

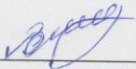
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет

Кафедра теоретической экономики

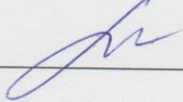
КУРСОВАЯ РАБОТА НА ТЕМУ:

РЫНОК: СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ИХ ЗАКОНЫ

Работу выполнила  07.06.21 В.А. Тыртычная
(подпись, дата)

Факультет экономический 1 курс ОФО

Специальность 38.05.01 Экономическая безопасность

Научный руководитель
канд. экон. наук, доцент  7.06.21 О.А. Пак

Нормконтролер
канд. экон. наук, доцент  7.06.21 О.А. Пак
(подпись, дата)

Оценена отлично

Краснодар 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
1 Теоретические аспекты функционирования рынка и использования рыночного механизма	4
1.1 Рыночный механизм и его структура.....	4
1.2 Взаимодействие спроса и предложения	14
1.3 Изменение экономических составляющих рыночного равновесия.....	18
2 Особенности формирования рыночного механизма в Российской Федерации	24
2.1 Формирование и развитие рыночных отношений в РФ.....	24
2.2 Недостатки и преимущества существующего рыночного механизма	25
2.3 Государственное регулирование рынка.....	28
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	32
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	36

ВВЕДЕНИЕ

Каждый рынок базируется на таких основных составляющих, как: цена, спрос, предложение, а также конкуренция. Они считаются основными инструментами в экономике. Изменение соотношения среди спроса и предложения приводит к колебаниям рыночных цен вокруг так называемой цены равновесия. Благодаря сведениям колебания устанавливается та степень стоимости, при которой гарантируется баланс спроса и предложения, а также в конечном результате баланс производства и потребления. Макроэкономическое равновесие на рынке считается основным вопросом финансовой концепции и экономической политики каждой страны, а также означает первостепенное значение как в концепции, так и на практике. Все это обуславливает значимость этого исследования.

Основная задача курсовой работы заключается в исследовании, а также рассмотрении законов спроса, предложения и их взаимодействия со стороны финансовой концепции. Отталкиваясь от данного, были определены такие проблемы, как:

- 1 анализ теоретических аспектов спроса и предложения;
- 2 поиск основных условий, оказывающих большое влияние на спрос и предложение;
- 3 выявление законов спроса и предложения;
- 4 изучение связи спроса и предложения на рынке.

Объектом изучения считаются финансовые категории спроса и предложения, их эластичность и взаимодействие, условия, характеризующие основные закономерности их взаимодействия.

Значимость проблемы исследования определяет в таком случае, что в рыночных обстоятельствах более значимыми компонентами функционирования рыночного механизма считаются потребность и предложение, которые устанавливают рыночную цену товара. Процесс функционирования рынка содержит в себе большое число товарообменных действий, в каждом из которых примут

участие потребитель, предложенный спросом на товары и услуги, а также продавец, на стороне которого выступает рекомендация услуг.

Таким образом, в фокусе интереса микроэкономики пребывают цены и объемы изготовления, а также потребления определенных благ, состояние разных рынков, распределение ресурсов между альтернативными вопросами. В таком случае целями микроэкономики считаются толкование, как и по какой причине берутся решения отдельными финансовыми субъектами, а также исследование взаимодействия финансовых субъектов в разных рынках

Предмет изучения – концепция общественно-финансовых взаимоотношений, открывающих суть рыночного приспособления.

Теоретическую базу изучения составляют основные экономические законы, работы российских, а также иностранных экспертов экономистов.

Методологической основой изучения считается комплексный и сравнительный анализ, исследование причинно-следственных взаимосвязей, мониторинг, сопоставление и классификация, а кроме того, применение индуктивных и дедуктивных способов научного познания.

Экспериментальной основой изучения стали учебники по финансовым дисциплинам, к ним можно отнести: учебники по экономической теории, микроэкономике, статистика по проблеме исследования, публикации в периодических экономических изданиях, а также сети интернет-ресурсы. Состав курсовой деятельности предполагает собой введение, две главы, заключение, список использованной литературы.

1 Теоретические аспекты функционирования рынка и использования рыночного механизма

1.1 Рыночный механизм и его структура

Масштаб рынка находится в зависимости от числа потребителей, испытывающих необходимость в товаре, имеющих средства для совершения обмена, а также стремление поменять данные ресурсы на необходимый товар.

В ходе исторического формирования рыночного хозяйства менялось понимание рынка и рыночного механизма. Изменялся и непосредственно сам рынок, его система, вырастала их значимость в экономике. Первоначально слово "рынок" обозначало место, где торговцы и покупатели имели возможность осуществлять взаимообмен собственными товарами.

В экономической теории рынок — одна из наиболее известных категорий, одно из ключевых определений хозяйственной практики экономики.

Рынок в экономической теории — комплекс финансовых взаимоотношений между субъектами рынка по поводу движения товаров и денежных средств, которые базируются на взаимном согласии, эквивалентности и конкурентной борьбы.

Основоположником теории рынка принято рассматривать представителя классической школы Адама Смита, который 1-ым указал на предпосылки формирования товарного обмена, таким образом, рынка. Такой причиной Адам Смит считал недостаточность производственных способностей человека, которые возможно повысить за счет социального распределения труда, что в окончательном счете и приводит к появлению размена, а также развития рынка.

Рыночный механизм — система связи и взаимодействия ключевых компонентов рынка: спроса, предложения, цены, конкурентной борьбы и ключевых финансовых законов рынка.

Рыночный механизм функционирует на базе финансовых законов: изменения спроса, изменения предложения, равновесной цены, конкурентной борьбы, стоимости.

Основными действующими целями на рынке считается спрос и предложение, их связь определяет, что, в каком количестве производить и по какой цене реализовать.

Цены считаются важным инструментом рынка, так как они снабжают его участников необходимой информацией, на основе которой принимается решение об увеличении или же уменьшении изготовления того или иного товара. В соответствии с этой информацией совершается перемещение потоков капиталов и работы из одной сферы в другую.

Свободный рынок — саморегулирующаяся система, которая достигает результатов и удерживает собственное равновесие самостоятельно.

Черты свободного рынка:

- Неограниченное количество участников конкурентной борьбы.
- Беспрепятственный доступ и выход с торга.
- Абсолютная маневренность всех ресурсов.
- Наличие поной информации.
- Абсолютная близость продукции.
- Ни один участник конкуренции никак не способен воздействовать на решение других.

Экономическое состояние производителей и покупателей, продавцов, а также потребителей находится в зависимости от рыночной конъюнктуры, которая меняется под воздействием множественных условий.

Ситуация рынка — это комплекс складывающихся на рынке в любой период времени экономических условий, при которых осуществляется процесс реализации товаров, а также услуг.

Инфраструктура рынка — комплекс институтов, систем, отраслей, компаний, опосредствующих перемещение продуктов и услуг, обслуживающих рынок и обеспечивающих его стандартное функционирование.

Инфраструктура рынка содержит в себе такие составляющие, как:

- биржи торговые;
- биржи фондовые;
- биржи валютные;
- аукционы, ярмарки;
- предприятия оптовой, а также розничной торговли;
- банки, страховые фирмы, фонды;
- биржи труда;
- информационные центры;
- юридические фирмы;
- рекламные учреждения;
- аудиторские, а также консультационные компании

Все эти компоненты без исключения весьма тесно связаны друг с другом. В случае, если они пребывают в балансе, вся экономика также находится в балансе. И наоборот, дестабилизация, несмотря на то, что один из компонентов негативно отражается на целой рыночной экономике в целом.

Состав рынка — внутреннее строение, размещение, процедура единичных компонентов рынка.

Структура торга по предметам базарных взаимоотношений

- рынок потребительских товаров, а также услуг
- рынок ценных бумаг
- рынок сырья

Структура рынка по субъектам рынка

- рынок потребителей
- рынок продавцов

Структура рынка по географическому расположению

- местный
- национальный
- мировой

Структура рынка по уровню ограничения конкурентной борьбы

- совершенная конкурентная борьба
- монополистическая конкуренция
- олигополия
- монополия

Структура рынка согласно отраслям

- автомобильный
- нефтяной

Структура рынка по характеру продаж

- оптовый
- розничный

Структура рынка по соответствию, функционирующему законодательству

- легальный
- нелегальный
- "черный" рынок

Функциями рынка считаются:

- посредническая;
- ценообразующая;
- информационная;
- регулирующая;
- стимулирующая;
- санирующая.

Сейчас проанализируем достоинства, а также недостатки рынка. К превосходствам можно отнести:

- эффективное разделение ресурсов;
- успешное функционирование при минимальной информации;
- эластичность и значительная адаптивность к меняющимся обстоятельствам;
- оптимальное применение результатов НТП;
- независимость выбора и действий абсолютно всех субъектов;
- умение удовлетворять потребности общества.

Минусами же считаются:

- неимение экономического приспособления для защиты окружающей сферы;
- отсутствие возможности регулирования ресурсов, которые принадлежат всему человечеству;
- пренебрежение потенциально-негативных результатов принимаемых решений;
- неустойчивое развитие;
- отсутствие гарантий прав на деятельность и доход;
- отсутствие обеспечения перераспределения доходов.

Невзирая на недочеты рынка, экономическая теория и исследование навыка ведения хозяйства в разных государствах общества демонстрируют, что пока не изобретено более результативного прибора формирования экономики, чем рынок.

$$Q_d = f(P \dots P_a \dots P_b \dots I \dots T \dots W),$$

где Q_d – объем спроса на данный товар в единицу времени;

P, P_a, P_b – цены данного и других товаров;

I, T, W – неценовые факторы спроса (доход, вкус, богатство).

Эластичностью спроса считается уровень восприимчивости спроса к изменению стоимости товара. Критерием подобного изменения служит показатель эластичности спроса. Его возможно установить, как отношение изменения объема спроса к изменению его цены. Гибкость спроса определяет уровень связи объема

приобретаемого продукта от раскачивания рыночных цен. Об эластичном спросе можно сказать, что, вследствие уменьшения стоимости, покупки товара увеличиваются до такой степени, что увеличивается общая выручка (эластичность больше 1). О единичной эластичности говорят, когда сокращение стоимости возмещается объемом продаж и общая выручка остается стабильной. Малоэластичный спрос упоминают, когда небольшое увеличение спроса возбуждается уменьшением стоимости товара, а общая выручка в данный период снижается (эластичность меньше 1). Подобным способом гибкость спроса находится в зависимости от таких условий, как: наличие товаров-заменителей; удельный вес цены продукта в бюджете потребителя; размеры дохода потребителей (при этом стоимость может никак не изменяться, меняется платежеспособность); качество товара; степень необходимости товара; масштабы резервов товара; ожидания покупателей. Функция спроса – связь между желаниями потребителей иметь тот или же иной товар, а также характеризующими его факторами. Общая функция спроса способна быть представлена следующим образом:

$$Q_d = f(P, I, T, P_s, P_c, N, E_c),$$

где Q_d – объем спроса;

P – цена товара;

I – доход потребителей;

T – вкусы и предпочтения потребителей;

P_s – цена взаимозаменяемых товаров;

P_c – цена взаимодополняемых товаров;

N – количество покупателей данного товара;

E_c – ожидание потребителей.

Таким образом, размер спроса является функцией ряда переменных. В первую очередь она находится в зависимости от стоимости. Цена – количество денежных средств, в обмен на которые продавец согласен предоставить (реализовать) единицу товара или же коэффициент обмена конкретного товара на деньги. Допустим, что все

без исключения факты, помимо первого неизменны. В то время размер спроса станет находиться в зависимости только лишь от цены P :

$$Q_d = f(P),$$

где Q_d – объем спроса;

P – цена товара.

Закон спроса: при возрастающей цене количество спроса уменьшается. И напротив – при сокращающейся цене количество спроса возрастает. Помимо стоимости, на спрос оказывают большое влияние такие условия, как:

- изменение доходов покупателя (I);
- изменение вкусов, а также предпочтений (Z);
- ожидания покупателей сравнительно предстоящих цен (E);
- ценовые и дефицитные ожидания (W);
- колебание затрат на рекламу;
- изменение стоимости продуктов-субститутов (P_{sub}) а также взаимодополняющих товаров (P_{com}); –изменение числа потребителей (N);
- прочие условия (B).

Данные условия содействуют сдвигу кривой спроса в правую сторону, иначе говоря, в левую сторону. Повышение уровня спроса смещает кривую предложения в правую сторону. Снижение уровня спроса смещает кривую предложения в левую сторону.

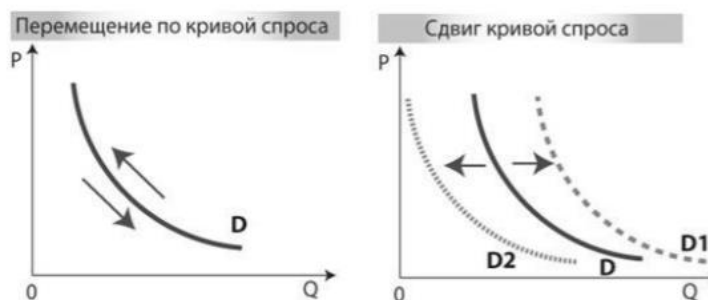


Рисунок 1 – кривая спроса

Закон спроса отражает обратную зависимость между ценами на товары, а также услуги, и спросом на эти самые товары, а также услуги.

Следующим основным компонентом рынка считается предложение – стремление торговца реализовать тот или иной продукт. Размер предложения – то число товаров и услуг, которое производитель/продавец дает на торге по конкретной стоимости. Условиями предложения считаются: стоимость на предмет торговли; цены на средства (при их увеличении график смещается в левую сторону); методика изготовления (оказывает большое влияние в зависимости от того, сокращает ли она затраты или же повышает); налоги и субсидии или же валютная поддержка компаниям от государства (увеличение налогов смещает искривленную S в левую сторону, но при этом увеличение субсидий в правую сторону); цены на прочие товары; количество продавцов на рынке (чем больше их, тем больше предложение).

Следует отметить, что между ценой и числом предлагаемого товара имеется прямолинейная зависимость, что является законом предложения: при возрастающей стоимости количество предложения возрастает и наоборот. Действие закона предложения возможно пояснить при поддержке графика предложения, который изображен на рисунке.

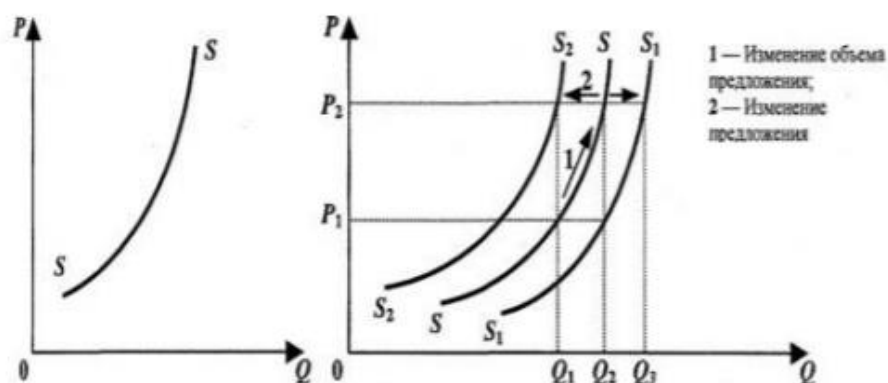


Рисунок 2 – Кривая предложения, изменение объема предложения, изменение предложения

Кривая предложения – графическое представление связи между стоимостью товара, а также его количеством, которое изготовители стремятся представить на

рынке. График предложения имеет восходящий вид, обусловленный воздействием закона предложения. Закон предложения отображает непосредственную взаимозависимость среди цен на продукты и услуги, а также число данных продуктов и услуг, которые изготовители стремятся представить на рынке. Проанализируем детальнее воздействие стоимости на предложение. Взаимозависимость предложения от цены является гибкостью предписания. Ее формулировка такая же, как и эластичности спроса, только лишь E изменяется на индекс S .

Предложение, подобно спросу, можно разделить на «эластичное» и «неэластичное». Эластичность предложения по цене – уровень реагирования объема (величины) предложения (изготовителей) на изменения стоимости единицы продукта или же услуги. Показатель гибкости предложения по стоимости рассчитывается по следующей формуле:

$$E = ((Q_2 - Q_1) / (1/2(Q_2 + Q_1))) / ((P_2 - P_1) / (1/2(P_2 + P_1))) = dQ/dP,$$

где P_1 – начальная цена;

P_2 – новая цена;

Q_1 – первоначальный объем;

Q_2 – новый объем.

Следует выделить, что наиболее заманчивой для продавца ситуацией считается неэластичность предложения, так как она обеспечивает устойчивость производства при внезапном изменении стоимости. По этой причине изготовители стараются быть монополистами в изготовлении этого продукта и искусственным путем уменьшить размер выпуска и, следовательно, величину предложения. Гибкость предложения находится в зависимости от трудности перераспределения ресурсов между другими сферами их применения. В свою очередь, данное перемещение ресурсов находится в зависимости от количества периода, что существует в директиве изготовителей с целью того, чтобы адаптироваться к этому изменению стоимости. Чем больше времени есть у изготовителя, для того, чтобы среагировать на перемены в спросе, тем больше станут надлежащие перемены в сфере изготовления. Во границах текущего

(моментального) рыночного периода производителю не хватает времени для того, чтобы изменить масштаб изготовления. По этой причине реализуется ранее созданный продукт согласно воцарившейся рыночной стоимости, то есть предложение подстраивается под спрос. Таким образом, предложение оказывается абсолютно малоэластичным, то есть $E = 0$, но график предложения начинает иметь вертикальный вид. В кратковременном этапе производственные силы остаются неизменными, тем не менее объем изготовления возможно изменить за счет насыщенности их применения и за счет перемены неустойчивых условий изготовления.

По этой причине предложение становится более гибким ($E > 0$), а график предложения отклоняется от вертикального положения. На протяжении долговременного этапа имеют шансы быть приняты все без исключения желательные меры, которые ориентированы на приспособление к изменившемуся спросу. Предложение будет еще более гибким, достигая предельной величины, но в конечном итоге график предложения принимает горизонтальное положение. Условиями гибкости предложения считаются: изменения в себестоимости – противоположная зависимость; разнообразие изготовления, а также прочие источники извлечения дохода за счет нее; уровень загрузки производственных мощностей; фактор времени.

Основным условием гибкости предложения считается период. Чем больше количество времени, в течение которого продавец товара способен представлять собственный продукт, тем эластичнее предложение. Данное сопряжено с тем, что при более долговременном периоде торговец успевает лучше перераспределить средства в необходимом направлении и меньше теряет. Сильная эластичность предложения по времени свойственна для скоропортящихся, сезонных и критически популярных товаров в силу необходимости их реализации в ограниченные сроки.

1.2 Взаимодействие спроса и предложения

Платежеспособный спрос – спрос, который подкреплён валютными возможностями потребителя. Стоит различать понятия «спрос» и «величина спроса». Таким образом, величина спроса – количество продукта, которое станет получено за конкретную стоимость в конкретный период. Главными условиями спроса считаются: стоимость продукта; стоимость взаимозаменяемых товаров или же субституттов; стоимость взаимодополняемых товаров; перемены в сфере; перемены в полезности продукта; размер прибыли; представления, ожидания будущей финансовой ситуации; изменения вкусов, привычек, стиля жизни; размера накопленного имущества.

Существуют 2 феномена закона спроса: первый – увеличение цены может спровоцировать увеличение спроса, так как покупатель полагает, что стоимость в ближайшей перспективе увеличится ещё больше; второй – сокращение стоимости может спровоцировать снижение спроса.

Спрос, кроме того, можно сформулировать аналитически в виде математической функции.

Закон спроса и предписания – непредвзятый финансовый указ, определяющий взаимозависимость размеров спроса и предписания продуктов на рынке от их стоимости. При других одинаковых обстоятельствах, в случае если стоимость в продукт ниже, то в таком случае больше на него платёжеспособный спрос, а также меньше предложение.

Нередко стоимость вводится в точку баланса между предписанием и спросом, который будет отражен на следующем рисунке. Закон вплоть до конца сформулирован в 1890 г. Альфредом Маршаллом.

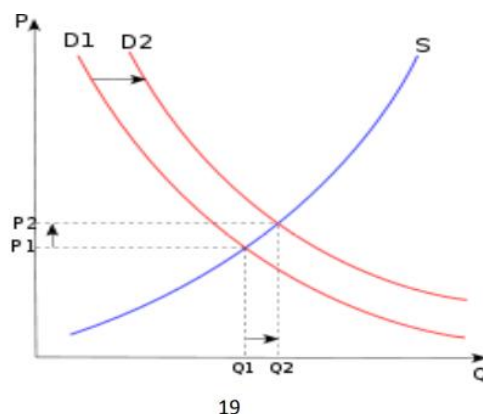


Рисунок 3 - Закон спроса и предложения

Поиск «точки равновесия»:

изменение цены (P) а также числа продуктов (Q) как результат перемены спроса (D) и предложения (S).

Закон спроса и предложения может показаться на первый взгляд простым. Всё без исключения определяет цену продукта на торге, что задает финансовое состояние спросу и предложению. В соответствии с этим - закону спроса и предложения чем выше цена, тем меньше спрос и больше предложение. А также напротив, чем ниже цена, тем больше потребность и ниже предложение. Однако в настоящей экономике эта направленность никак не распространена. К примеру, при существенном уменьшении стоимости, потребность крайне слабо увеличивается, а предложение почти никак не теряет собственную активность. Либо при увеличении стоимости изменения в спросе станут малосущественные. По причине этих явлений включатся в науку экономики определения гибкости спроса и предложения. К тому же имеют все шансы быть некоторые характерные черты в данных законах, показывающие на практике итоги, никак не предсказанные в доктринах. С формированием роста товарной цены, продукт продаётся стремительно по причине непрерывного увеличения спроса. В таком случае же время со регрессом стоимости на рынке допустимо повышение размера товаров. Данное может представиться противоестественным действием, однако, для того чтобы стремительно отвечать на меняющиеся рыночные цены, а также быть на рынке в том числе и в обстоятельствах

максимальной конкурентной борьбы изготовителям, торговцам, а также рекламщикам следует изучить предпосылки гибкости их товаров. Они обязаны знать все о спросе и предложении продукции, в которой имеет необходимость покупатель.

Закон Спроса – экономический закон, в силу которого объём спроса на рыночную продукцию падает с увеличением его стоимости при прочих равных обстоятельствах. Отталкиваясь из определения этого закона, размер спроса уменьшается согласно мере повышения стоимости товара.

Сущность закона спроса состоит в том, что спрос возрастает по мере уменьшения стоимости на продукт вследствие того, что выгода от получения значительного числа продуктов по более низкой стоимости, несомненно, потребителю.

Закон Предложения — экономический закон, отталкиваясь из которого, объём предложения продукции в торге увеличивается с повышением их стоимости при других одинаковых обстоятельствах. В соответствии с этим по данному закону, величина предложения на рынке увеличивается согласно грани повышения стоимости на товар. Сущность закона предложения состоит в том, что при увеличении стоимости производителю, торговцу становится дешевле реализовать большее число товара.

Пересечение кривых спроса и предложения определяет цену равновесия, а также равновесное количество производимой продукции. Любую другую цену конкуренция создает колеблющейся. Чрезмерный спрос или же недостаток, сопровождающий расценкам ниже стоимости равновесия, демонстрирует, то, что потребителям необходимо платить более значительную цену, для того чтобы никак не остаться без провианта. Данное условие четко представлено на рисунке.

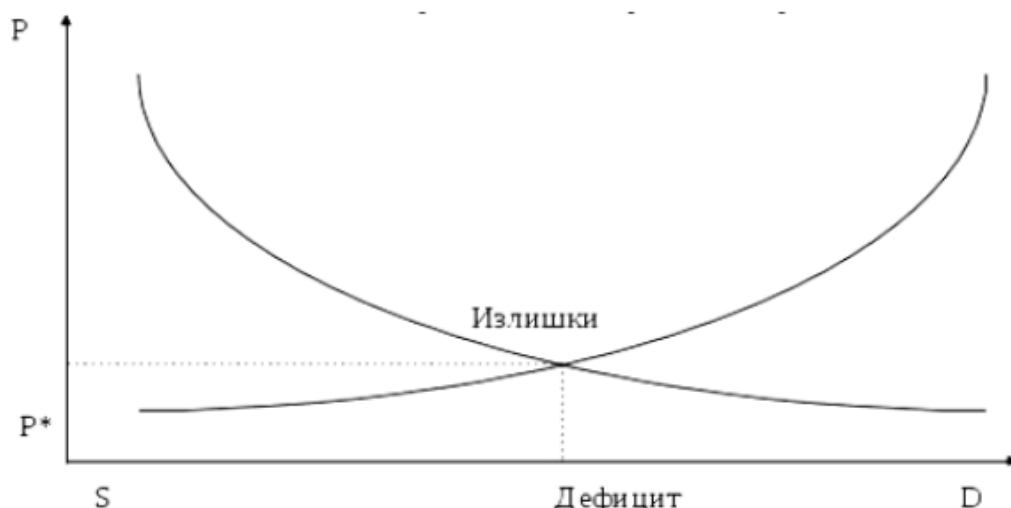


Рисунок 4 – график цены равновесия

Увеличение стоимости стимулирует компании к перераспределению ресурсов с позитивным итогом для реализации этого продукта, а также выталкивает кое-каких покупателей с рынка. Избыточное предложение, либо избытки продукции, возникающие при ценах больше стоимости баланса, стимулируют соперничающих товарищ с другом продавцов уменьшать стоимости, для того чтобы освободиться от излишних резервов.

Снижающиеся стоимости имеют все шансы подсказывать компаниям о потребности уменьшения ресурсов, затрачиваемых на изготовление этого продукта, а также привлекут на рынок дополнительных потребителей.

В согласовании с государственным воздействием, регулированием, степенью конкурентной борьбы на рынке выделяют 2 типа цен: свободные, а также регулируемые. Свободные цены - стоимости, одобренные изготовителями продуктов в зависимости от спроса и предложения на этом рынке. К этому типу причисляют: цену спроса, цену предложения, цену производства.

Пересечение кривых спроса и предложения устанавливает цену равновесия, а также равновесное число продукции.

Цена спроса – цена, складывающаяся на торге потребителя.

Цена предложения – рыночная стоимость, оказываемая в оферте (официозном предписании торговца) в отсутствии скидок.

Цена изготовления – стоимость, что обуславливается на базе потерь изготовления с прибавлением средней прибыли на полный субсидированный капитал.

Регулируемые цены – цены, констатируемые надлежащими органами управления: Президентом Российской Федерации, правительством Российской Федерации, Федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами регионального самоуправления, или же цены, в взаимоотношении которых приведенные органы власти а также управления определяют какие либо сдерживающие их уровень условия. Регулируемые цены, подобным способом, имеют все шансы быть гарантированными, подходящими, лимитными, ипотечными, пороговыми. Из числа регулируемых цен акцентируют предельные цены подобные цены, выше которых компании никак не могут устанавливать цену собственной продукции или же услуг; фиксированные цены – цены, констатируемые на определенном уровне, изменение которых допустимо только лишь по решению органа или же субъекта рынка, подтвердившего их.

1.3 Изменение экономических составляющих рыночного равновесия

С целью результативного функционирования рыночной экономики спрос на факторы производства, товары, а также услуги обязан являться удовлетворительным. В таком случае имеется, экономика должна пребывать в обстоятельствах, если она еще способна представить тот или иной-то результат. Из этого следует, что рыночное равновесие - положение рынка, когда стремление компаний производить совпадает с потребительским предпочтением каждого человека, а также жадой потребителя получить конкретный комплект благ.

Подобное рыночное состояние обладает безусловным соотношением абсолютно всех финансовых заинтересованностей, определяющих поведение абсолютно всех субъектов рыночных взаимоотношений: изготовителей, потребителей, а также посредников. В согласовании с соотношением и переменной спроса и предложения на рынке динамика базарного баланса подразумевает 5 альтернатив:

1 покупательская потребность подвергается существенным переменам. Эту ситуацию замечают, чаще всего, во длительном этапе, присутствии пребывания абсолютной занятости. Компании никак не расширяют собственную деятельность, так как у них отсутствует способности иметь дополнительных ресурсов и условий изготовления. Но стремление потребителей получить конкретный продукт движет искривленную спроса по кривой предложения;

2 спрос на факторы изготовления, товары и услуги никак не изменяется, но предложение крайне динамично. Данная обстановка демонстрирует, то, что коммерческие деятели направляют систему производства по собственному усмотрению. В окончательном результате создается подобное положение экономики, при котором предложение превосходит потребность, то, что приводит к спаду стоимости и увеличению максимальных потерь на единицу произведенной продукции;

3 в случае если спрос и предложение одновременно и пропорционально меняются в одном течении, то в таком случае баланс на рынке остается прежним. Наравне с этим изменения совершаются только лишь при установлении цены.

4 в случае если потребность при сваливающемся предложении не прекращает увеличиваться, то продажная цена устанавливается на максимальном уровне. Предложение, нередко, находится в зависимости от размера ресурсов, вовлеченных в производство. Если их размер урезана, масштабы изготовления никак не имеют все шансы меняться, и выручку стоит делать только за счет увеличения стоимости;

5 в случае если потребность, напротив, уменьшается, а рекомендация увеличивается, начинается упадок перепроизводства. В этом случае равновесные стоимости становятся на более низком уровне, нежели этого желал бы изготовитель. Регулирование спроса на рабочую мощность, а также ее предложения – один из основных вопросов современного этапа социально-экономического формирования Российской Федерации. Для ее постановления нужен многосторонний анализ условий развития и динамики перемены спроса на рабочую мощность, предложения рабочей силы, а кроме того, их взаимодействия.

При рассмотрении рыночной конъюнктуры необходимо реализовывать распределение между преобразованиями величины спроса и предложения, а также преобразованиями в самом спросе, а также предложении на конкретный товар. Изменение объема предложения рассматривается при изменении стоимости продукта, а также стабильных других условий рыночной конъюнктуры и предполагает перемещение вдоль кривой предложения. Акцентируют следующие явления при изменении искривленной предписания:

- 1 Изменение ресурсных цен.
- 2 Изменение технологических процессов.
- 3 Изменение налогов и субсидий.
- 4 Изменения в ожиданиях потребителей.

Проанализируем наиболее детально определенные неценовые факторы, действующие на предложение:

1 Расходы изготовления (или же производственные расходы). В случае если производственные расходы невысоки по сравнению с рыночными тарифами, то в таком случае для изготовителей рентабельно доставлять продукты в больших количествах. Если же они высоки по сопоставлению со стоимостью, компании создают продукт в маленьких количествах, переключаются на прочие продукты или же даже покидают рынок. Расходы на изготовление в первую очередь формируются

тарифами на финансовые средства: сырьевые материалы, использованные материалы, ресурсы изготовления, рабочую силу, – и технологическим прогрессом;

2 Методика изготовления. Это понятие связывает всё без исключения, начиная с подлинных промышленных открытий, а также наилучшего использования имеющихся технологий и завершая типичной реорганизацией трудового процесса. Усовершенствование технологических процессов дает возможность производить наибольшее число продукции с минимальными расходами ресурсов. Промышленный рост, кроме того, дает возможность уменьшать число ресурсов, требующихся для одного и того же размера выпуска;

3 Налоги и дотации. Действие налогов и дотаций выражается в различных направленностях: увеличение налогов приводит к увеличению потерь изготовления, повышая стоимость изготовления и понижая его предложение. Сокращение налогов приводит к противоположному эффекту. Субсидии и дотации дают возможность уменьшать расходы изготовления за счет государства, содействуя тем самым росту предложения;

4 Цены на сопряженные товары. Предложение на рынке находится в зависимости от наличия на рынке взаимозаменяемых и взаимодополняемых продуктов по применимым расценкам;

5 Ожидания производителей. Надежды перемен стоимости провианта в перспективе, кроме того, имеют все шансы оказать влияние на стремление изготовителя поставлять продукт на рынок. Сведения о предполагаемом уменьшении стоимости способен послужить причиной к увеличению предложения в данный период и уменьшению предложения в последующем;

6 Количество товаропроизводителей. Повышение количества изготовителей этого продукта приведет к увеличению предложения, и напротив;

7 Специальные условия. К примеру, на определенные разновидности продукции (лыжи, коньки, продукцию аграрного хозяйства) огромное воздействие оказывает погода. Перемена спроса на продукт совершается никак не только лишь

вследствие перемены цен на него, но и под воздействием «неценовых» условий. Проанализируем наиболее детально данные условия:

1 Денежные доходы покупателей. В случае если денежные доходы покупателей увеличиваются, то увеличивается и число приобретаемых товаров, и напротив, в случае если доходы потребителей понижаются, то в таком случае при тех же ценах снижается и размер изготавливаемых покупок;

2 Цены и наличие других товаров и услуг, из числа которых акцентируют взаимозаменяемые (товары-субституты) и взаимодополняемые товары (товары-комплементы). С целью перестановочных продуктов свойственно в таком случае, что рост стоимости одного из продуктов приводит к увеличению спроса на другой.

3 Вкусы и предпочтения покупателей. Развитие производства, мода, культурные и исторические характерные черты проявляют воздействие на вкусы и предпочтения людей. Большую значимость играет и конкурентная борьба среди покупателей, покупательская психология (человек стремится приобрести продукт, который приобретают все без исключения его знакомые).

4 Ожидания потребителей. Здесь отличают: ожидания и прогнозы, сопряженные с допустимой переменой стоимости; надежды и прогнозы, сопряженные с воздействием неценового условия;

5 Количество потребителей. Несомненно, что чем больше людей, потребляющих тот или иной продукт, тем выше потребность на него. В соответствии с этим, увеличение (снижение) количества потребителей вызывает повышение (снижение) спроса;

6 Специальные условия - дожди увеличивают спрос на зонтики, в зимнее время увеличивается спрос на лыжи, а также санки и тому подобное. Подобным способом, изменение спроса на продукт происходит никак не только лишь из-за изменения стоимости на него, однако и под воздействием иных, так называемых "неценовых" факторов. На изменение предложения так же, как и спроса, оказывают воздействие как ценовые, так и неценовые факторы. При изменении стоимости продукта

соответствующая точка рыночной конъюнктуры перемещается вдоль искривленной предложения, то есть совершается изменение предложения.

2 Особенности формирования рыночного механизма в Российской Федерации

2.1 Формирование и развитие рыночных отношений в РФ

В период постсоциалистической России группа Гайдара и Чубайса начала модификацию экономики. В 1992 году существовала инициирована всеобъемлющая либерализация экономики и закончена была к 1995 году. Регулирование макроэкономики требовала более продолжительного периода, но тем не менее в 1996 году ежегодный уровень стагнации экономики, что составлял в тот период 22 процента, приблизился к показателям Польши (19 процентов) а также Венгрии (20 процентов). Обменный курс рубля практически стабилизировался в рамках наклонного «валютного коридора». Благодаря программе общественной приватизации, стало допустимо приватизировать 70 процентов прежних муниципальных компаний. Согласно сведениям служебной статистики, в 1997 году в конечном итоге наметился возврат к финансовому увеличению (1 процент). Массовое отечественное разгосударствление, которая возникла с целью устранить старую экономическую власть, а также стимулировать реструктуризацию компаний, никак не предоставила нужных результатов. Примерно на половине собственных компаний значительная доля акций была передана в руки их тружеников, что никак не дает возможность говорить о реальных итогах этого процесса. Последующим результатом общественной приватизации считается излишнее сосредоточение имущества индустриальных компаний. Данный феномен считается стандартным для этого процесса, однако в Российской Федерации он установил особенно большие масштабы. В следствии того, что была проведена модификация прежних министерств и ведомственных банков, которые к ним принадлежат, появилась мощная экономическая олигархия. Ослунд в 1995 году сделал заключение о том, что отечественная экономика преобразовалась в рыночную:

–государство стало демократическим благодаря конституции, а также делению отраслей власти;

–государственное имущество пострадало при устранении в 1994 году и наиболее пятидесяти процентов работников мест переключились в частный сектор;

–исчезает бюрократическое координирование, разделение ресурсов деполитизируется и осуществляется на базе рыночных основ;

–экономика стала монетарной;

–исчезают субсидии, а также совершается усиление экономных ограничений.

Подобным способом, экономика и социум никак не сумели адаптироваться к новейшей финансовой концепции. О данном говорят неуплаты платежей, непогашенные задолженности в контексте стагнации экономики, деструктивная денежная стратегия.

Однако тем не менее к окончанию 1993 года Российская Федерация была еще недостаточно сформированным государством, однако в которой функционировала товарная экономика, осуществляющаяся по общим законам рыночного приспособления.

2.2 Недостатки и преимущества существующего рыночного механизма

Функции рынка делают его в принципе крайне успешной системой. Но данное никак не обозначает, что рыночные взаимоотношения считаются целиком безупречными и гарантируют современное формирование экономики. Отделение экономических агентов, неполноценное схождение их заинтересованностей, а также частое соперничество неминуемо ведут к обострению множества противоречий. В основном несовершенства рынка объединены с отклонением от условий, которые обеспечивают совершенную конкурентную борьбу. К этому же рыночная экономика оказывается неспособной гарантировать производство значимых благ или же формирует их в недостающих размерах.

1 Рыночная биржа никак не способна противодействовать монополистическим направленностям. В обстоятельствах рыночной стихии неминуемо появляются монополистические структуры, сдерживающие независимость конкурентной борьбы. При бесконтрольности рыночной среды создаются и закрепляются монополии. Формируются неоправданные привилегии для узкого круга субъектов торга.

2 Рыночная биржа никак не заинтересована и не способна осуществлять общественные блага. Эти товары либо вообще никак не производятся рынком, либо поставляются им в недостаточной доле. Общественные блага – неконкурентные товары и услуги, доступные почти любому. Общественные блага безвозмездны для покупателя, однако никак не безвозмездны для общества. Рынок никак не способен найти решение проблемы производства благ для социального пользования, таким образом нельзя уменьшить их потребление, утвердить расходы, ликвидировать неминуемые коллизии

3 Рыночный механизм непригоден для ликвидации второстепенных эффектов. Экономическая деятельность в обстоятельствах рынка затрагивает интересы не только лишь конкретных его участников, но и остальных людей. Ее результаты зачастую носят отрицательный характер. Непосредственно рынок никак не способен ликвидировать или же возместить потери, причиняемые внешними результатами, по этой причине на практике при возникновении серьезных проблем необходимо вмешательство страны.

4 Рынок не владеет способностью гарантировать общественные гарантии, нейтрализовать излишнюю дифференциацию в распределении зарплат. Рынок по собственной натуре пренебрегает общественными, а также моральными аспектами, то есть достоверность при распределении ресурсов и доходов. Он никак не гарантирует устойчивую занятость трудоспособного населения.

5 Рыночный механизм порождает неполноценную и недостаточно совершенную информацию. Только лишь в условиях полностью конкурентоспособной экономики члены торга владеют довольно исчерпывающими

данными об стоимостях и перспективах формирования производства. Однако сама конкуренция вынуждает компании утаивать настоящие сведения об состоянии дел. Информация стоит денег, а также экономические агенты – изготовители и покупатели – владеют ею на разном уровне. Отсутствие совершенной информации, неполнота и неравномерность ее распределения формируют превосходства для одних и подрывают способность принятия подходящих решений у других. Между тем сведения считаются в определенных взаимоотношениях социальным продуктом. Наиболее полную и прочную информацию дает никак не индивидуальный рынок, а муниципальные учреждения. Несовершенства торга могут быть ослаблены формированием определенных институциональных структур, заинтересованностью страны в распределении ресурсов, решении вопросов, которые не могут быть гарантированы исключительно рыночными инструментами. Сейчас проанализируем достоинства рыночного механизма.

Рынок как определённый механизм распределения, а также применения ограниченных ресурсов, базирующийся не на принуждении и приказах, а на добровольном обмене, обладает полным рядом явных положительных сторон:

- эффективное разделение ресурсов
- рынок ориентирует средства на изготовление требуемых обществу продуктов;
- возможность его эффективного функционирования при наличии крайне ограниченной информации
- достаточно иметь сведения о стоимости и издержках изготовления;
- оптимальное применение итогов научно-технического развития.

Устремляясь, приобрести максимально высокую прибыль, товаропроизводители идут на риск, хотят сделать новые товары, вводят новые технологические процессы, то, что дает им возможность иметь временные преимущества перед соперниками;

– свобода выбора, а также действий покупателей и бизнесменов. Они самостоятельны в принятии собственных решений, заключении различных сделок, найме рабочей силы;

Рыночный механизм характеризуется ориентацией изготовителей на спрос покупателей. Перемена спроса вынуждает изготовителей переназначать средства между секторами экономики и видами производств, уменьшать производство одних продуктов, а также формировать производство других, пользующихся спросом. Тем самым рыночная экономика выступает как механизм регулировки распределения ресурсов, структуры экономики в соответствии со структурой изменяющихся в мире нужд.

2.3 Государственное регулирование рынка

Главной задачей правительства считается создание и поддержание подходящих основ жизни и развития человека, а также общества в рамках страны путем обеспечения подходящих условий с целью самореализации и улучшения в различных аспектах жизнедеятельности и в сфере экономики. Анализ опыта государств мира свидетельствует о том, что ни одной наиболее либо меньше крупной государстве общества еще никак не получилось достичь существенных итогов вследствие соблюдения свободных основ сравнительно «слабой» роли страны в экономике. Более того, сформированные государством выявили неспособность рыночных элементов в полной мере выполнять функции, которые присущи независимому регулятору экономики. Рыночная система проявила себя равно как система, которая формируется циклически, считается неидеальным также склонным к упадкам и рецессиям. Возможность преодоления отраслевых спадов, массовой безработицы, помех в денежном обращении, стагнации экономики, тенденций к монополизации, но кроме того необходимости в значительных вложениях, потребует интенсивного стабилизирующего влияния страны на экономику. В таком случае же период, развивающимся государствам, но кроме того государствам, которые пребывают в

переходном режиме упорно предполагаются свободные основы. В основной массе цивилизованных государств сложился совместный вид правительственного, а также рыночного регулирования в связи с государственной особенностью, характера применения способов индикативного планирования и моделирования. Непосредственно данным способом добиваются относительно высокие характеристики экономического роста. При этом результативное руководство хитрыми действиями рыночного регулирования приводит к целесообразному применению ресурсов. В данной связи, в переходной модификации экономики Российской Федерации, с учетом целой государственной особенности, значимость страны в финансовых действиях представляется особенно важной. Национальное урегулирование экономики – совокупность мер, операций, используемых страной с целью коррекций, а также определения ключевых финансовых действий. Законными предпосылками государственного регулирования экономики считаются, нормы Конституции Российской Федерации:

- о социальном государстве;

- о гарантиях единого экономического пространства, поддержке конкурентной борьбы, равной охране различных форм собственности;

- о независимости финансовой работы и запрете монополистической деятельности, а также недобросовестной конкуренции;

- о недопущении установления таможенных пределов, пошлин, сборов, а также каких-либо других преград для беспрепятственного передвижения товаров, услуг, а также финансовых средств.

В соответствии со статьёй 71 Конституции РФ, в ведении Российской Федерации находятся:

- Формирование баз федеральной политики и федеральные программы в сфере финансового формирования Российской Федерации;

- Формирование законных баз общего торго;

Экономическое, денежное, кредитное, таможенное урегулирование, денежная эмиссия, основные принципы ценовой политики

Эти и прочие нормы Конституции Российской Федерации предопределяют государственное регулирование экономики, а также составляют фундамент законного предоставления подобного регулирования.

Кроме того в качестве особого предпринимательского кодекса в взаимоотношении конкретной области правительственного регулирования экономики необходимо выделить Федеральный указ с 28 декабря 2009 года № 381 – ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», в котором торговая деятельность обусловливается как вид предпринимательской деятельности, связанный с получением и реализацией товаров. В Законе об основах государственного регулирования торговли даются определения понятий оптовой, а также розничной торговли, которые рассматриваются в свойстве разновидностей трейдерской деятельности. Одним же из основных положительных и символических факторов Закона об основах государственного регулирования торговли считается то, что он регулирует взаимоотношения, которые появляются между органами государственной власти, органами регионального самоуправления, но и кроме того хозяйствующими субъектами в взаимосвязи со системой а также реализацией трейдерской деятельности, но кроме того взаимоотношения, образующиеся среди хозяйствующими субъектами при осуществлении ими трейдерской работы. Подобным способом, разговор проходит о едином регулировании вертикальных и горизонтальных предпринимательских отношений в области торговой деятельности. Кроме того, в соответствии с Федеральным законом Российская Федерация от 22 марта 1991 года № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», в Российской Федерации обеспечивается помощь конкурентной борьбы, независимость финансовой работы, не разрешается экономическая деятельность, нацеленная на монополизацию а также бесчестную конкурентную борьбу. В целом из вышесказанного возможно сделать

вывод, что, невзирая на то, что правительство берет на себя функции по устранению негативных общественно экономических результатов несовершенств рынка, формированию условий, которые обеспечивают деятельность государственного хозяйства в целом, его вмешательство в экономику никак не обязано являться безграничным. Пределом государственного регулирования экономики считается результативность рыночной экономики равно как концепции. Пересечение данной черты может послужить причиной к предсказанию финансовых стимулов, которые обеспечивают результативное функционирование рыночного механизма.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В следствии проделанного нами изучения возможно сделать соответствующее выводы.

1 Закон спроса отражает взаимозависимость среди стоимости товара и спросом на него: чем ниже цена, тем больше спрос, а также противоположно этому - чем ниже спрос, тем выше цена, то есть существует обратная зависимость. При объяснении закона спроса принимают во внимание: количество потребителей, моду и вкусы, ожидания потребителей, величину доходов, стоимость на принадлежащие товары, но кроме того общедоступность и полезность товаров.

2 Закон предложения – реакция величины предложения на динамику цены: при возрастающей стоимости количество предложения возрастает, а также напротив – при снижающейся стоимости предложение опускается. На величину предложения оказывают большое влияние детерминанты: изменение стоимости на ресурсы, иные товары;

изменение и внедрение новейших технологий;

перемена налогов также дотаций;

изменение числа изготовителей, погодных обстоятельств (подходящие естественно-атмосферные требования содействуют повышению предложения аграрной продукции);

выход на рынок новых компаний, преобразование бюджетно-налоговой политики (повышение налогов ведет к уменьшению предложения, но предоставление субсидий – к его повышению), а кроме того, общественно-политические процессы и войны.

3 Характерной чертой рыночного механизма считается то, что непосредственно любой его компонент тесным образом сопряжен со стоимостью. Концепция стоимости в рыночной экономике представляет значимость главной организующей силы. Стоимости продуктов предназначаются ориентирами, придерживаясь которых предприниматели и покупатели совершают собственный подбор.

4 В нынешних обстоятельствах важной, а также одной из ключевых целей работы государства, считается сохранение стабильного и безопасного для экологии формирования. Механизм рынка самостоятельно не гарантирует поддержку, а тем более воспроизведение находящейся вокруг природной среды.

Задача государства заключается в формировании требуемых условий для рационального отношения социального изготовления с природоохранительными мерами, в сохранении природоохранного равновесия. Подводя результат целой курсовой работы, что важными категориями рассмотрения микроэкономики считаются спрос и предложение, подчиненные воздействию конкретных законов. В соответствии с законом спроса покупатели склонны получить по низкой цене большее количество товара, чем по высокой; между ценой и величиной спроса имеется противоположная зависимость. Закон предложения в обстоятельствах торга учитывает непосредственную зависимость среди ценой и размером предлагаемого к реализации продукта: по более высокой цене изготовитель согласен производить и реализовать наибольшее число товара, чем по низкой. Рынок объединяет продавцов и потребителей; равновесная цена и размер продаж формируются в точке, где ожидание продавцов и потребителей схожи. Перемены в спросе или же предложении, стимулированные действием неценовых факторов, приводят к действию рыночных сил, благодаря которым баланс на рынке устанавливается в новой точке.

Актуальность этих проблем как никогда важна для рассмотрения, ведь это обуславливается ежедневной работой людей, так как любой индивид постоянно совершает покупки, подобным способом, напрямую участвуя в создании спроса, а также тем самым побуждая изготовителей формировать предложение товаров и услуг. Таким образом, с целью предельно абсолютного удовлетворения собственных нужд, следует подразумевать также прогнозирование действий производителей и покупателей на рынке: как себе поведут, что обуславливает подобное поведение, а также как следует вести себя самому. При анализе понятий спроса и предложения установили основные факторы, которые проявляют воздействие на них, было, кроме

того, установлено понятие эластичности, воздействующее на изменения спроса или же предписания в зависимости от разных условий, подобных как доход, цен на схожие продукты, но кроме того стоимости на непосредственно продукт. В особенности зависимость спроса и предложения от уровня цен на продукты отображается в варианте кривых спроса и предложения, что никак не только лишь демонстрирует изменение спроса и предложения с течением периода, однако и устанавливает их взаимозависимость от стоимости, что и именуется законом спроса а также законодательством предложения. Рассмотрев данные законы, что более полно и подробно их исследование даст возможность предельно близко характеризовать условия для свершения совершенной конкуренции на торге товаров и услуг, достигнуть условия рыночного равновесия, если размер спроса потребителей на продукт одинаков величине его предложения продавцами. Эта обстановка считается более подходящей как для соучастников обмена рынка, так и для экономики. Данное обозначает, что действие спроса и предложения на макроуровне остается никак не менее важным, нежели в микроэкономике, но, таким образом, и воздействие муниципальных мер на так именуемое совместное предложение и совокупный спрос никак не обязаны быть в стороне. В данной работе была достигнута поставленная цель и решены несколько вопросов:

- пересмотрены теоретические понятия спроса и предложения;
- выделены основные условия, оказывающие большое влияние на спрос и предложение;
- в работе выявлены законы спроса и предложения;
- проанализировано взаимодействие спроса и предложения.

Подобным способом, пересмотренные в курсовой работе проблемы и понятия продолжают удерживать свою актуальность, а также в том числе и призывают более глубокого рассмотрения учеными-экономистами. Значимость исследования данных вопросов обретает фактическое использование при планировании деятельности, как

отдельных домохозяйств, так и крупнейших государственных компаний при изготовлении товаров, а также услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 www.gsk.ru – сайт Федеральной службы государственной статистики
- 2 www.krsdstat.gks.ru - сайт Департамента государственной службы занятости населения Краснодарского края
- 3 Андриянов В.П., Щегрова Ф.В. Основы экономической теории: Учеб. пособие для средних профессиональных учебных заведений/Под ред. проф. Н.В. Сумцовой. – М.: Юнити-Дана, 2004. - 335 с.
- 4 Борисов Е.Ф. Экономическая теория: Учебник – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮРАЙТ-ИЗДАТ, 2005. – 399 с.
- 5 Вечканов, Г. С. Макроэкономика / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. – СПб.: Питер, 2009. – 527 с.
- 6 Гогохия, Д. А. Деньги, закон спроса и закон Вальраса/ Д. А. Гогохия // Мировая экономика и международные отношения. – 2006. - №1. – 117 с.
- 7 Иохин В.Я. Экономическая теория: Учебник – М.: Экономистъ, 2005. – 861 с.
- 8 Козырев В.М. Основы современной экономики: Учебник – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 544 с.
- 9 Куликов Л.М. Основы экономической теории: Учеб. пособие – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.
- 10 Курс экономики: Учебник/Под ред. Райзберга Б.А. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2006. – 627 с.
- 11 Райзберг Б.А. Основы экономики: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 408 с.
- 12 Экономика: Учебник/Архипов А.И. и др. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, изд-во «Прспект», 2007. - 840 с.
- 13 Экономика: Учебник/Под ред. А.С. Буланова – 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономистъ, 2006. – 831 с.
- 14 Экономическая теория (политэкономика): Учебник/Под общ. ред. акад. В.И. Видяпина, акад. Г.П. Журавлевой. – 4-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 640 с.

- 15 Экономическая теория / под ред. А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича. 3 изд. – СПб.: СПбГУЭФ, Питер, 2006. – 560 с.
- 16 Экономическая теория: Учебн. пособие/Под ред. А.Г. Грязновой и В.М. Соколянского – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2005. – 464 с.
- 17 Экономическая теория: Учебник для вузов/Под ред. проф. И.П. Николаевой. – М.: Юнити-Дана, 2004. - 510 с.
- 18 Экономическая теория: Учебник/Под ред. В.Д. Камаева, Е.Н. Лобачевой – М.: Юрайт-Издат, 2006. – 557 с.
- 19 Экономическая теория: учебное пособие для вузов по экономическим специальностям / под ред. О. С. Белокрыловой, О. Е. Германовой. - Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 592 с.
- 20 Швырков Ю. Государственное регулирование экономики // Экономист. - 2014. - №8. - с.35 - 48.