроса влияет повышение уровня доходов населения. Чем выше этот уровень, тем больший спрос на товары и услуги [25]. Расширение потребительского спроса в России имеет и ряд ограничений. Ключевым фактором, который тормозит расширение потребительского спроса на российском рынке, являются также доходы потребителей, но уже низкие, которые не позволяют населению приобрести нужную им продукцию. Еще одним регулятором спроса выступает уровень бедности в стране и высокая дифференциация населения по уровням доходов и условиям жизни. Стоит отметить, что преодоление таких разрывов и несправедливостей в полной мере способно привести к расширению потребительского спроса.

Сдерживает развитие потребительского рынка и ориентация потребительского спроса на товары, произведенные за рубежом, а также низкая конкурентоспособность многих отраслей российского потребительского комплекса. И высокие налоги относятся к факторам, тормозящим расширение потребительского спроса. Есть необходимость в совершенствовании налоговой системы, при которой за счет снижения налоговых ставок выросли бы доходы населения, что позволило бы больше потреблять. Для снятия ограничений расширения потребительского спроса государству и отдельным предприятиям стоит проводить анализ состояния потребительского спроса в России и разрабатывать механизмы, целые комплексы мероприятий, которые позволят его активизировать.

Что касается формирования предложения на российском рынке. В условиях перехода к рыночной экономике формирование товарного предложения на отечественном рынке товаров претерпело так же, как и спрос, существенное изменение. Этот переходный период можно охарактеризовать преобладанием в структуре товарных ресурсов импортных товаров, то есть постепенным вытеснением отечественных товаропроизводителей с внутреннего рынка России. Товарное предложение непродовольственных товаров на региональном рынке формируется на 65—70% за счет импортных товаров [10]. Сегодня торговые агенты и покупатели отмечают низкую конкурентоспособность отечественных непродовольственных товаров по сравнению с импортными, их достаточно высокие цены при среднем уровне качества и многое другое. Однако в структуре товарного предложения на рынке продовольственных товаров увеличивается доля отечественных производителей. Большая часть покупателей отдает предпочтение покупке отечественных продуктов питания, оценивая в полной мере их качество, экологическую безопасность и относительно низкие цены.

С одной стороны, за счёт увеличения поступления потребительских товаров из-за рубежа усиливается конкуренция на потребительском рынке, что, кстати, стимулирует повышение уровня качества и расширение ассортимента. Это также способствует насыщению рынка и ликвидации дефицита по многим видам товаров. Помимо всего, увеличение импорта приводит к тому, что на потребительском рынке России наряду с традиционными товарами, появляются новые для наших потребителей товары. В результате происходит формирование покупательского спроса.

С другой стороны, в результате вытеснения с рынка отечественных товаров, российские производители должны значительно сокращать объемы своего производства, что влечет за собой сокращение числа занятых в хозяйстве, падение уровня денежных доходов населения, и в результате чего рынок сталкивается с ограничением покупательского спроса

Сила импорта указывает на отсталость отдельных отраслей российской экономики, прежде всего легкой промышленности, производства товаров длительного пользования. Анализируя целую структуру импорта потребительских товаров, можно определить приоритеты развития производства данных товаров в нашей стране. На современном этапе развития экономики страны приоритетными направлениями является насыщение внутреннего рынка отечественными конкурентоспособными товарами и постепенное вытеснение импортных товаров с доведением доли импорта до 10—15%. Это необходимо произвести для того, чтобы не только обеспечить экономическую безопасность страны, но и снизить уровень безработицы, поспособствовать росту доходов как потребителей, так и производителей.

Немаловажную роль в развитии отечественного потребительского рынка играет и торговля, которая призвана воздействовать на производство на основе изучения покупательских предпочтений и спроса. Торговля должна не только изучать, но при этом и осуществлять формирование покупательского спроса на новые потребительские товары, появляющиеся на рынке. Местные органы власти могут снизить ставки местных налогов, в частности, по налогу на прибыль для того, чтобы стимулировать деятельность предприятия розничной торговли, которое реализуют отечественные потребительские товары [11].
 Вышеуказанные мероприятия могут активно способствовать развитию рынка отечественных потребительских товаров и постепенному вытеснению импортных товаров с внутреннего рынка страны.

 2.2 Функционирование рыночного механизма в России и развитых странах

Рыночная экономика России начала формироваться еще в 1990-х годах, что явилось закономерным следствием распада СССР и недопустимости командно-административной системы к специфичности нового государства. На сегодняшний день значимыми проблемами механизма рынка Российской Федерации являются:

- монополизм, как естественный, так и другие виды монополий

В качестве примера естественного монополизма можно взять государственную компанию «Российские автомобильные дороги» («ГК Автодор»), данная компания является государственной монополией на заказ проектирования, строительства, реконструкции и эксплуатации федеральных автомагистралей. Эта организация обслуживает дороги федерального значения. Функционирует на основании федерального закона №145-ФЗ от 17.07.2009 года «О Государственной компании «Российские автомобильные дороги» и о внесении в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Искусственный монополизм со стороны государства можно проследить в поддержке отечественного автопрома: создаются высокие пошлины на ввоз автомобилей зарубежных марок, что ведет к повышению конкурентоспособности отечественного производителя.

– моноориентированность экономики (вся экономика России ориентируется на производство или предоставление одного вида товара или услуги – нефтепродукты и газопродукты);

– для рыночной экономики характерно расслоение общества, олигархия и несправедливое распределение ресурсов (в наше время 90% «богатств» России находятся в руках у 10% общества, что влечет неразумное использование экономических ресурсов, вывод денег из экономики Российской Федерации);
– бюрократическая нагруженность экономики.

Множество необходимой документации при регистрации бизнеса и при его ведении, а также сложность бухгалтерского и налогового учета отражается на себестоимости конечной продукции, понижая ее конкурентоспособность. Чтобы открыть фирму нужно оформить регистрацию в налоговой службе, предоставив заявление о регистрации, нотариально заверенный устав, заявление на получение юридического адреса, образцы печати, подписи, заявление в банк об открытии счета и многое другое. В европейских странах всё гораздо проще. Для того, чтоб открыть свой бизнес, требуется заполнить лишь заявление, а в некоторых странах данная процедура носит уведомительный характер.

К сожалению, существует еще немалое количество прочих негативных влияний на российскую экономику, которые осложняют экономическую деятельность. Например, инфляция, слабая развитость биржевой торговли, несовершенный механизм банковского дела.

Но, стоит отметить, что в рыночном механизме России имеются и положительные стороны:

– дифференциация налоговой нагрузки

В зависимости от деятельности предприятия создается налоговая база. В 2014 году производственные и инновационные предприятия обретали преимущества по средствам понижения налоговой нагрузки. В соответствии с законами №313-ФЗ от 29.11.2010 года и №212-ФЗ от 24.07.2009 года, №272-ФЗ от 16.10.2010 года, который привносит поправки в предшествующую редакцию закона «О страховых взносах», величина прямых социальных выплат составляла 34% от заработной платы, а для предприятий, функционирующих в сфере IT, нанотехнологий и прочих инновационных производств ставка составляла 14%.

В 2019 году организации и индивидуальные предприниматели, которые имеют в подчинении наемных работников, в общем случае выплачивают следующие страховые взносы [31]:

22% составляют отчисления в ПФР;

2,9% – это страховые взносы в ФСС;

5,1% направляются в ФОМС.
- упрощенная система налогообложения

В Российской Федерации УСН вводилась постепенно с 1998 года. УСН направлена на снижение налоговой нагрузки на лица малого и среднего бизнеса, на облегчение и упрощение ведения налогового и бухгалтерского учета.

Статьей 346.20 Налогового кодекса РФ в 2019 году определяются следующие ставки по налогу, взимаемому в связи с использованием упрощенной системы налогообложения:

– налогоплательщики на УСН (доходы) оплачивают налог по ставке 6%, а на УСН (доходы минус расходы) – по ставке 15%.
 В регионах эти ставки могут быть снижены, соответственно, до 1 и до 5 процентов.

– свобода частной торговли.

Под свободой понимается, например, отсутствие барьеров для ведения мелкорозничной торговли товарами народного потребления.

Как можно заметить в экономике России недостатков всё же немного больше, чем преимуществ. Это связано с несовершенством законодательства, частичным отсутствием экономической ответственности. По мере своих сил Правительство России активно борется с данными недостатками.

Рассмотрим американскую модель рыночной экономики. Данная модель в глазах многих экспертов построена на рыночных механизмах саморегулирования экономики, где заключена низкая доля государственной собственности и незначительное вмешательство его в процесс производства товаров и услуг. Но, стоит отметить, что важнейшей чертой современной американской экономики является возросшее вмешательство в нее государства. Существуют четыре главных направления вмешательства:

– обеспечение общественных услуг путем найма рабочей силы,

– перераспределение дохода через налоговую систему и систему трансферных платежей (доля трансферных платежей в ВВП увеличивалась составила почти 15% в 1983 году и сегодня она составляет более 12%),

– вмешательство в частный рынок с целью обеспечения конкуренции, либо для ограничения ее разрушающих сил

– макроэкономическое регулирование денежно-кредитной сферы через Федеральную Резервную систему.

Таким образом, рыночная система США позволила создать простор для быстрого развития рыночной экономики по образцам Западной Европы, начиная еще с конца 18 века. Экономическая свобода дала возможность быстро образовывать и развивать рыночные институты, обеспечить значительный рост ВНП и вместе с тем высокий уровень удовлетворения потребностей. Если в Западной Европе этот процесс занял около 800 лет, то в США, примерно, 200 лет.
Ко всему вышеизложенному следует добавить, что главными достоинствами американской модели считаются:

– большая гибкость экономического механизма, которая ориентируется на меняющуюся конъюнктуру рынка;
 – высокая степень предпринимательской активности и ориентации на нововведения.

Ставка федерального подоходного налога в США варьируется от 15 до 39%, в зависимости от размера прибыли.

Таким образом, можно заметить, что рыночная экономика России в некоторой степени находится только в начале своего развития, и ей есть чему еще поучиться у стран Запада.

2.3 Причины государственного регулирования рыночных отношений. Условия равновесия

В истории экономики очень часто происходили дискуссии о степени вмешательства государства в экономику. «За» — выступали меркантилисты, а отстаивали «экономическую свобод» представители классической школы политэкономии.

Государственное регулирование призвано обеспечить действенное функционирование экономической системы государства, что заключается во взаимодействии всех сфер [21].

Рыночная экономика является нестабильной и иногда непредсказуемой, именно поэтому очень важно государству распределить обязанности и взять на себя часть обязательств по регулированию рынка, поскольку не только государство воздействует на экономику, но и экономика оказывает влияние на государство. Государство должно выступать инициатором создания благоприятных условий функционирования предпринимательской деятельности и в первую очередь обеспечивать рынок необходимой информацией, а также создавать условия для развития свободной конкуренции, перераспределять материальные блага и устранять отрицательные последствия деятельности некоторых предпринимателей [5].

Проблемы, связанные с государственным регулированием экономики и методами государственного вмешательства в рыночные отношения, часто обсуждаются на страницах юридической и экономической печати.
В России построение рынка явилось целью радикальных экономических преобразований последних лет. Отказ от тотального регулирования со стороны государства, появление новых экономических отношений на основе рынка, признание частной собственности и свободы предпринимательской деятельности — всё то, способствовало становлению и активному развитию частного права в Российской Федерации.

Основными нормативно-правовыми актами, определяющими государственное регулирование экономики в России являются:

– Гражданский Кодекс РФ,

– Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей", который регулирует процедуру государственной регистрации субъектов предпринимательства.

– Закон РФ от 22 марта 1991 г. № 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках".

– Федеральный закон от 8 августа 2001 г. "О лицензировании отдельных видов деятельности" № 128-ФЗ, который устанавливает перечень видов деятельности, которые подлежат лицензированию и осуществление которых возможно только после получения соответствующей лицензии в установленном законом порядке.

– ст. 8, 34 Конституции РФ содержит в себе разъяснение о том, что в Российской Федерации гарантируется поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности, не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию. Основным законодательным актом, регулирующим данные отношения, является Закон РФ от 22 марта 1991 г. № 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках",

– Федеральный закон от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ "О естественных монополиях", регулирующий отношения, которые связаны с деятельностью естественных монополий.

– Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. N 164-ФЗ "О государственном регулировании внешнеторговой деятельности", разрешающий государственную монополию на экспорт и (или) импорт товаров, перечни которых утверждаются федеральными законами.

– Основным законодательным актом, регулирующим отношения с участием потребителей в Российской Федерации, является Закон РФ "О защите прав потребителей".

– Закон от 2 декабря 1994 г. № 53-ФЗ "О закупках и поставках сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия для государственных нужд", от 13 декабря 1994 г. № 60-ФЗ "О поставках продукции для федеральных государственных нужд", от 29 декабря 1994 г. № 79-ФЗ "О государственном материальном резерве", от 27 октября 1995 г. № 213-ФЗ "О государственном оборонном заказе", - закрепляют особый порядок заключения и исполнения договоров, которые предусматривают удовлетворение государственных нужд.

– Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ. "О валютном регулировании и валютном контроле" - акт, регулирующий операции с иностранной валютой на территории Российской Федерации,

– Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ "О техническом регулировании", - контроль государства в сфере стандартизации и сертификации, установление требований к качеству, которым должны отвечать продукция, работы и услуги.

Определение направлений государственного регулирования и методов государственного вмешательства в экономику и на сегодняшний день является главной задачей в части формирования баланса публичных и частных интересов при регулировании экономических отношений.

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации разработана в соответствии с поручением Президента Российской Федерации по итогам заседания Государственного совета Российской Федерации, которое состоялось 21 июля 2006 г., и утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р

Решение поставленных в Концепции задач состоит в переходе экономики России от экспортно-сырьевого к инновационному социально-ориентированному типу развития, что позволит расширить конкурентный потенциал российской экономики за счет наращивания ее сравнительных преимуществ в образовании, науке и высоких технологиях и, основываясь на этом, задействовать новые источники экономического роста и повышения благосостояния.

С целью установления равновесия в экономике и перехода к инновационному социально ориентированному развитию государство должно руководствоваться следующими принципами:

– создание условий для свободы предпринимательства и конкуренции, развитие механизмов саморегулирования;

– снижение административных барьеров в экономике;

– создание условий для массового формирования новых частных компаний во всех отраслях экономики, работа по повышению общественного статуса и значимости предпринимательства и собственности;

– исключение чрезмерного государственного регулирования экономики и переход преимущественно к косвенным методам регулирования экономических процессов;

– пошаговое сокращение участия государства в управлении собственностью в конкурентных отраслях экономики путем применения приватизационных процедур, которые основаны на принципах рыночной оценки, равного доступа к имуществу и открытости деятельности органов государственной власти;

– концентрация государственного предпринимательства в отраслях, которые связаны с обеспечением обороноспособности и национальной безопасности, развитием инфраструктуры, обеспечение равных условий конкуренции в тех секторах, где функционируют и частные компании;

– поддержание макроэкономической стабильности, последовательное снижение уровня инфляции;

– развитие частно-государственного партнерства, направленного на снижение предпринимательских и инвестиционных рисков;

– поддержка инициатив бизнеса по участию в развитии социальной сферы и человеческого капитала;

– поддержка российских компаний на внешних рынках при соблюдении норм международного права и обязательств Российской Федерации в данной области, защита интересов российского бизнеса в случае нарушения его прав в иностранных государствах;

– расширение участия предпринимательского сообщества в подготовке решений органов государственной власти, связанных с регулированием экономики.

Обеспечение экономического роста во многом зависит государственного воздействия на все стороны экономического развития страны. Активность государства в решении сложных задач обеспечения экономического роста должна быть значительно повышена и направлена на реализацию имеющегося потенциала роста российской экономики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ рынка и законов его функционирования в достаточной мере позволил достигнуть цели исследования и выполнить задачи, поставленные перед ним. В результате проведенного нами исследования можно сделать выводы:

Состояние рыночной экономики, уровень и механизм ее развития описываются при помощи таких базовых понятий, как спрос и предложение.
Развитие спроса определяется законом спроса. Суть которого заключается в обратной зависимости между ценами и количеством товаров и услуг.

Закон предложения гласит, что при прочих равных условиях между ценой товара и величиной предложения наблюдается прямая зависимость.

Спрос и предложение складываются под воздействием множества факторов, которые определяют их величину. Эти факторы делятся на ценовые и неценовые.

Любое изменение спроса и предложения автоматически включает стихийный механизм поиска равновесных рыночных цен, то есть равновесия производства и потребления, что и создает сбалансированность экономики. При рассмотрении российского рынка мы выявили особенности формирования спроса и предложения и пришли к выводу, что рынку России есть куда стремиться.

Стране стоит уделить особое внимание информационной сфере и стратегии развития отечественного рынка, чтобы в будущем исключить зависимость от импорта.

Проанализировав функционирование рыночного механизма в России, можно отметить, что на сегодняшний день наша страна, по сравнению с Западом, не так близка к идеалу рыночного механизма. Как государству, так и предпринимателям есть над чем работать.

Исследуя государственное регулирование рыночных отношений, мы выяснили, что государственное вмешательство в экономику должно соблюдать допустимые пределы. Если государство, пусть даже руководствуясь исключительно благими намерениями, переступает этот предел, то происходит деформация рыночного механизма. Необходимо всегда искать равновесие, которое устанавливается с помощью наличия смешанной системы, образующейся путем взаимодействия саморегулирующегося рынка и государственного регулирования.

 Список использованной литературы

1.Гражданский кодекс РФ
2. Налоговый кодекс РФ
3. Федеральные законы
4. Анурин В.; Евтушенко, Е.; Муромкина, И. Маркетинговые исследования потребительского рынка; СПб: Питер - М., 2017. —272 c.
5. Артамонов В.С., Попов А.И., Иванов С.А. и др. Экономическая теория: Учебник для вузов. - СПб.: Питер, 2016. — 528 с.
6. Базылев Н. И. Макроэкономика / Н.И. Базылев. - М.: Современная школа, 2017. — 288 c.
7. Балаева О. Н. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития//Мировая экономика и международные отношения. – 2018. – 23-28с.
8. Бережнова К. И., Хо Т. Х. Государственное регулирование рыночной экономики и право // Молодой ученый. — 2016. — №9. — 821-823с.
9. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика: учебник для вузов, 4-е изд. Стандарт третьего поколения. - СПб.: Питер, 2015. — 346-348с.
10. Гукасьян Г. М., Маховикова Г. А., Амосова В.В. Экономическая теория: Учебник и практикум. — М.: Юрайт, 2015. — 573с
11. Давыденко Л.Н., Базылева А. И., Дичковский, А. А. и др.. Экономическая теория: Учеб. пособие Л. Н. Давыденко, А. И. Базылева, А. А. Дичковский и др.; Под общ. ред. Л. Н. Давыденко. — Мн.: Выш. шк.,2017. — 366 с.
12. Елецкий Н.Д. ОСНОВЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИИ. Учебное пособие для экономических вузов и специальностей, 2016, — 245с
13. Кобзева Т. Я., Ястин М. Д. Современный взгляд на проблемы спроса и предложения российского рынка // Молодой ученый. — 2018. — №21. — 397-402с.
14. Кондратьева К. В. Состояние и перспективы развития розничной торговли в России // Молодой ученый. — 2018. — №50. — 150-153с.
15. Кочетков А.А. Экономическая теория: Учебник для бакалавров / А.А. Кочетков. - М.: Дашков и К, 2017. — 696с
16.Лившицин А.Я. Введение в рыночную экономику /Под ред. Никулиной И.Н. –М.: Высшая школа, 2015. — 42-49с.
17. Маховикова Г. А. Экономическая теория: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. А. Маховикова, Г. М. Гукасьян, В. В. Амосова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2016. — 443 с
18. Николаева И.П. Экономическая теория: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. И.П. Николаевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — M.: ЮНИТИ-ДАНА,2017. - 527с.
19. Носова С.С. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ. Элементарный курс: Учебное пособие. Москва: КНОРУС, 2016, — 520 с.
20. Савелло Л. Л., Иванова М. А., Карташов Б. А., Андреев Г. Н. Микроэкономика. Основы теории рыночной экономики: Учеб. пособие / Под ред. Л. С. Шаховской / ВолгГТУ. Волгоград. 2017. – 76 с.
21 Салихов Б.В. Экономическая теория: Учебник / Б.В. Салихов. - М.: Дашков и К, 2016. — 724 c
22. Сутырин С.Ф. ВТО. Механизм взаимодействия национальных экономик. Угрозы и возможности в условиях выхода на международный рынок; Эксмо - М., 2018. – 400 c.
23. Череданова Л.Н. Основы экономики и предпринимательства: Учебник для учащихся учреждений нач. проф. образования / Л.Н. Череданова. - М.: ИЦ Академия, 2017. — 224 c.
24. Государственное регулирование экономики. URL: [https://answr.pro/articles/325-gosudarstvennoe-reguli.](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%253A%252F%252Fanswr.pro%252Farticles%252F325-gosudarstvennoe-reguli.).
25. Инструменты государственного регулирования экономики России URL: [http://www.macro-econom.ru/economs-352-1.html](https://vk.com/away.php?utf=1&to=http%253A%252F%252Fwww.macro-econom.ru%252Feconoms-352-1.html)26. Потребительский рынок России. Как стимулировать спрос? URL: [https://tass.ru/pmef-2017/articles/4270939](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%253A%252F%252Ftass.ru%252Fpmef-2017%252Farticles%252F4270939)27. Потребительский спрос в России URL: [https://spravochnick.ru/ekonomika/spros/potrebitelski.](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%253A%252F%252Fspravochnick.ru%252Fekonomika%252Fspros%252Fpotrebitelski.).
28. Потребности общества и экономика URL: [http://studyspace.ru/ekonomicheskaya-teoriya/potrebno..](https://vk.com/away.php?utf=1&to=http%253A%252F%252Fstudyspace.ru%252Fekonomicheskaya-teoriya%252Fpotrebnosti-obschestva-i-ekonomika-4.html)29. Регулирование и рыночная власть URL:  [https://economy-ru.info/info/47280/](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%253A%252F%252Feconomy-ru.info%252Finfo%252F47280%252F)30. Рыночный механизм URL: [https://economy-ru.info/info/21319/](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%253A%252F%252Feconomy-ru.info%252Finfo%252F21319%252F)

