

Каспийский общественный университет
факультет сестринского дело

Государственный бюджет.

Рыночный механизм.

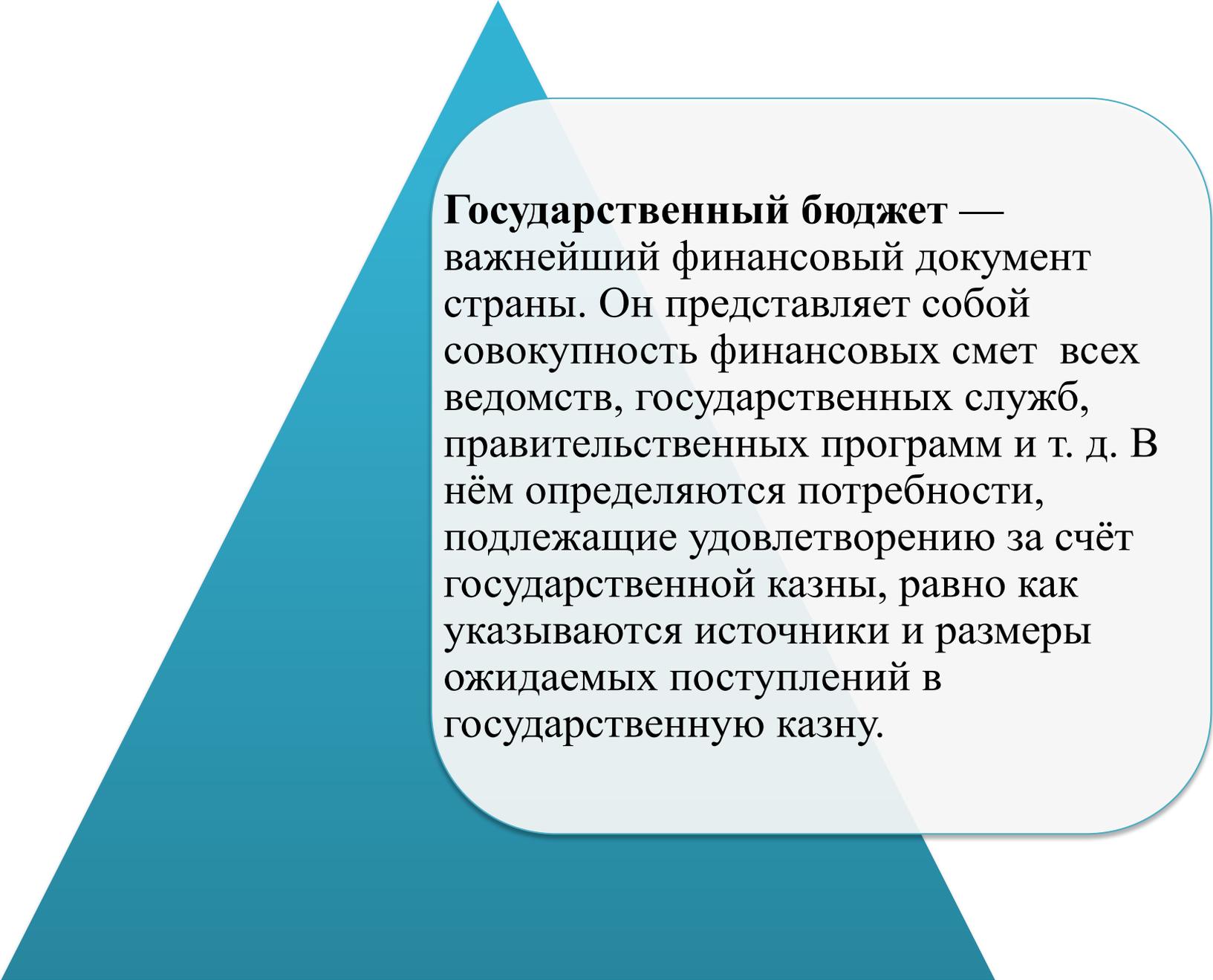
Конкуренция и монополизм.

группа : Бд

курс : 4

студент: Жоламанова.Г.Н

преподаватель: Кенже Жакуповна



Государственный бюджет — важнейший финансовый документ страны. Он представляет собой совокупность финансовых смет всех ведомств, государственных служб, правительственных программ и т. д. В нём определяются потребности, подлежащие удовлетворению за счёт государственной казны, равно как указываются источники и размеры ожидаемых поступлений в государственную казну.

- Деятельность государства по формированию, рассмотрению, утверждению, исполнению бюджета, а также составлению и утверждению отчёта об его исполнении называется бюджетный процесс

В бюджетную систему входят бюджеты следующих уровней:

Федеральный бюджет

местные бюджеты

- **Доходы государственного бюджета** — денежные средства, поступающие в безвозмездном и безвозвратном порядке в соответствии с действующей классификацией и существующим законодательством

Доходы формируются за счёт.

- налогов, взимаемых как центральными, так и местными органами власти;
- неналоговых доходов, складывающихся из доходов от внешнеэкономической деятельности, а также доходов от имущества, находящегося в государственной собственности;
- доходов целевых бюджетных фондов.

- *Расходы государственного бюджета — это денежные средства, направленные на финансовое обеспечение задач и функций государственного и местного самоуправления.*
- *Все расходы можно подразделить на следующие группы;*
- *военные;*
- *экономические;*
- *на социальные нужды;*
- *на внешнеполитическую деятельность;*
- *на содержание аппарата управления.*

Рыночный механизм: общая характеристика

Сущность и функции рынка.

Спрос: сущность и основные характеристики.

Предложение: сущность и основные характеристики.

Сущность рынка

Рынок — это совокупность общественных отношений по поводу купли-продажи товаров и услуг.

Рынок - это тип хозяйственных связей между экономическими субъектами, форма движения общественного продукта.

Предпосылками возникновения рынка являются:

- а) общественное разделение труда;
- б) экономическая самостоятельность и обособленность производителей;
- в) наличие сформировавшихся отношений собственности.

Функции рынка

- **Регулирующая функция** – согласование производства и потребления, обеспечение пропорциональности в производстве и обмене между регионами и сферами экономики.
- **Стимулирующая функция** - побуждение производителей к созданию новой продукции, снижению затрат; стимулирование НТП, повышение эффективности экономики.
- **Ценообразующая функция** – установление ценностных эквивалентов для обмена продуктов, общественная оценка реализуемых благ.
- **Информационная функция** – обеспечение участников рынка объективной информацией о спросе и предложении товаров и услуг (через механизм цен).
- **Санитрующая функция** – вытеснение неэффективных производителей с рынка.

Классификация рынков

1. По степени развития конкуренции:

- совершенный рынок;
- несовершенный рынок.

Черты совершенного рынка:

- 1) неограниченное число участников и свободная конкуренция между ними;
- 2) свободный доступ к любой хозяйственной деятельности;
- 3) абсолютная мобильность факторов производства;
- 4) наличие у каждого участника полной информации о рынке;
- 5) абсолютная однородность одноименных товаров;
- 6) ни один участник рынка не в состоянии оказать непосредственное влияние на рынок (в том числе на цену) либо на решение другого участника.

Классификация рынков

2. По объектам:

- рынок товаров и услуг (потребительский рынок);
- рынок факторов производства;
- финансовый рынок;
- рынок научно-технических разработок, патентов;
- рынок информации;
- рынок отдельных товаров или товарных групп и др.

3. По субъектам:

- рынок покупателей;
- рынок продавцов;
- рынок государственных учреждений,
- рынок промежуточных продавцов-посредников.

Классификация рынков

3. По географическому положению:

- местный (локальный) рынок;
- региональный рынок;
- национальный рынок;
- мировой рынок.

4. По уровню насыщения:

- равновесный рынок;
- дефицитный рынок;
- избыточный рынок.

Классификация рынков

5. По степени зрелости:

- неразвитый рынок;
- развитый рынок;
- формирующийся рынок.

6. По соответствию действующему законодательству:

- легальный рынок;
- нелегальный («черный» и «серый») рынок.

7. По характеру продаж:

- оптовый рынок;
- розничный рынок.

Спрос

Спрос на какой-либо товар характеризует наше желание купить то или иное количество этого товара.

Объемом спроса на какой-либо товар называют количество этого товара, которое согласно купить отдельное лицо, группа людей или население в целом в единицу времени (день, месяц, год) при определенных условиях.

Ценой спроса называют максимальную цену, которую покупатели согласны заплатить за определенное количество данного товара.

Предложение

Предложение характеризует готовность продавца продать определенное количество того или иного товара в определенный период времени.

Объемом предложения называют количество какого-либо товара, которое желает продать на рынке отдельный продавец или группа продавцов в единицу времени при определенных условиях.

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

- **Конкуренция** (лат. *concurrentia*, от лат. *concurro* — сбегаюсь, сталкиваюсь) — это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства.
- В экономике говорят о деловой конкуренции хозяйствующих субъектов, каждый из которых своими действиями ограничивает возможность конкурента односторонне воздействовать на условия обращения товаров на рынке, то есть о степени зависимости рыночных условий от поведения отдельных участников рынка.

С экономической точки зрения, конкуренция рассматривается в 3 основных аспектах:

- Как степень состязательности на рынке;
- Как саморегулирующий элемент рыночного механизма;
- Как критерий, по которому определяется тип отраслевого рынка.

Совершенная конкуренция — состояние рынка, на котором имеется большое число покупателей и продавцов (производителей), каждый из которых занимает относительно малую долю на рынке и не может диктовать условия продажи и покупки товаров. Предполагается наличие необходимой и доступной информации о ценах, их динамике, продавцах и покупателях не только в данном месте, но и в других регионах и городах. Рынок совершенной конкуренции предполагает отсутствие власти производителя над рынком и установление цены не производителем, а через функцию спроса и предложения.

Черты совершенной конкуренции не присущи ни одной из отраслей в полной мере. Все они могут лишь приближаться к модели.

Признаками идеального рынка (рынка идеальной конкуренции) являются:

- отсутствие входных и выходных барьеров в той или иной отрасли производства;
- отсутствие ограничений на количество участников рынка;
- однородность одноименных представленных продуктов на рынке;
- свободные цены;
- отсутствие давления, принуждения со стороны одних участников по отношению к другим

- **Несовершенная конкуренция** — конкуренция в условиях, когда отдельные производители имеют возможность контролировать цены на продукцию, которую они производят. Не всегда на рынке возможна совершенная конкуренция.
- Монополистическая конкуренция, олигополия и монополия являются формами несовершенной конкуренции. При монополии возможно вытеснение монополистом других фирм с рынка.

Признаками несовершенной конкуренции являются:

- демпинговые цены
- создание входных барьеров на рынок каких-либо товаров
- ценовая дискриминация (продажа одного и того же товара по разным ценам)
- использование или разглашение конфиденциальной научно-технической, производственной и торговой информации
- распространение ложных сведений в рекламной или иной информации касаясь способа и места изготовления или количества товаров
- умалчивание важной для потребителя информации

Потери от несовершенной конкуренции:

- неоправданный рост цен
- увеличение издержек обращения
- замедление научно-технического прогресса
- снижение конкурентоспособности на мировых рынках
- падение эффективности экономики.

Монополия— исключительное право на что-либо.

Применительно к экономике — исключительное право на производство, покупку, продажу, принадлежащее одному лицу, определённой группе лиц или государству.

Возникает на основе высокой концентрации и централизации капитала и производства. Цель — извлечение сверхвысокой прибыли. Обеспечивается посредством установления монопольно высоких или монопольно низких цен. Подавляет конкурентный потенциал рыночной экономики, ведёт к росту цен и диспропорциям.

Модель монополии:

- единственный продавец;
- отсутствие близких продуктов-заменителей;
- диктуемая цена.
- Следует отличать естественную монополию, то есть структуры, демонополизация которых либо нецелесообразна, либо невозможна: коммунальное хозяйство, метрополитен, энергетика, водоснабжение и др.

Монополистическая

конкуренция осуществляется тогда, когда много продавцов конкурируют, чтобы продать дифференцированный продукт на рынке, где возможно появление новых продавцов.

Олигополия — тип рынка, при котором в каждой отрасли хозяйства господствует не одна, а несколько фирм. Иными словами, в олигополистической отрасли производителей больше, чем в условиях монополии, но значительно меньше, чем в условиях совершенной конкуренции. Как правило, насчитывается от 3 и более участников.