

УДК 334.75

ББК 65.9 (2Рос) 08

Т 38

А.А. Керашев, В.В.Тешев

## Классификация законов развития рынков товаров потребительской кооперации

(Рецензирована)

### *Аннотация:*

В данной статье проведен анализ и по его результатам осуществлен выбор основных рыночных законов, эффективных для использования на предприятиях потребительской кооперации. Проведена классификация законов и рынков потребительской кооперации по различным признакам.

### *Ключевые слова:*

Потребительская кооперация, государственное регулирование, рыночные законы, целевые рынки потребительской кооперации, конкуренция, спрос, предложение, рыночная система.

Рыночные законы – это неформальные, неписанные законы реальной экономической жизни, поэтому они просты, ясны и понятны. Все они выведены наукой из теории и практики рынка. Как и физические законы, их нельзя отменить, запретить или игнорировать. В их основе лежат права и свободы действий, основанные на добровольном самоограничении участников рынка; логика простота, доступность и естественность, то есть сама жизнь, принципы, правила, и жизненные факты.<sup>1</sup>

Суть государственного регулирования заключается в формировании эффективной системы регулирования экономики с учетом накапливаемого опыта, при этом в основе государственного регулирования лежит использование рычагов и методов прямых и косвенных регуляторов экономических процессов.

Объективная необходимость государственного регулирования деятельности предприятий обусловлена на наш взгляд следующими причинами:

- государство применяет принуждение для поддержания интересов юридических и физических лиц и общества в целом, так как через принуждение оно разрешает множество проблем, в том числе и в экономике: сглаживает социальные конфликты между работодателями и наемными работниками; разрешает проблемы переговоров, гарантируя их выполнение участниками рынка; создает единую систему законов и юридических норм для всех жителей страны и экономики;

- при любом режиме функционирования рынка интересы хозяйствующих субъектов всегда расходятся с интересами государства. Интересы государства, как правило, направлены на защиту прав потребителей, здоровье человека и природной среды; на обладание равного доступа к рабочим местам, на перераспределение доходов и богатства общества в пользу бедных и т.д. В то же время интересы хозяйствующих субъектов сосредоточены прежде всего на получении максимальной свободы действий и прибыли от своей деятельности. И здесь законодательное принуждение полезно и необходимо не только для хозяйствующих субъектов, но и для экономики в целом, так как оно позволяет обеспечить производст-

во общественных благ, нужных для всех, причем с наименьшими общественными издержками;

- свободное предпринимательство и конкуренция хозяйствующих субъектов за ограниченные ресурсы общества, рынки сбыта, место и долю на рынке тоже нуждаются в государственном регулировании, так как между участниками рынка происходят столкновения интересов и конфликты, которые нужно регулировать и приспособлять друг к другу;

- государство вынуждено вмешиваться в работу рыночных механизмов, контролировать и регулировать деятельность хозяйствующих субъектов чтобы предотвратить и сгладить пагубные для общества процессы экономики и недобросовестной деловой практики хозяйствующих субъектов, ограничить злоупотребления в экономике и незаконное получение сверхприбыли, так как ни здравый смысл, ни общественная мораль не способны заменить законы, государственные и общественные институты- регулирования и направить деятельность государства на службу общественным интересам.

На основе изучения законов, регулирующих деятельность субъектов экономики, разработанных ведущими-учеными, их анализа и сопоставления, осуществлен выбор основных законов, эффективных для использования на предприятиях потребительской кооперации, которые классифицированы следующим образом:

1. Закон убывающей предельной полезности, который гласит: с увеличением количества приобретаемых товаров и услуг острота потребности в них падает, то есть по мере увеличения количества потребляемого товара его предельная полезность от дополнительной единицы товара имеет тенденцию к сокращению.<sup>2</sup>

2. Закон постепенного убывающего спроса характеризует реакцию спроса на изменение цены, то есть отражает склонность людей покупать большее количество товаров по низкой цене и меньшее количество по более высокой цене. Суть здесь очень проста: чем больше цена, тем меньше спрос, то есть тем на меньшее количество то-

<sup>1</sup> Глазьев С.Ю. «Теория экономического роста». – М.: Экономика, 1999. – 239 с.

<sup>2</sup> Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. А.Г. Грязновой А.Ю. Юданова. 2-е изд. – М.: ИТД «КноРус», «Издательство Гном и Д», 2000. – 544 с.

вара будет проявлен спрос. Это подкрепляется законом убывающей предельной полезности; эффектом замещения одного товара другим.

3. Закон ограниченности ресурсов является одним из фундаментальных законов экономической науки. Он отражает тот факт что при ограниченности ресурсных и технологических возможностей не все потребности общества могут быть удовлетворены. Так как блага ограничены, то общество или хозяйствующий субъект должны остановить свой выбор на производстве определенных видов товаров. То есть этот закон по сути дела представляет собой выбор производственных возможностей: что, сколько и как производить товары и услуги.

4. Закон возрастающих затрат при замене в процессе производства одного товара другим, то есть при переключении ресурсов одного товара на другой, вытекает из закона ограниченности ресурсов. Сущность закона заключается в следующем: производство каждой дополнительной единицы одного товара требует отказа от производства все большего накопленного количества другого товара, то есть каждая дополнительная единица одного продукта, производимая за счет переключения ресурсов с одного продукта, становится более дорогой в силу ограниченности ресурсов, а так же различных соотношений в использовании исходных ресурсов и технологий производства.

5. Закон конкурентного рынка гласит: для нормального развития экономики как и отдельного хозяйствующего субъекта необходимо иметь оптимальный избыток производственных ресурсов с одновременным обеспечением государственных гарантий прав человека и достойной жизни людей.

6. Закон стоимости отражает результат рыночных торгов, то есть результат взаимодействия спроса и предложения на рынке товаров и услуг. Всякое изменение количества спроса, под воздействием цены; или других факторов приводит к смещению рыночной кривой спроса, то есть перемещению ее параллельно самой себе.

Как показало изучение, правила действия механизма спроса сводятся к следующему: увеличение спроса при неизменном предложении приводит к росту покупок и продаж и возрастанию цен; уменьшение спроса приводит к обратному эффекту. Исключением из правил служат индустриальные товары, выполняемые по индивидуальному заказу, когда увеличение спроса сопровождается уменьшением цены на товар.

Результат механизма предложения сводится к следующему: увеличение количества предложения всегда приводит к снижению цен, увеличению объемов покупок и продаж товаров и услуг, уменьшение количества, рыночного предложения товаров и услуг приводит к обратному эффекту. *Правила закона стоимости нацеливает предприятия потребительской кооперации на производство качественной продукции, расширение ее ассортимента и емкости рынка, использование мобильного механизма ценообразования.*

7. Закон рыночного ценообразования определяется колебаниями спроса и предложения на рынке товаров и услуг и очень тесно связан с законом стоимости. Здесь важно учитывать тот факт, что на кратковременном отрезке времени основой ценообразования является изме-

нение в спросе, а в долгосрочном периоде изменение в предложении.

8. Закон убывающей доходности или уменьшающейся отдачи капитала гласит: увеличение некоторых переменных затрат по отношению к неизменным постоянным затратам сначала приводят к некоторому увеличению объемов производства, но затем дополнительный прирост объемов от тех же порций переменных затрат становятся все меньше и меньше, то есть добавленные переменные затраты дают все меньше добавленного результата, так как изменяемые затраты соединяются со все меньшим количеством.

9. Закон Энгеля выведенный из жизненного факта гласит: чем больше доходы населения, тем меньше его расходы на потребление товаров низшего качества. Уникальный закон Энгеля является ярким, доказательством жизнедеятельности эффекта мультипликатора, свидетельствующего о том, что от уровня жизни населения зависит развитие экономики.

10. Закон Гриффена отражает экономическую реальность, согласно которой с увеличением цены на жизненно важные товары наблюдается рост спроса на этот вид товаров. Этот закон успешно работает в любом обществе где наибольшая часть населения имеет высокий уровень жизни.

Все рыночные законы, хотя и не имеют юридического закрепления в реальной экономической жизни имеют важное значение для всех участников

рынка, в том числе и для предприятий потребительской кооперации, так как касаются всех предпринимателей и населения, покупателей и продавцов.

На основе проведенного исследования выявлены *основные особенности целевых рынков потребительской кооперации*, способные обеспечить повышение деятельности его участников, к которым отнесены:

- наличие неограниченного числа участников рынка, свободных и независимых в принятии индивидуальных решений;

- частная собственность на природные и общественные ресурсы с правом распоряжения, владения и завещания, то есть полная свобода, предпринимательской деятельности и выбора решений - что, сколько для кого производить и где продавать товары и услуги;

- рыночное равенство всех участников, то есть когда положение хозяйствующих субъектов на рынке не защищено государством и все находятся в равных условиях деятельности;

- добровольная совместная деятельность участников рынка без какого-либо принуждения, свобода торговли и обмена без каких-либо запретов и ограничений со стороны государства;

- свободное распределение производственных ресурсов с помощью рыночных механизмов саморегулирования (цены, спроса и предложения, прибыли и конкуренции);

- наличие системного законодательства, действенной антимонопольной политики; ясных и понятных для всех «правил игры» на рынке, свободной конкуренции и эффективного банкротства;

- развитая система инфраструктуры конкретных рынков, где осуществляется принятие индивидуальных

решений покупателей и продавцов для координации их деятельности и управления экономикой;

- гласность и координация индивидуальных решений, открытость, полнота и достоверность деловой информации для всех участников рыночных отношений;

- незначительное государственное вмешательство в экономику, отсутствие централизованного планирования, распределения ресурсов и управления хозяйственной деятельностью предприятий;

- использование денег при реализации и обмене товаров и услуг, применение передовой техники и технологии в производстве продукции;

- отсутствие безработицы и инфляции в экономике, полная занятость и загрузка производственных мощностей предприятий, недопустимость запретов на движение материальных ресурсов, труда и капитала;

- личный интерес на основе притяжения индивидуальных решений, обеспечивающих возможность получения максимальной выгоды при минимальных убытках.

В зависимости от поведения государства, интенсивности конкуренции и других характеристик, рынки потребительской кооперации можно классифицировать и подразделить на несколько групп:

- по степени организации обычно выделяют организованные, регулируемые государством, и неорганизованные, нерегулируемые рынки;

- по географическому признаку, то есть по характеру, перемещения товаров от изготовителя к потребителю различают мировые, национальные, региональные и локальные рынки;

- по экономическому содержанию экономики выделяются рынки товаров и услуг, рынок факторов произ-

водства и финансовые рынки, для функционирования которых необходима соответствующая рыночная инфраструктура - биржи, торговые дома, банки, оптовые и розничные продавцы, службы маркетинга и т.д.;

- по субъектам купли-продажи можно выделить рынки предприятий, где покупают и продают инвестиционные товары, рынки промежуточных продавцов (дилеры, оптовики) и рынки госпредприятия;

- по целевому производству и потреблению выделяются рынки промышленных и потребительских товаров и услуг;

- по режиму функционирования, то есть по степени ограничения конкуренции, рынки подразделяются на идеальные (совершенные, свободные), где обычно в одно и то же время действует одна и та же цена на однородный продукт;

- по взаимной заменяемости товаров и услуг различают рынки, конкурирующих (взаимозаменяемых) товаров, рынки самостоятельных и сопутствующих товаров;

- по объемам продаж выделяют рынки оптовых и розничных продавцов, а по условиям спроса и предложения - рынки продавца, когда господствует монополизм, товарный дефицит и конкуренция среди покупателей монопольной продукции и рынки покупателей, где существует легкость выбора и покупок товаров и жесткая конкуренция среди продавцов. Графически классификация рынков представлена на **рис.1**.

<b>КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ПРИЗНАКИ</b>	По степени организации	Организованные	Регулируемые государством	Неорганизованные	Нерегулируемые	
	По географическому признаку	Мировые	Национальные	Региональные	Локальные	
	По субъектам купли-продажи	Предприятий – покупают и продают инвестиционные товары		Промежуточных продавцов	Госпредприятий	
	По целевому производству	Индустриальных услуг		Потребительских услуг		
	По режиму функционирования	Идеальные		Конкуренционные		
	По взаимной заменяемости товаров и услуг	Конкурирующих товаров	Самостоятельных товаров	Сопутствующих товаров		
	По объемам продаж	Оптовых продавцов		Розничных продавцов		
	По условиям спроса и предложения	Рынки продавца – господствует монополизм		Рынки покупателей – легкость выбора и покупок товара		
	По другим признакам					

**Рис.1.** Классификация рынков по различным признакам

Рыночные механизмы представляют собой уже не слепые стихийные силы, а саморегулирующуюся конкурентную систему, действующую на основе личного интереса участников рынка. Выпадение любого звена из рыночной системы деформирует рынок, лишает его жизненной силы, подавляет конкуренцию. И наоборот, при благоприятных условиях конкурентные рынки способны разрешать фундаментальные вопросы экономики хозяйствующих субъектов и общества в целом. Взаимодейст-

вуют друг с другом, конкурентные рыночные силы оказывают неоценимую помощь экономике, так как позволяют:

- возвращать экономику в состояние рыночного равновесия и с помощью конкурентных цен стабилизировать производство, повысить его эффективность, согласовать действия товарных и ресурсных рынков;

- вовлекать всех участников, конкурентного процесса в удовлетворение общественных потребностей через спрос, определять воздействие ценообразования на эф-

фективность производства; оценивать действия государства и монополистов на конкурентную цену;

- рационально использовать и распределять ограниченные ресурсы общества между хозяйствующими субъектами и отраслями, уменьшать чрезмерный расход и потребление ресурсов путем увеличения цены и стимулируя их потребление за счет уменьшения цен;

- разрешать основные задачи экономики - что, как, для кого и сколько производить товаров и услуг, вытеснять из нее убыточные предприятия;

- ориентировать хозяйствующие субъекты на вовлечение в оборот новых природных ресурсов, новых технологий и освоение новых товаров и услуг;

- отзывчивее относиться к правам потребителей, правильно реагировать на предъявляемые к хозяйствующим субъектам требования со стороны покупателей, побуждающие каждого участника рынка к высокопроизводительному труду;

- реализовывать принципы справедливости в распределении товаров и услуг, равенства возможностей каждого индивидуума, экономической свободы предпринимательства и политической демократии, защиты прав потребителей и личности каждого человека.

Таким образом, можно заключить, что рыночная система является опорой экономики, одним из главных инструментов ее регулирования, и в этом заключается ее экономическое значение.

Через механизмы, в частности, механизм цен, спроса и предложения, конкурентный рынок регулирует, корректирует и уравнивает пропорции между количеством спроса и предложения, то есть согласовывает решения индивидуальных покупателей и продавцов, иначе это делали бы другие органы.

Через рыночный механизм, как место столкновения интересов и выбора свободных решений участников, осуществляется приспособление друг к другу покупателей и продавцов, учитываются и координируются все сделки, подаются сигналы участникам рыночных отно-

шений об изменениях вкусов покупателей, технологий производства и цен на товары и услуги. То есть рынок выступает в качестве главного сигнализатора организатора и ориентира выбора личного интереса покупателей и продавцов.

Через механизм конкуренции осуществляется невидимый контроль за всеми участниками рыночных отношений, который в процессе борьбы и столкновения интересов покупателей и продавцов обеспечивает им либо экономический успех и процветание, либо разорение и банкротство.<sup>1</sup>

И наконец прибыль или убытки, являющиеся источником личного или корпоративного интереса, выступают в качестве главной движущей силы экономики, ее мотором. Именно личный интерес, возможность получения прибыли определяют мотивы поведения юридических и физических лиц, формируют фундаментальный образ мышления руководителей фирм и отдельных покупателей, направляя их действия на удовлетворение не только сугубо личных потребностей, но и общественных нужд.

Сегодня во всех странах, в том числе и в России, наряду с защитой конкуренции есть потребность и стремление общества ограничить слепые силы рынка, приводящие к росту экономической власти монополий, сделать рынок регулируемым и поставить рыночную стихию на службу общества.

#### Примечания:

1. Сборник документов о государственной поддержке потребительской кооперации РФ в 2003. – М., 2004. – 288 с.
2. Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. А.Г. Грязновой А.Ю. Юданова. 2-е изд. – М.: ИТД «КноРус», «Издательство Гном и Д», 2000. – 544 с.
3. Глазьев С.Ю. «Теория экономического роста». – М.: Экономика, 1999. – 239 с.