**,Задание для обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения**

ЮНОШИ, запишите домашнее задание в тетради, ЧИСЛО, № урока, тему урока.

С уважением, Людмила Ивановна

Высылать работу не надо!

Дата 05.10.2020г. (28.09.20)

Группа Э-19

Учебная дисциплина Человек и общество **ТЕТРАДЬ 12 листов, урок № 36- 38**

Тема занятия. Урок № **36** - **38**

Форма урока Лекция

**Содержание занятия**

Новый материал  **РЫНОК. ФИРМА. Роль государства в экономике. СПРОС**. **ПРЕДЛОЖЕНИЕ.**

**Задания** ПРОЧИТАЙТЕ текст

**1. Рынок и его виды**

Понятие "рынок" можно рассматривать с двух позиций: основой первой позиции является выделение его политического, идеологического и философского содержания, вторая позиция основана на приоритете экономического содержания, согласно которому рынок - это одна из экономических категорий товарного хозяйства, представляющая собой сферу товарного обмена. В этом случае рынок рассматривается как система, обеспечивающая сбалансированность спроса, отражающего объем и структуру общественных потребностей, и предложения, представляющего собой совокупность товаров, поступающих на рынок с целью реализации.

**Основными субъектами рынка являются:** **Продавец;** **Покупатель (потребитель);** **Продукт или услуга.**

Так как маркетинг рассматривается как управленческий процесс, целью которого является удовлетворение нужд (потребностей) потребителя, следует учитывать то обстоятельство, что не всегда покупатель является потребителем товара, поэтому в каждом конкретном случае следует это четко определить, что позволит установить обратную связь. Потребности в условиях рынка выступают в форме спроса, зависящего от цен товаров и покупательской способности населения.

**Участниками рынка являются все потенциальные потребители с определенными нуждами или потребностями, для удовлетворения которых они желают и способны принять участие в обмене. В случае, когда одна из сторон ищет возможные варианты обмена активнее, чем другая, она называется активным субъектом рынка, а вторая сторона - предполагаемым покупателем.**

**Рынок является регулятором воспроизводства и зависит от политических, экономических, социальных и других условий.**

**Выбор перспективных рынков является одним из важнейших решений, принимаемых руководителями высшего звена предприятия. Эффективность маркетинговых решений повышается, если они опираются на результаты маркетингового анализа, проводимого в следующих направлениях: определение типа рынка и оценка его масштаба и конъюнктуры, определение уровня сбалансированности, конкуренции, степени влияний макросреды на маркетинг фирмы и рыночную ситуацию в целом.**

**Тип рынка** определяется его территориальными характеристиками, сбалансированностью, маркетинговой деятельностью и т.д. В деловой практике существует множество специфических товарных рынков, которые отличаются друг от друга организационными формами, способами принятия решения о покупке и другими параметрами.

**Многообразие товарных рынков классифицируют по ряду укрупненных признаков, связанных с характером товарного обмена, границ его охвата, страновой или региональной принадлежностью, назначением товаров.**

**2. Понятие «ФИРМА»**

Предприятие (фирма) - это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Переход к рынку влечет за собой коренные изменения в формах хозяйствования, отношениях между собственниками, организаторами производства и наемными работниками. Предприятие предоставляет рабочие места, выплачивает заработную плату. Путем выплаты налогов оно участвует в реализации государственных программ, развитии экономики страны. Это означает, что в условиях рыночных отношений предприятие есть самоорганизующийся и самовоспроизводящийся социально-производственный организм, автономный центр производственных, хозяйственных и социальных решений.

Из этого следует, что предприятия - это обособленные экономические структуры. Их обособленность обусловливается товарным характером общественного производства.

В силу обособленности предприятия самостоятельны:

· в производственной деятельности (что и сколько производить, как производить);

· в коммерческой деятельности (что и сколько продавать, покупать, распределять);

· в распределении производственного продукта (что идет на собственные нужды, а сколько на обмен и накопление и т.д.).

Из вышеизложенного следует, что предприятия - это основное звено экономики. Эффективная работа предприятий - важнейшее условие успешного развития экономики страны.

Предприятие представляет собой производственно-технологическое, организационное и экономическое единство. Организационно оно является производственной единицей. Как правило, это завод, фабрика, шахта, электростанция, предприятие транспорта, связи, капитальное строительство, совхоз, оно может включать и несколько заводов или фабрик (комбинат, производственное объединение, концерн и т.д.).

**Предприятие** имеет собственное название, фирменный знак (марку), самостоятельный баланс, расчетный счет в банке. Оно несет имущественную ответственность по своим обязательствам, т.е. является юридическим лицом. Часто в хозяйственной практике используется понятие "фирма". Как правило, фирма представляет собой объединение однородных или смешанных предприятий.

Каждое предприятие в условиях рынка стремится производить те товары и услуги, которые дают наибольшую прибыль. В то же время в условиях рынка нет гарантии, что предприятие ее получит. Все это зависит от многих обстоятельств: правильного определения неудовлетворенных желаний покупателей и ориентации предприятия на их производство, уровня издержек производства, которые должны быть меньше, чем доходы, полученные от продажи своей продукции. Последнее зависит от производительности системы, НТП. уровня организации производства и труда, степени конкуренции и т.п. Это требует от каждого предприятия поиска своего пути развития, системы организации, маркетинга, своих форм хозяйствования.

Предприятия можно классифицировать по различным количественным и качественным параметрам. Основными количественными параметрами выступают численность работников и годовой оборот капитала.

В соответствии с критерием численности занятых **выделяют:**

· малые предприятия, или малый бизнес (до 100 человек);

· средние предприятия, или средний бизнес (до 500 человек);

· крупные предприятия, или крупный бизнес (свыше 500 человек).

Следует отметить, что именно малый бизнес играет значительную роль в экономике практически всех развитых стран, в нем занято до половины работающего населения. Термин "малое предприятие" характеризует лишь размеры фирмы, но не дает представления об организационно-правовой форме предприятия (малым может быть и частное, и государственное, и другое предприятие). В чем преимущества малого бизнеса: прежде всего гибкость, высокая адаптивная способность к изменениям рыночной конъюнктуры. Многочисленный характер мелких фирм создает возможности для широкого развития конкуренции.

Значительный процент банкротств среди предприятий малого бизнеса позволяет держаться на плаву только тем, кто функционирует наиболее эффективно. Роль малого бизнеса в современной экономике весьма многообразна. Он как бы связывает экономику в единое целое и образует своего рода фундамент, на котором вырастают более сложные и высокие ее этажи.

Среди качественных параметров классификации предприятий можно назвать следующие:

· тип собственности (частные или государственные);

· характер и содержание деятельности;

· ассортимент выпускаемой продукции;

· способы и методы ведения конкурентной борьбы;

· способ вхождения в различные союзы и объединения;

· организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

**3. РОЛЬ государства в экономике.**

Государство участвует в экономике практически повсюду, становясь все более активными участниками рыночных отношений. Оно использует **различные *методы регулирования экономической жизни****.*

А. *Правовые методы*

Заключаются в том, что государство принимает законы, призванные упорядочить взаимоотношения участников рыночной игры. Особое место среди этих законов занимает так называемое *антимонопольное законодательство,* законы, направленные на поддержку мелкого и среднего бизнеса, поддерживая таким образом разнообразную структуру производства.

Б. *Финансово-экономические методы*

К ним относятся прежде всего *налоги.*Увеличивая или уменьшая размер налогов, государство либо способствует развитию производства, либо тормозит его. Государство оказывает определенное влияние на экономику при проведении своей денежной политики. Под *денежной политикой*понимают политику государства по управлению денежной массой и кредитами. Главную ответственность за ее проведение, как правило, несет государственный банк страны, который регулирует ставку банковского процента. С ее помощью банк либо ограничивает, либо расширяет возможности получения предпринимателями кредита на развитие производства.

Государство также может помочь товаропроизводителям, вводя таможенные пошлины. *Пошлина —*это специальный налог государства на товары, покупаемые за границей. Он вводится для того, чтобы импортные товары были дороже отечественных и потребители выбирали последние. Тем самым государство, с одной стороны, сдерживает импорт, а с другой — защищает соответствующие отечественные отрасли (так, например, поступает правительство РФ при защите отечественных производителей автомобилей). К этой же группе относятся *налоги, бюджет, государственные инвестиции и др.*

В. *Экономическое программирование*

Заключается в том, что государство составляет примерные планы развития экономики на некоторый период. Но в отличие от командной экономики, где подобные планы являются обязательными и внедряются при помощи приказов сверху, в рыночной экономике они носят рекомендательный характер и на практике обычно оказывают определенное влияние на частных товаропроизводителей.

**Запишите в тетрадь.**

**1. Понятие «Рынок». Какие типы рынков вы знаете?**

2. Понятие фирмы и ее классификация

3. Методы государственного регулирования экономики.

**1. Понятие спроса и величины спроса. Закон спроса. Линия спроса.**

Покупатели предъявляют определенный *спрос* на благо. ***Спросом****называется готовность приобрести то или иное количество блага в зависимости от его цены.*

Под спросом понимается также **платежеспособная потребность**, т.е. потребность, которая обеспечена деньгами.

Спрос покупателей зависит от многих факторов: цена данного товара, доход покупателя, предпочтения покупателя, вкусы покупателя, количество покупателей, цены на другие блага и т. д.

Количество блага, которое потребители захотят купить по определенной цене, называется **объемом (величина) спроса**.

Зависимость объема спроса от определяющих его факторов называют **функцией спроса**. Она имеет следующий вид: *Qda=f(Pa, Рс, Рs, I, T, N, О, Е),*где Qda – объем спроса на товар ***а*** в единицу времени, Рa – цена товара ***а***; Рc – цена товара комплементария, Ps – цена товаров субститутов; I (income) – доход покупателя; T (tastes) – вкусы и предпочтения; N – число покупателей данного товара, О – ожидания покупателей, Е – прочие факторы.

*Qda=f(Pa* ) – прямая функция спроса – показывает зависимость объема спроса от цены данного товара.

Различают ценовой фактор спроса и неценовые факторы.

**Ценовой фактор** – это цена определенного товара. **Неценовые факторы** – это все остальные, кроме цены данного товара (см. функцию спроса).

.**При прочих равных условиях, при уменьшении цены растет объем спроса, и при увеличении цены объем спроса уменьшается – это закон спроса.**

**Цена спроса** – это максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за определенное количество данного товара.

**Максимальная цена спроса**– это цена, при которой объем спроса становится равен нулю.

 Закон спроса можно представить тремя способами:

1 Способ: табличный;

2 Способ: графический ;

3 Способ: математический.

**2. Понятие предложения**

**Предложением**называется готовность производителей предлагать к продаже определенные количества блага в зависимости от его цены.

Зависимость объема предложения от определяющих его факторов – функция предложения. Она имеет следующий вид: *Qsa=f(Ра, С, K, Т, X, N,Е),*где Qsa – объем предложения товара *а*; Ра – цена данного товара, С – цены на ресурсы (издержки),K – характер применяемой технологии; Т – налоги; X – природные условия; N – число продавцов данного товара; Е – прочие факторы.

*Qsa=f(Ра) –****прямая функция предложения****– показывает зависимость величины предложения от цены данного товара*

Различают ценовой фактор предложения и неценовые факторы.

**Ценовой фактор** – это цена определенного товара. **Неценовые факторы** – это все остальные, кроме цены данного товара.

Предположим, что все неценовые факторы предложения заданы и не изменяются. Рассмотрим, как изменяется предложение в зависимости от цены данного товара.

Количество блага, которое продавцы готовы продать по определенной цене, называется ***объемом (величина) предложения***.

**При прочих равных условиях**, **чем выше цена, тем больше величина предложения товара; чем ниже цена, тем величина предложения меньше – это закон предложения**

Цена предложения – минимальная цена, по которой продавец согласен продать определенное количество данного товара.

**3. Рыночное равновесие.**

**Равновесием на рынке** называется ситуация, когда продавцы предлагают к продаже ровно такое количество блага, которое покупатели решают приобрести (объем рыночного спроса равен объему рыночного предложения).

**Рыночный спрос** - это спрос всех потребителей на рынке на данный товар при определенной цене товара.

Определяется путем суммирования индивидуальных спросов покупателей.

**Рыночное предложение** – это предложение всех производителей на рынке на данный товар при определенной цене товара.

Определяется путем суммирования индивидуальных предложений производителей.

Цена, при которой объем рыночного спроса и равен объему рыночного предложения, называется **равновесной ценой**, а объемы спроса и предложения при этой цене называются **равновесным объемом продукции**.

**Ответьте:**

1. Что такое спрос, цена спроса?

2. Что такое предложение и ценовой фактор?

3. Что такое рыночный спрос и рыночное предложение?

**Форма отчета.**  Отчет по заданию записываем в тетрадь 12 листов.

**Получатель отчета.** Преподаватель Качусова Л.И