

Законы рыночной экономики

Любой рынок, независимо от его конкретного вида, базируется на трех основных элементах: цене, спросе и предложении, конкуренции.

Цена - это язык рынка, его сигнальная система, и также является ориентиром для продавца (производителя) и покупателя (потребителя). Растет цена - это сигнал к расширению производства, падает - сигнал к сокращению. В цене находят отражение все три подхода к установлению стоимости товара: предельная полезность, издержки производства, спрос и предложение. Стихийное действие предпринимателей приводит к установлению более или менее оптимальных экономических пропорций. Действует регулирующая "невидимая рука", о которой писал еще Адам Смит: "Предприниматель имеет в виду лишь свой собственный интерес, преследует собственную выгоду, причем в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем не входит в его намерения. Преследуя свои собственные интересы он часто более действенным способом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится служить им".

В современных условиях экономика управляется не только "невидимой рукой", но и государственными рычагами, однако регулирующая роль рынка продолжает сохраняться, во многом определяя сбалансированность народного хозяйства. Регулирующая функция рынка - самая важная. Она связана с воздействием рынка на все сферы экономики. Рынок дает ответ на вопросы: "Что производить? Как производить. Для кого производить." Рынок немислим без конкуренции.

Основными элементами рыночного механизма являются спрос, предложение и цена. Условием реализации рыночного механизма является совершенная конкуренция. Спрос на какой-либо товар или услугу - это желание и

возможность потребителя купить определенное количество этого товара или услуги по определенной цене в определенный период времени.

Объем спроса означает количество товара или услуги, которое потребители согласны купить по определенной цене в течение определенного периода времени. Объем спроса зависит не только от цены данного товара, но и прочих факторов, включающих цены других товаров, доходы покупателей, их вкусы и другое.

«Желание приобрести» здесь означает, что покупатели действительно имели бы желание и возможность заплатить за требуемое количество товара, если бы такое имелось бы в наличии.

Важно различать между собой объем спроса и объем фактической покупки. Объем спроса определяется только покупателями, объем покупки определяется и покупателями и продавцами.

Факторы, оказывающие влияние на спрос:

- цены на товары-заменители;
- цены на дополняющие товары;
- доходы покупателей;
- мода, вкусы и предпочтения покупателей;
- реклама;
- сезонные изменения в спросе;
- ожидания покупателей.

Цена спроса - это максимальная цена, которую потребитель готов заплатить за определенное количество товара или услуги при прочих равных условиях.

Закон спроса определяет зависимость между объемом приобретаемого товара и ценой на этот товар. Закон спроса утверждает, что при прочих равных условиях объем спроса на товар увеличится, если цена на него будет снижаться, и, наоборот, объем спроса на товар сокращается, если цена на товар повышается. Точно так же, как спрос – обобщающий термин, используемый для описания поведения покупателей, «предложение»

является обобщающим термином, используемым для описания поведения фактических и потенциальных продавцов товара.

Литература

1. Арутюнова Г.И. Рыночная экономика: начальный курс /ТОО «Фирма Плюс», 2004. 276 с.
2. Добрынин А. Еще раз о предмете исследований общей экономической теории // Российский экономический журнал, 2003. №6. - С. 23-25
3. Добрынин А.И., Журавлева Г. П. Общая экономическая теория: Учеб. пособие. СПб. 2006. 356 с.
4. Зайдель Х., Теммен Р. Основы учения об экономике. — М.: Дело, 2004. - 358 с.
5. Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стенли Л. Брю. Экономикс. Т. 2. М.: Республика, 1993.
6. Микроэкономика. Теория и российская практика. М.: ИТД «КноРус», 2005. - 460 с.
7. Мясникова Л. Рынок и ожидания // Вопросы экономики, 2005. №11. С. 34-36
8. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. М.: Норма-ИНФРА-М., 1998. 290 с.
9. Фишер С., Доридуш Р., Шмалензи Р. Экономика: Пер. с англ. М.: Дело ЛТД, 1993.
10. Ховард К., Журавлева Г.П. Принципы экономики свободной рыночной системы (экономике): Учебник. М.: Златоуст, 2005. - 322 с.
11. Экономическая теория / Под ред. А.И. Добрынина, Л.С. Тарасевича. 2004. - 540 с. 12. Львов Д.С. Экономика развития. М.:, 2000. 264 с.