«Сущность рынка. Развитие рыночных отношений в России»

Оглавление

[Введение 3](#_Toc263154367)

[I. ПОНЯТИЕ РЫНКА 7](#_Toc263154368)

[**1.** **О сущности рынка и рыночных отношений** 7](#_Toc263154369)

[**2.** **Спрос и Предложение** 9](#_Toc263154370)

[**3.** **Рынки ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ и рынки ПОТРЕБИТЕЛЕЙ** 16](#_Toc263154371)

[II. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА РОССИИ НА 2000-2010 гг 19](#_Toc263154372)

[1. О ситуации на розничных рынках в 2009 году 19](#_Toc263154373)

[**2.** **О ситуации на рынке оптовой торговли на 2000-2010 гг.** 27](#_Toc263154374)

[**3.** **Продажа и запасы отдельных видов продукции (товаров)** 30](#_Toc263154375)

[III. РАЗВИТИЕ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ 32](#_Toc263154376)

[**1.** **Общие экономические проблемы регионов России** 32](#_Toc263154377)

[2. **Проблемы формирования в России конкурентной среды** 33](#_Toc263154378)

[Основные направления государственного регулирования экономики. 34](#_Toc263154379)

[3. **Возобновление экономического роста в России** 35](#_Toc263154380)

[Заключение 38](#_Toc263154381)

[Список использованной литературы 40](#_Toc263154382)

## Введение

В данной работе рассматривается специфика и тенденции рыночных отношений в России.

Рынок как экономическая категория есть совокупность конкретных экономических отношений и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, отра­жающая экономические интересы субъектов рыночных отношений и обеспе­чивающая обмен продуктами труда.

Единство всех вышеназванных категорий в том, что они выражают единую сущность — экономические связи между людьми в процессе движения товаров, а различие (помимо указанных выше) в том, что каждая категория находится в определенной субординации, в определенном приближении или отдалении от сущности (обмен — сущность первого порядка; обращение — второго; рынок — третьего порядка).

Суть рыночных отношений сводится к возмещению затрат продавцов (това­ропроизводителей и торговцев) и получению ими прибыли, а также удовлетво­рению платежеспособного спроса покупателей на основе свободного взаимного соглашения, возмездности, эквивалентности и конкурентности. Именно это и составляет родовые, сущностные черты рынка. Материальную основу рыночных отношений составляет движение товара и денег. Но, так как рынок функционирует в определенной экономической системе и, развиваясь, превращается в самостоятельную подсистему, то это не может не обусловить специфику форм его проявления (различный удельный вес рыночных отношений во всей экономической системе, различная организация рынка, различные формы, методы и размеры регулирования и т.д.). Наличие специфических черт у рынка (ассортимент товаров, организация рынка, традиций и т.д.) позволяет говорить о рос­сийском, американском, японском и других рынках.

Конкретной формой функционирования рыночных отношений является, как известно, конкуренция. Поэтому для исследования специфики рыночных отношений в РФ необходимо рассмотреть проблему конкуренции и монополизма в российской экономике. Кроме того в работе уделяется внимание специфике и тенденциям развития малого бизнеса. Малое предпринимательство, как обстоятельно показано в литературе — существенная составляющая и массовая субъектная база цивилизованного рыночного хозяйства, неотъемлемый элемент присущего ему конкурентного механизма. Этот предпринимательский уклад придает рыночной экономике должную гибкость, мобилизует крупные финансовые и производственные ресурсы населения, несет в себе мощный антимонопольный потенциал, служит серьезным фактором структурной перестройки и обеспечения прорывов по ряду направлений научно-технического прогресса, во многом решает проблему занятости и другие социальные проблемы рыночного хозяйства. Вот почему становление и развитие малого предпринимательства (конечно, в единстве с крупным бизнесом) представляет собой стратегическую задачу реформационной экономической политики.

Основное свойство экономики рыночного типа состоит в распространении рыночных отношений на все хозяйственные сферы, проникновение их во все отрасли, охват всех регионов страны. Это свойство можно назвать всеобщностью рыночных отношений. Хотя глубина проникновения рыночных отношений, широта охвата ими социально-экономических явлений и процессов различны в разных отраслях и секторах экономики, практически ни один из них не оказывается вне зоны воздействия рынка. Таким образом, вся экономика становится как бы совокупностью многообразных рынков, различающихся только степенью, мерой, глубиной проникновения рыночных отношений в отдельные части хозяйственной системы. Рынок существует уже не только в качестве территориально и функционально обособленной ячейки экономики, но проникает в виде рыночных отношений во все клетки экономического организма.

Государственное вмешательство в экономику является объективно необходимым для любого правительства независимо от того, рыночная это экономика или командно-распределительная. В распределительной экономике государство берет на себя все права и обязанности по производству и распределению товаров и услуг. Здесь просто нечего регулировать. Однако такая система на деле показала свою неэффективность и несостоятельность.

В рыночном хозяйстве перед правительством не стоят задачи непосредственной организации производства товаров и распределения ресурсов. Оно не имеет права свободно распоряжаться ресурсами, капиталом и произведенными товарами, как это происходит в командно-распределительной экономике.

Рыночная система - это прежде всего прерогатива в принятии решений производителями и потребителями. Рыночный механизм не в состоянии разрешить все проблемы экономического роста - этим и объясняется актуальность исследования - в необходимости определения роли государства в рыночном механизме, их влиянии другу на друга.

Объект исследования – Рынок. Развитие рыночных отношений в России.

Предмет исследования – рынок и развитие рыночных отношений за последние 10 лет.

Цель исследования - рассмотреть основные понятия и особенности, а также выявить направления развития рынка и рыночных за последние 10 лет.

Задачи, решаемые в ходе работы:

- определить понятие рынка рыночных отношений, выявить взаимное влияние субъектов рыночных отношений;

- рассмотреть основные виды рынка, статистические данные;

- определить роль государственного влияния на рынок;

- дать характеристику Общим экономическим проблемам регионов России

В первой главе работы рассмотрены основные вопросы, затрагивающих тему рынка и рыночных отношений в России.

Во второй главе рассмотрены вопросы, связанные с развитием рыночных отношений за последние 10 лет.

В третьей главе рассмотрены вопросы, связанные с проблемами рыночных отношений в России и их решение

Для написания работы использовалась специальная литература по экономике: учебники, учебные пособия, справочная информация, статистические данные.

## ПОНЯТИЕ РЫНКА

1. **О сущности рынка и рыночных отношений**

**Нужды**

Исходной предпосылкой, лежащей в основе экономических отношений, является идея человеческих нужд. Нужда - это чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо. Нужды людей многообразны и сложны. Тут и основные физиологические нужды в пище, одежде, тепле и безопасности; и социаль­ные нужды в духовной близости, влиянии и привязанности; и личные нужды в знаниях и самовыражении. Эти нужды не создаются, а являются исходными составляющими природы человека. Если нужда не удовлетворена, человек чувствует себя обездоленным и несчастным. И чем больше значит для него та или иная нужда, тем глубже он переживает. Неудовлетворенный человек сделает одно из двух: либо займется поисками объекта, способного удовлетворить нужду, либо попытается заглушить ее. Следовательно, исходная монада для возникновения экономических отношений является двойственная пара "нужда-удовлетворение". Это монада поистине универсальна.

**Потребности**

Второй исходной предпосылкой, уточняющей понятие нужды является идея человеческих потребностей. Потребность- это нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивидуума. Например, проголодавшемуся   жителю тропиков   требуются  плоды тропических деревьев,  городскому жителю – пирожок с мясом и т.д. Потребности выражаются в объектах, способных удовлетворить нужду тем способом, который присущ культурному укладу данного общества. По мере прогрессивного развития общества растут и потребности его членов. Люди сталкиваются со все большим количеством объектов, пробуждающих их любопытство, интерес и желание. Производители со своей стороны предпринимают целенаправленные действия для стимулирования желания обладать товарами. Они пытаются сформировать связь между тем, что они выпускают, и нуждами людей. Товар пропагандируют как средство удовлетворения одной или ряда специфических нужд. Деятель маркетинга не создает нужду, она уже существует.

**Запросы**

Потребности людей практически безграничны, а вот ресурсы для их удовлетворения ограничены. Так что человек будет выбирать те товары, которые доставят ему наибольшее удовлетворение в рамках его финансовых возможностей. Запрос-это потребность, подкрепленная покупательной  способностью.  Человек выбирает товар, совокупность свойств которого обеспечивает ему наибольшее удовлетворение за данную цену, с учетом своих специфических потребностей и ресурсов.

**Товары**

Человеческие нужды, потребности и запросы наводят на мысль о  существовании товаров для их удовлетворения. Товар-все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. Чем полнее соответствует товар желаниям потребителя, тем большего успеха добьется производитель. Мораль заключается в том, что производители должны отыскивать потребителей, которым они хотят продавать, выяснять их потребности, а затем создавать товар, как можно полнее удовлетворяющий эти потребности.  Понятие «товар» не ограничивается физическими объектами. Товаром можно назвать все, что способно оказать услугу, т. е. удовлетворить нужду. Помимо изделий и услуг, это могут быть личности, места, организации, виды деятельности и идеи.

**Обмен**

Обмен-акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен. Из всех  способов удовлетворения нужд наибольшими преимуществами обладает обмен. При нем людям не приходится посягать на права других, не приходится зависеть от чьей-то благотворительности. Не приходится им и производить самостоятельно любой предмет первой необходимости независимо от того, умеют они это делать или нет. Можно сосредоточиться на создании вещей, производство которых они хорошо освоили, а потом поменять их на нужные предметы, сделанные другими. В результате совокупное производство товаров в обществе возрастает. Но обмен, его осуществление,  зависит от соглашения между сторонами о его условиях. Если соглашение достигнуто, можно сделать вывод, что в результате обмена все его участники получают выгоду (или по крайней мере не несут ущерба), поскольку каждый из них был волен либо отклонить, либо принять предложение.

Сделка-коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами (денежная, бартерная).

1. **Спрос и Предложение**

1. Отрицательный спрос. Рынок находится в состоянии отрицательного спроса, если большая его часть недолюбливает товар и согласна даже на определенные издержки, лишь бы избежать его. У людей негативный спрос на прививки, стоматологические процедуры, операции по удалению семявыводящих протоков и операции на желчном пузыре. У работодателей ощущается отрицательный спрос на наем бывших заключенных и алкоголиков.

2. Отсутствие спроса. Целевые потребители могут быть не заинтересованными в товаре или безразличными к нему. Так, фермеры могут не заинтересоваться новым агротехническим приемом, а студенты колледжа - изучением иностранного языка.

3. Скрытый спрос. Многие потребители могут испытывать сильное желание, которое невозможно удовлетворить с помощью имеющихся на рынке товаров или услуг. Существует большой скрытый спрос на безвредные сигареты, безопасные жилые микрорайоны и более экономичные автомобили.

4. Падающий спрос. Рано или поздно любая организация столкнется с падением спроса на один или несколько своих товаров. Снижается посещаемость церквей, падает число желающих поступать в частные колледжи.

5. Нерегулярный спрос. У многих организаций сбыт колеблется на сезонной, ежедневной и даже почасовой основе, что вызывает проблемы недогрузки и перегрузки. Большая часть общественного транспорта не загружена во время дневного затишья и не справляется с перевозками в часы пик. По будням в музеях мало посетителей, зато в выходные дни залы переполнены. В начале недели на операции в больницах - очередь, а к концу недели заявок меньше, чем нужно.

6. Полноценный спрос. О полноценном спросе говорят, когда организация удовлетворена своим торговым оборотом.

7. Чрезмерный спрос. У ряда организаций уровень спроса выше,   чем они могут или хотят удовлетворить.

8. Нерациональный спрос. Противодействие спросу на товары, вредные для здоровья, требует целеустремленных усилий. Проводятся кампании против распространения сигарет спиртных напитков, наркотических средств, вызывающих привыкание, огнестрельного оружия, порнографических фильмов, против создания больших семей.

 9.Сбалансированный спрос. Этот вид спроса возникает тогда, когда между спросом и предложением возникает устойчивый равновесный режим  обмена товарами и услугами. Это и есть, с точки зрения синергетики, "точка бифуркации" монады "спрос-предложение".

**Рынок: понятие и особенности.**

Решив построить рыночную экономику, мы должны, прежде всего, представлять ее образ, видеть хотя бы контуры, усвоить суть рыночных отношений. Однако глубокому восприятию и пониманию рынка советским человеком препятствует несколько причин.

Во-первых, мы подлинной рыночной экономики во всех ее многочисленных проявлениях практически не видели и не знали. Если кто и бывал в странах свободного рынка, то он лицезрел только его внешний облик, не вникая в суть внутренних механизмов рыночных отношений.

Во-вторых, нас рыночным отношениям не учили. В школах, техникумах, институтах, по радио и телевидению нам внушали, что за рубежом загнивающая, кризисная экономика с эксплуатацией и порабощением трудящихся людей. Учебники, содержащие подлинное описание рынка и рыночной экономики, труды так называемых буржуазных экономистов либо вообще не переводились и не издавались, либо становились известными только узкому кругу специалистов.

В-третьих, те естественные ассоциации, которые возникают у каждого из нас при слове “рынок”, так или иначе связаны с колхозным рынком, базаром, то есть рыночными формами, существовавшими в советской экономике. Но эти аналогии весьма далеки от реального цивилизованного современного рынка и, значит, порождают искаженное представление о подлинной рыночной экономике.

Термины “рынок” и “рыночная экономика” в нашей стране обычно трактуются только как товарообменные операции и товарно-денежные отношения, иными словами, как торговля, обмен, но такое представление примитивно.

Рынок - это вся система многообразных экономических отношений между людьми, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления, основанная на определенных принципах, главным из которых является свобода экономической деятельности. Чтобы хотя бы в общих чертах уяснить смысл, суть, содержание рынка, надо рассмотреть принципы рыночной экономики и ее структуру.

Принцип свободы экономической, хозяйственной, предприниматель-ской деятельности личности, семьи, социальной группы, предприятия во всех сферах жизни в рамках соблюдения законности предопределяет возможность любого экономического субъекта реализовать свои способности, желание самым активным образом по собственному выбору участвовать в общественном производстве, быть товаропроизводителем или посредником между производителем и потребителем, организовать свое дело. В этом основополагающем принципе есть две стороны: предоставление каждому активному субъекту собственнических и предпринимательских прав, помогающих воплотить замыслы в конкретные объекты, а также ликвидация чрезмерных ограничений на формы, виды, объемы предпринимательства предприятий и граждан. Необходимо вместе с тем понимать, что свобода действий предпринимателя в условиях рыночной экономики не является абсолютной. Она, как и в любой другой экономической системе, ограничена, прежде всего, законами. На них основан принцип государственного регулирования рынка и рыночных отношений. Любая рыночная экономика в цивилизованном государстве регулируема. Вопрос может быть поставлен лишь о мерах и способах государственного воздействия на рынок и законодательного оформления подкрепляющих их юридических актов. В качестве инструментов регулирования рынка выступают государственные программы, налогообложение, финансово-кредитная и банковская системы, трудовое законодательство, ценовые ограничения, противомонопольные меры. Важно и то, что рыночная свобода возникает не просто так, она сопряжена с экономической ответственностью и риском предпринимателя. Рыночная экономика, вводя равноправие многообразных форм собственности, опираясь на ее приватизацию, возбуждает чувство ответственности, ибо он может потерять деньги, имущество, работу.

Кроме того, рынок подрывает диктат производителя, способствуя диктату над ним со стороны потребителя. В этом смысле рыночная экономика опирается на принцип примата потребителя, его главенства. В условиях административно-командной экономики, порождающей дефицит, наступает власть производителя над потребителем, превращение последнего под воздействием очередей и нехватки в покорного просителя, говорящего спасибо за все, что ему дают. В рыночной экономике ценовой механизм и система конкуренции вызывают соперничество между производителями в борьбе за покупателя, потребителя. Появляется особый вид ответственности перед потребителем, ибо его потеря означает снижение дохода, прибыли, а иногда и крах фирмы.

Рыночной экономике свойствен принцип рыночного ценообразования. Как известно, цена формируется на рынке в результате торга продавца и покупателя, взаимодействия спроса и предложения. Эта цена возникает в итоге установления баланса противонаправленных тенденций: желания одной стороны продать товар подороже и другой стороны - купить подешевле. В нормально функционирующей экономике цена на свободном рынке не опускается ниже себестоимости и не поднимается выше суммы себестоимости и прибыли, соответствующей среднему нормативу рентабельности. Продавать по более низкой цене просто невыгодно, а при высокой прибыльности товара его тут же начинают производить и продавать конкуренты, и цена падает.

Рыночной экономике присущ принцип договорных, контрактных отношений. В нашей практике это означает переход от управления по вертикали к управлению по горизонтали, то есть на основе соглашения между равноправными экономическими субъектами. Значительное ослабление распорядительства со стороны вышестоящих организаций в экономике рыночного типа, экономическая свобода хозяйствующих субъектов настоятельно потребует приведения в действие механизмов саморегуляции, роль которых особенно важна на уровне предприятий, учреждений.

Принцип открытости экономики означает, что свобода предпринимательства распространяется на внешнеэкономические связи и выражается в том, что хозяйственные организации и предприятия обладают правом осуществлять внешнеэкономические операции при соблюдении определенных условий и ограничений. Реализация этого принципа является основным условием интеграции страны в систему мирохозяйственных связей и проникновения на мировой рынок. Защита внутренних интересов в условиях открытости экономики обеспечивается соблюдением признанных международных норм и установленного законодательства страны.

Рыночная экономика немыслима без реализации принципа конкуренции. Без конкуренции рыночный механизм не работает. Конкуренция должна быть, прежде всего, между отдельными товаропроизводителями, предприятиями, выпускающими однородную продукцию. Она крайне необходима во избежание монополизации и захвата рынка. Конкуренция представляет одно из самых эффективных и действенных средств возбуждения деловой активности, использования достижений научно-технического прогресса, роста качества продукции, удовлетворения меняющихся запросов потребителей.

Если централизованная экономика опирается на непосредственное управление материально-вещественными объектами и процессами, то рыночная экономика тяготеет к управлению при помощи принципа воздействия на финансы и денежное обращение. Другими словами, рыночная экономика гораздо полнее использует механизм стоимости и товарно-денежные отношения. В этом смысле можно утверждать, что рыночной экономике более присущи экономические методы управления. На практике это находит воплощение в значительном повышении роли денег, кредита, банков, распределительной и налоговой систем, цен.

Основное свойство экономики рыночного типа состоит в распространении рыночных отношений на все хозяйственные сферы, проникновение их во все отрасли, охват всех регионов страны. Это свойство можно назвать всеобщностью рыночных отношений. Хотя глубина проникновения рыночных отношений, широта охвата ими социально-экономических явлений и процессов различны в разных отраслях и секторах экономики, практически ни один из них не оказывается вне зоны воздействия рынка. Таким образом, вся экономика становится как бы совокупностью многообразных рынков, различающихся только степенью, мерой, глубиной проникновения рыночных отношений в отдельные части хозяйственной системы. Рынок существует уже не только в качестве территориально и функционально обособленной ячейки экономики, но проникает в виде рыночных отношений во все клетки экономического организма. Изучение структуры рынка позволяет решить двуединую задачу.

С одной стороны, мы получаем комплексное представление о рыночной экономике как о единстве взаимосвязанных и взаимодействующих разнообразных рынков.

С другой стороны, становится возможным сопоставить нынешнее состояние отдельных рынков или рыночных сфер экономики с тем, которое должно быть при переходе к развитым рыночным отношениям. Тем самым удается оценить степень необходимых преобразований при переходе к рыночной экономике и характер их воздействия на людей.

При наиболее укрупненной структуризации в составе единого рынка обычно выделяют следующие виды отдельных рынков:

- рынок потребительских товаров, услуг, жилья, зданий и сооружений непроизводственного назначения;

- рынок средств производства и производственных видов деятельности;

- рынок денег, валюты, ценных бумаг;

- рынок труда, рабочей силы, рабочих мест;

- рынок информации, интеллектуального продукта, инноваций.

Таким образом, рынок является особым экономическим механизмом, который через конкуренцию способствует рациональному распределению ресурсов, влияет на объем и структуру производства, заставляет потребителя выбирать рациональную систему потребления и, в конечном итоге, оздоровляет экономику России, освобождая ее от убыточных, неконкурентоспособных предприятий.

1. **Рынки ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ и рынки ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

В экономике существуют два типа взаимоотношений между производителями и потребителями товаров

**спрос рождает предложение**

Покупатель на этом рынке является самодостаточным. Он определяет "климат" взаимоотношений на рынке. Производители чутко прислушиваются к мнению покупателей и стараются дать на рынок товар, который покупатель может купить.

**предложение рождает спрос**

Это рынок продавца. Он диктует покупателю номенклатуру товаров и цены на них.

В общеэкономическом плане под рынком понимается место, где собираются для совершения акта купли-продажи как продавцы, так и покупатели, все субъекты купли-продажи определенных товаров. В маркетинге обычно под рынком понимается совокупность всех потенциальных потребителей, испытывающих потребность в товарах определенной отрасли и имеющих возможность ее удовлетворить.

Рынок создается вокруг различных объектов, представляющих какую-нибудь ценность. В этом плане говорят о рынке потребительских товаров, рынке труда, рынке ценных бумаг, рынке капитала и т.д. В зависимости от вида потребителей различают следующие типы рынков: потребительский рынок и, рынки организаций или организационные рынки. Последние подразделяются на рынки продукции производственно-технического назначения, рынки перепродаж и рынки государственных учреждений.

*Потребительский рынок —* совокупность индивидов и семей, покупающих товары и услуги для личного потребления. Рынки потребительских товаров характеризуются наличием массового потребителя, разнообразной конкуренцией, децентрализоваяной структурой.

*Рынок продукции производственно-технического назначения —* совокупность;

организаций и частных лип, приобретающих товары и услуги, которые используются при производстве других продуктов. Ключевой стратегией маркетинга продукции производственного назначения является системная продажа, при реализации которой покупатель совершает системную закупку.

*Системная закупка —* закупка пакетного решения проблемы с целью избежать закупок отдельных составляющих данной проблемы. Например, закупи правительством систем вооружения через генерального подрядчика вместо самостоятельных закупок отдельных компонентов данных систем по отдельности. В системную закупку обычно также входит набор услуг.

*Рынок перепродаж —* совокупность организаций и индивидуальных лиц, приобретающих товары с целью их перепродажи или сдачи в аренду.

*Рынок государственных учреждений —* государственные учреждения всех уровней (с общегосударственного до местного), покупающие или арендуют товары и услуга для выполнения своих функции.

В отличие от потребительского рынка рынок продукции производственно-технического назначения характеризуется меньший числом покупателей, однако закупающих продукцию в большем количестве. Например, закупка автопокрышек автомобилестроительными компаниями.

Кроме того, величина закупок продукции производственно-технического назначения определяется спросом на конечную продукцию — например, легковые автомобили.

Можно выделить следующие особенности организационных рынков по сравнению с рынками потребительских товаров:

1. Они является более профессиональными, особенно относительно покупателей.

2. В принятии решения о покупке, как правило, принимают участие несколько человек.

3. Продавец и покупатель в большей степени зависят друг от друга.

4. Стремятся устанавливать долгосрочные контакты.

5. Гораздо чаще используются прямые покупки.

6. При выборе покупки гораздо меньшую роль играют эмоциональные факторы.

Многие организационные рынки характеризуются неэластичным спросом, т.е. спрос слабо реагирует на изменение цены. Вряд ли фабрики готовой одежды больше будут закупать материала при снижении на него цены. В данном случае объем подобных закупок скорее диктуется величиной спроса на готовую продукцию.

В зависимости от того, кто доминирует на рынке, последний подразделяется на рынок продавца и рынок покупателя.

Рынок продавца характеризуется более сильной позицией на нем продавцов по сравнению с покупателями.

Рынок покупателя характеризуется более сильной позицией на нем покупателей по сравнению с продавцами.

В зависимости от степени вовлеченности потребителя в процесс продаж выделяют:

потенциальный рынок; доступный рынок; квалифицированный доступный рынок;

целевой рынок; освоенный рынок.

Потенциальный рынок — совокупность потребителей, проявляющих некоторый интерес к определенному продукту.

Доступный рынок — группа потребителей, имеющих интерес, средства и доступ к определенному продукту.

## ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА РОССИИ НА 2000-2010 гг

1. О ситуации на розничных рынках в 2009 году

1. На 1 декабря 2009 года на территории Российской Федерации функционировало 3573 розничных рынка. За прошедший год (по сравнению с 1 декабря 2008г.) их число сократилось на 155 рынка (4%). В основном рынки были трансформированы в торговые центры, супермаркеты и другие современные форматы торговли.

Рисунок 1

За прошедший год число рынков сократилось в 52 субъектах Российской Федерации, причем в большинстве из них сокращение было незначительным (1-3 рынка). В то же время В Московской области закрылось или было переоборудовано в торговые объекты другого формата 13 рынков, Самарской области – 12 рынков, Ростовской области – 11 рынков, Республике Башкортостан, Краснодарском крае, Тюменской области, г. Москве – по 10 рынков, Саратовской, Челябинской, Иркутской областях – по 8 рынков.

В 16 субъектах Российской Федерации в 2009 году (по состоянию на 1 декабря) открылись новые рынки, среди них Забайкальский край и Тверская область (по 5 рынков), Новгородская область (8 рынков), Костромская, Астраханская и Оренбургская области (по 4 рынка).

Число рынков в субъектах Российской Федерации сокращалось в основном за счет закрытия (переоборудования) рынков универсального типа. За период с 1 декабря 2008 года по 1 декабря 2009 года их число сократилось на 127 объектов. В качестве положительной тенденции необходимо отметить постепенное увеличение числа сельскохозяйственных рынков: на 1 декабря 2008 года функционировало 178 рынков указанной специализации, на 1 апреля 2009 года – 183, на 1 июля – 187, на 1 сентября – 193, на 1 декабря – 200 рынков. Число сельскохозяйственных кооперативных рынков выросло за этот период с 7 до 13. Вместе с тем, сельскохозяйственные и сельскохозяйственные кооперативные рынки составляют только 6% от общего числа рынков (на 1 декабря 2008г. – 5%).

Рисунок 2

Количество торговых мест на рынках составило на 1 декабря 2009 года 983,3 тысячи. Наиболее крупные рынки функционировали в г. Москве (в среднем на один рынок приходилось 503 торговых места), Республике Северная Осетия-Алания (522 места), Липецкой области (541 место), Республике Дагестан (566 мест), Кабардино-Балкарской Республике (700 мест) и Республике Хакасия (779 мест). По специализации рынков наибольшее число торговых мест наблюдалось в расчете на один вещевой рынок (351 место), универсальный (286 мест) и рынок по продаже радио- и электробытовой техники (238 мест).

По сравнению с аналогичной датой 2008 года число торговых мест на рынках сократилось на 51,1 тыс., или на 5%. Более четверти сокращенных за прошедший год мест размещалось на рынках г. Москвы; почти половина из них - на рынках республик Башкортостан, Северная Осетия-Алания, Ставропольского, Краснодарского, Хабаровского краев, Московской, Самарской, Ростовской, Брянской, Омской областей.

2. Изменения **уровня использования торговых мест** в течение года носили в основном сезонный характер. Вместе с тем, в 2009 году по сравнению с 2008 годом наблюдалась тенденция снижения уровня использования торговых мест. Его среднегодовой уровень составил 76,7% против 78,2% в 2008 году, причем на сельскохозяйственных кооперативных рынках он снизился с 85,9% до 77,7%, специализированных вещевых рынках – с 82,3% до 77,9%, по продаже радио- и электротоваров – с 77,1% до 72,2%. В то же время на сельскохозяйственных рынках указанный показатель увеличился за год с 67,8% до 68,3%, специализированных рынках по продаже продуктов питания – с 81,0% до 83,5%, по продаже строительных материалов – с 90,5% до 92,7%.

Рисунок 3

К концу 2009 года выросло число субъектов Российской Федерации где уровень использования торговых мест не превышал 70%.

Таблица 1

**Группировка СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

 **по УРОВНЮ ФАКТИЧЕСКОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

| *Число фактически используемых торговых мест в % к общему числу торговых мест* | *Число субъектов Российской Федерации, единиц*  |
| --- | --- |
| *на 1 декабря* *2008г.* | *на 1 января 2009г.* | *на 1**апреля 2009г.* | *на 1 июля 2009г.* | *на 1 октября 2009г.* | *на 1 декабря 2009г.* |
| до 70,0 | 18 | 25 | 25 | 18 | 19 | 25 |
| 71,0-80,0 | 32 | 36 | 36 | 35 | 40 | 38 |
| 81,0-90,0 | 26 | 16 | 17 | 23 | 19 | 14 |
| Свыше 90,0 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 |

1. *с учетом образования Забайкальского края*

Данные об уровне использования торговых мест на розничных рынках по субъектам Российской Федерации приведены в приложении.

3. **Распределение торговых мест** на рынках между хозяйствующими субъектами остается постоянным. Наибольшая часть из них закреплена за индивидуальными предпринимателями. По состоянию на 1 декабря 2009г. предприниматели арендовали 770,5 тыс. торговых мест, или 78,4% от их общего числа. Вместе с тем, как и год назад, почти 20% этих мест не использовалось.

Рисунок 4

В целом по Российской Федерации за частными лицами (населением) на 1 декабря 2009г. было закреплено 169,6 тыс. торговых мест, или на 7% меньше, чем на аналогичную дату 2008 года. Коэффициент их использования составлял 59,6% (на 1 декабря 2008г. – 61,8%).

Крестьянским (фермерским) хозяйствам было выделено 12,4 тыс. торговых мест, что на 4% меньше, чем на 1 декабря 2008 года. Но и эти торговые места использовались в среднем по России лишь наполовину (51,4%), а на рынках Республики Хакасия, Забайкальского края, Липецкой, Орловской, Тверской, Тульской, Магаданской областей уровень их фактического использования не превышал 15%. В республиках Коми, Ингушетия, Тыва, Чеченской Республике торговые места крестьянским (фермерским) хозяйствам, как и в 2008 году, не выделялись.

 Вместе с тем, на рынках республик Карелия, Алтай, Бурятия, Саха (Якутия), Владимирской, Астраханской, Кировской, Амурской областей, Еврейской автономной области отмечалось 100%-ное использование торговых мест, выделенных крестьянским (фермерским) хозяйствам.

4. В 2009 году на фоне снижения покупательского спроса наблюдалась переориентация населения с магазинов на рынки. Несмотря на то, что в целом за январь-ноябрь 2009 года по сравнению с соответствующим периодом 2008 года произошло снижение объема продажи, его темпы на розничных рынках значительно ниже темпов снижения оборота розничной торговли в целом (на 1,8% и 5,7%). Доля рынков в обороте розничной торговли составила в январе-ноябре 2009 года 13,7% против 13,2% в январе-ноябре 2008 года.

На розничных рынках население покупало в 2009 году более 10% продовольственных товаров, по непродовольственным товарам они формировали около 17% общего объема продажи указанных товаров. По –прежнему велика роль рынков в обеспечении населения мясом и птицей, плодоовощной продукцией, одеждой, обувью, чулочно-носочными изделиями, коврами и ковровыми изделиями. Вместе с тем, удельный вес рынков в общем объеме продажи аудио- и видеоаппаратуры, бытовых электротоваров не превышал 4%.

Таблица 2

|  |
| --- |
| Динамика продажи потребительских товаровна розничных рынкахв 2009 году |
|
|
|  | в % к предыдущему месяцу, в сопоставимых ценах |
|  | I 1) | II | III | IV | V | VI | VII | VIII | IX | X | XI | XII |
| Мясо животных | … | 95 | 97 | 102 | 103 | 98 | 100 | 102 | 97 | 104 | 100 | 111 |
| Мясо домашней птицы | … | 93 | 98 | 105 | 111 | 95 | 103 | 101 | 99 | 101 | 100 | 108 |
| Продукты из мяса | … | 93 | 98 | 99 | 108 | 96 | 99 | 106 | 97 | 105 | 102 | 105 |
| Рыба и морепродукты | … | 93 | 100 | 102 | 104 | 95 | 98 | 103 | 99 | 104 | 101 | 109 |
| Масло животное | 90 | 83 | 93 | 109 | 98 | 105 | 101 | 98 | 100 | 106 | 104 | 111 |
| Масла растительные  | 78 | 82 | 105 | 103 | 104 | 99 | 105 | 108 | 109 | 98 | 101 | 107 |
|  Молочные продукты | … | 89 | 109 | 104 | 110 | 96 | 106 | 100 | 97 | 103 | 103 | 101 |
| Яйцо птицы  | 84 | 89 | 103 | 107 | 99 | 109 | 100 | 100 | 100 | 101 | 97 | 108 |
| Сахар  | 72 | 87 | 98 | 100 | 102 | 100 | 110 | 104 | 98 | 100 | 98 | 101 |
| Мука | 76 | 75 | 110 | 115 | 98 | 105 | 104 | 100 | 108 | 101 | 99 | 114 |
| Крупа  | 75 | 85 | 105 | 101 | 105 | 100 | 102 | 103 | 106 | 101 | 102 | 104 |
| Изделия макаронные | 82 | 84 | 99 | 102 | 103 | 94 | 101 | 102 | 105 | 103 | 102 | 101 |
| Хлеб и хлебобулочные изделия  | … | 106 | 107 | 114 | 100 | 103 | 103 | 100 | 102 | 102 | 100 | 98 |
| Свежие овощи и картофель | … | 81 | 110 | 109 | 117 | 98 | 106 | 113 | 115 | 105 | 90 | 104 |
| Свежие фрукты (плоды, ягоды, виноград)  | 80 | 84 | 103 | 104 | 109 | 105 | 111 | 117 | 105 | 100 | 94 | 106 |
| Изделия парфюмерно-косметические  | … | 107 | 105 | 118 | 102 | 102 | 96 | 97 | 101 | 104 | 103 | 104 |
| Верхняя одежда | … | 89 | 103 | 99 | 104 | 94 | 99 | 104 | 102 | 106 | 100 | 102 |
| Изделия бельевые трикотажные  | 79 | 91 | 107 | 97 | 104 | 102 | 104 | 103 | 101 | 101 | 103 | 100 |
| Изделия чулочно-носочные  | 78 | 86 | 105 | 98 | 104 | 89 | 99 | 106 | 108 | 106 | 106 | 104 |
| Обувь кожаная  | 89 | 91 | 103 | 98 | 102 | 96 | 99 | 106 | 99 | 106 | 103 | 101 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *1) С отчета за январь 2009г. изменена номенклатура наблюдаемых товаров* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Рисунок 5

5. В 2009г. прирост цен на товары, реализуемые на розничных рынках, составил 9,5% (в организациях всех форм торговли – 7,9%).

Увеличение потребительских цен на **товары** было отмечено на рынках всех субъектов Российской Федерации. При этом в 28 субъектах Российской Федерации оно составило более 12,0%. Наибольший прирост цен зафиксирован в Курской области – 23,6% и Республике Тыва – 20,3%. При этом в Курской области наиболее значительно подорожали непродовольственные товары (на 37,6%), а в Республике Тыва – продукты питания (на 22,2%).

Наименее существенное увеличение цен на товары, реализуемые на розничных рынках, было отмечено в Нижегородской, Курганской, Астраханской, Самарской областях – на 2,9-3,6%.

На розничных рынках цены на наблюдаемые **продовольственные товары** за год выросли на 6,5%, в организациях всех форм торговли – на 6,1%.

Динамика цен на продовольственные товары, реализуемые на розничных рынках, в основном повторяет тенденцию изменения потребительских цен на аналогичные продукты питания, реализуемые в организациях всех форм торговли.

В прошедшем году на рынках, так же как и в организациях всех форм торговли, более всего подорожал сахар-песок – на 44,6% (на 42,7%). Отмечался заметный прирост цен на отдельные виды плодоовощной продукции: на апельсины – 15,2% (в организациях всех форм торговли – 12,7%), капусту белокочанную свежую – 15,0% (7,7%), сухофрукты – 12,5% (12,7%).

Среди других наблюдаемых продуктов питания, реализуемых на рынках, заметно увеличились цены на масло сливочное – на 12,8% (в организациях всех форм торговли – на 7,9%), конфеты мягкие, глазированные шоколадом – на 11,9% (на 12,4%), рыбу замороженную неразделанную – на 11,2 % (на 10,3%), колбасу вареную высшего сорта – на 9,3% (на 8,1%), сосиски, сардельки – на 9,0% (на 8,2%), сельдь соленую – на 7,4% (на 7,9%).

Вместе с тем, как на рынках, так и в организациях всех форм торговли, по итогам года отмечалось снижение цен на масло подсолнечное на 18,3% (на 19,8%), яйца куриные – на 12,3% (на 14,5%), а также на отдельные виды плодоовощной продукции: картофель, огурцы свежие, морковь, яблоки – на 3,3-8,6% (на 4,8-20,5%).

На рынках прирост цен на **непродовольственные товары** за год составил 12,9% (в организациях всех форм торговли – 9,7%).

В наибольшей степени в прошедшем году увеличились цены на отдельные виды бельевого и верхнего трикотажа, чулочно-носочных изделий, верхней одежды и обуви – на 13,5–17,2%.

В 2009г. **уровень цен** на значительную часть продуктов питания, предлагаемых на рынках, был несколько ниже уровня средних цен на одноименные товары, реализуемые в организациях всех форм торговли. По более низким ценам на рынках продавались масло сливочное, творог жирный, сельдь соленая, колбаса вареная высшего сорта, сухофрукты, яблоки. В то же время цены на рыбу замороженную неразделанную, картофель, капусту белокочанную свежую, морковь были несколько выше, чем в организациях всех форм торговли.

На наблюдаемые виды непродовольственных товаров уровень цен на рынках по-прежнему оставался ниже, чем на аналогичные товары, реализуемые в организациях всех форм торговли.

Рисунок 6

1. **О ситуации на рынке оптовой торговли на 2000-2010 гг.**

Таблица 3

Рисунок 7

Таблица 4

1. **Продажа и запасы отдельных видов продукции (товаров)**

Рисунок 8

Рисунок 9


## РАЗВИТИЕ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ

1. **Общие экономические проблемы регионов России**

Ориентация на развитие рыночных отношений оказала существенное влияние на изменение содержания стоящих перед регионами задач и на средства их решения. Развитие рыночной экономики сопряжено с требованием реализации гражданских прав и свобод граждан России, вот почему все регионы должны обеспечить право свободного выбора места жительства и трудовой деятельности, право на достойный уровень благосостояния, право на образование и другие. Решение отмеченных и других задач в регионах не может быть обеспечено исключительно на основе механического подхода к выравниванию уровня и качества жизни. Оно в определенных пределах достижимо в результате смягчения противоречий между экономическими и социальными целями развития регионов, через определение приоритетов в их развитии, через компромисс общественных сил, достижение экономической эффективности и социальной справедливости. Для регионов России актуально обеспечение примерно равных стартовых условий для всех граждан, независимо от места проживания и рождения, включая право на получение профессии, выбор сферы трудовой деятельности, право на самообеспечение для всех трудоспособных, на социальную защиту вследствие нетрудоспособности, потери работы и в других случаях — как это принято в условиях развитых рыночных отношений.

Рыночная экономическая система в России сформирована лишь в самых общих чертах. Можно констатировать наличие основных институциональных условий для её функционирования. Однако дальнейшее прогрессивное развитие рыночных отношений в российской экономике наталкивается на несоответствие институтов государственного регулирования его институциональной среде. Результаты воздействия государства на экономику России пока слабо соответствуют правительственным прогнозам. Поэтому существует острая необходимость исследования институциональной среды и структуры государственного регулирования экономики, формирования целостной системы экономических институтов рыночного хозяйствования, модернизации институциональной среды государственного регулирования российской экономики, с учётом влияния глобальных социально-экономических факторов.

Экономическое районирование тесно связано с проблемами специализации, которые возникают из-за существующих различий в соотношении между производственными ресурсами и оказывают воздействие на функционирование всей экономической системы. Этим обусловлено рассмотрение в курсе экономической географии и регионалистики специализации и комплексного развития хозяйства регионов страны в условиях перехода к рыночной экономике

1. **Проблемы формирования в России конкурентной среды**

Для цивилизованной конкуренции почва в нашей стране образовалась крайне неблагоприятная. Административно-командная система фактически культивировала монополизм, более того, довела его до невиданной степени. К началу 1990 г. Доля государственной собственности в основных производственных фондах превышала 86%, внешняя торговля была монополизирована полностью, существовала и валютная монополия.

По-видимому, лидеры первых реформаторских устремлений рассчитывали на то, что трансформация собственности в сочетании с либерализацией всех сфер экономики возродит и активизирует конкуренцию как бы автоматически. Однако сейчас уже ясно, что на деле так не получилось. Несмотря на появление альтернативных форм собственности доля государственного сектора в ВНП России все еще остается значительной (по различным оценкам, в пределах трех четвертей, а то и еще больше). Лишь в очень небольшой степени удалось расшатать мощную корневую систему монополизма. Она основывается на самой организации производства. Индустриальное развитие СССР шло под знаком ориентации на создание крупных предприятий с вытекающей отсюда громадной концентрацией производства, неизбежно приводящей к монополизму. Непомерной оказалась и концентрация сельскохозяйственного производства, построенного на полном искоренении индивидуальных хозяйств (исключая так называемые личные подсобные).

## Основные направления государственного регулирования экономики.

Механизм государственного регулирования не является раз и навсегда данным и неизменным. Эволюция его предопределяется потребностями технологического развития и экономического роста, перегруппировкой политических сил и изменениями проводимой ими экономической и социальной политики, степенью развитости рыночных отношений хозяйствования.

В любом случае государственное регулирование должно быть эффективным, т. е. максимально использовать предпринимательскую энергию для углубления партнерства и катализации бизнеса. Оно эффективно в том случае, когда поддерживает те сферы, которые не регулируются или слабо регулируются рыночными механизмами -- здравоохранение, образование, макроэкономическая стабильность, защита неимущих и т. д. По такому пути развиваются экономические и социальные процессы в Российской Федерации, где за годы реформ 80-90-х годов заложены основы финансово-экономического регулирования экономики. Перспективы российской экономики связываются с гарантией прав собственности и справедливой конкурентоспособности для эффективного функционирования рыночной экономики. Государство осуществляет контроль над денежной массой, снижением инфляции, а также обеспечением структурных сдвигов в производстве и экспорте продукции.

Основные функции государственного регулирования реализуются, во-первых, в направлении достижения и сохранения национальных конкурентных преимуществ экономики. Страна достигает конкурентного преимущества благодаря экономическим факторам и наличию уникальных институциональных механизмов, способных непрерывно повышать уровень использования факторов производства: ресурсов, рабочей силы, предпринимательства.

В условиях рынка государственное регулирование экономики (ГРЭ) представляет собой систему мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых правомочными государственными учреждениями с целью приспособления существующей социально-экономической системы к изменяющимся условиям хозяйствования.

1. **Возобновление экономического роста в России**

Структурные реформы в России после 2004 года замедлились. Преобразования идут не столь динамично, как в 2000-2003 годах, когда была проведена налоговая реформа, реформа системы фискального федерализма, трансформирован бюджетный процесс, создан Стабилизационный фонд, сформирована правовая основа частного земельного оборота, проведены многие другие преобразования, важные для обеспечения устойчивости экономического роста.

Но нельзя забывать и о серьезных и позитивных решениях, принятых в 2007 году. Речь, в частности, идет о разделении бюджета на общий и нефтегазовый, формировании (на базе Стабилизационного фонда) Резервного фонда и Фонда национального благосостояния, о позитивных решениях, принятых в области миграционной политики.

В начале октября 2008 года страна находилась на грани серьезного банковского кризиса. Это было связано с развитием событий на мировых финансовых рынках. Оперативные действия Центрального банка позволили эту угрозу устранить. Подавляющая часть жителей нашей страны просто не заметила произошедшего. В 2008 году были приняты и подготовлены документы, определяющие среднесрочные (до 2010 года) и долгосрочные (до 2020 года) перспективы российской финансовой, денежной и общеэкономической политики. К этим документам есть претензии, но в целом в них отражен набор вызовов, с которым может столкнуться Россия, инструментов, позволяющих ими управлять.

Однако, перечитав программные документы, подготовленные в Министерстве финансов, Министерстве экономики, Центральном банке, нетрудно заметить их общую характерную черту. Они написаны так, как будто циклических колебаний мировой экономической конъюнктуры не существует, или их влияние на развитие ситуации в России пренебрежимо мало. Для этого есть основания. Когда в России создавались основы рыночной экономики, естественным было стремление использовать для изучения оценки происходящего инструментарий, выработанный в экономически развитых странах. Значительная часть современной экономической теории связана с анализом цикла конъюнктуры, влиянием на него динамики совокупного спроса и предложения, процентной, денежной, бюджетной политики, валютного курса.

Этим вопросам посвящен огромный массив литературы. Неудивительно, что в России возникло стремление использовать сформированные в мире методы анализа цикла при обсуждении происходящего в стране. Результаты оказались разочаровывающими. Масштабы перемен, связанных с крахом социалистической экономики, постсоциалистической рецессией, началом восстановительного роста, ставят проблемы, несопоставимые по масштабам с теми, которые обычно решают государства в развитых рыночных экономиках на различных стадиях цикла деловой конъюнктуры.

Прогнозы построенные на базе моделей, описывающих циклические колебания в развитых рыночных экономиках, применительно к России радикально расходились с тем, что происходило на деле. К середине последнего десятилетия работы, в которых предпринимались попытки использовать методологию анализа конъюнктуры цикла при исследовании происходящего в России, вышли из моды. Это произошло как раз в то время, когда наша страна вступила в стадию инвестиционного роста, а мировая экономическая конъюнктура стала важнейшим фактором, который необходимо учитывать при обсуждении ключевых вопросов экономической политики.

## Заключение

Рынок - это вся система многообразных экономических отношений между людьми, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления, основанная на определенных принципах, главным из которых является свобода экономической деятельности

Рынок является особым экономическим механизмом, который через конкуренцию способствует рациональному распределению ресурсов, влияет на объем и структуру производства, заставляет потребителя выбирать рациональную систему потребления и, в конечном итоге, оздоровляет экономику России, освобождая ее от убыточных, неконкурентоспособных предприятий.

Для регионов России актуально обеспечение примерно равных стартовых условий для всех граждан, независимо от места проживания и рождения, включая право на получение профессии, выбор сферы трудовой деятельности, право на самообеспечение для всех трудоспособных, на социальную защиту вследствие нетрудоспособности, потери работы и в других случаях — как это принято в условиях развитых рыночных отношений.

Значительная часть современной экономической теории связана с анализом цикла конъюнктуры, влиянием на него динамики совокупного спроса и предложения, процентной, денежной, бюджетной политики, валютного курса.

Прогнозы построенные на базе моделей, описывающих циклические колебания в развитых рыночных экономиках, применительно к России радикально расходились с тем, что происходило на деле. К середине последнего десятилетия работы, в которых предпринимались попытки использовать методологию анализа конъюнктуры цикла при исследовании происходящего в России, вышли из моды. Это произошло как раз в то время, когда наша страна вступила в стадию инвестиционного роста, а мировая экономическая конъюнктура стала важнейшим фактором, который необходимо учитывать при обсуждении ключевых вопросов экономической политики.

Экономическое районирование тесно связано с проблемами специализации, которые возникают из-за существующих различий в соотношении между производственными ресурсами и оказывают воздействие на функционирование всей экономической системы. Этим обусловлено рассмотрение в курсе экономической географии и регионалистики специализации и комплексного развития хозяйства регионов страны в условиях перехода к рыночной экономике.

В условиях рынка государственное регулирование экономики (ГРЭ) представляет собой систему мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых правомочными государственными учреждениями с целью приспособления существующей социально-экономической системы к изменяющимся условиям хозяйствования.

## Список использованной литературы

1. Большой экономический словарь / Под. ред. А.Н. Азрилияна. М., 2000.
2. Государственное регулир рыночной экономики\_под ред Кушлина В.И\_Учебник\_2005 2-е изд -829с
3. Илларионов. А. Как Россия потеряла ХХ столетие. ж. “Вопросы экономики” №1, 2000. С. 4-26.
4. Колесов Н.Д., Сидоров А.Ф. Экономическая теория: Учебник. СПб 2002.
5. Кузнецова Н.П. Экономический рост: история и современность. СПб.: «Сентябрь», 2001.
6. Линдерт П.Х. Экономика мирохозяйственных связей. М.: «Прогресс», Магомедов Ш., Петросян. Д., Шульга. В. Государственное регулирование рыночной экономики. ж. “Экономист” №8, 1999, С. 29-35.
7. Новокшонова Л.В., Трифонов Ю.В. Мировое хозяйство. М.: Юрист, 2000.
8. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. М.: Прогресс, 1995.
9. Социально-экономическое положение России - 2010 год Copyright © Федеральная служба государственной статистики
10. Френкель А.А. Российская экономика в 2000-2001 годах. ж. “Вопросы статистики” №12, 2000, С. 54-60.
11. «Экономическая политика России: федеральный и региональный аспекты» / Под ред. Ф.Ф. Рыбакова, Г.Е. Алпатова. - СПб.: ОЦЭиМ, 2002.
12. Экономическая теория. Учебник для вузов. Под ред. В.М. Камаева. М.: ВладосЮ 2005. (ДК)