

Министерство образования и науки
Российской Федерации

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Модуль 1

Учебное пособие

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2015

УДК 330.101.542
ББК 65.011
К78

Рецензенты:

доктор экономических наук, заведующий кафедрой математики и моделирования
Владивостокского государственного университета экономики и сервиса Л.С. Мазелис
доктор экономических наук, профессор Дальневосточного Федерального университета
В.А. Осипов

Красова, Е.В.

К 78 Экономическая теория. Модуль 1 [Текст] : учебное пособие
Е.В. Красова; Владивостокский государственный университет экономики
и сервиса.– Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – 276 с.

Учебное пособие представляет собой краткий теоретический курс по всем аспектам современной экономической теории в рамках модуля 1. Целью пособия является кратко, доступно и понятно донести до читателя сущность и особенности различных экономических категорий, процессов и явлений, лежащих в основе хозяйственной деятельности людей. Материалы и методологическая конструкция пособия направлены на достаточно быстрое и успешное усвоение теоретической экономики и развитие первичных навыков решения экономических задач на практике. Учебное пособие является неотъемлемой частью учебно-методического комплекса дисциплины «Экономическая теория», а также таких смежных дисциплин, как «Микроэкономика», «Экономика», формируемых в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом третьего поколения по широкому ряду направлений подготовки высшего профессионального образования. В пособии отражены все темы, изучение которых необходимо для развития общекультурных и профессиональных компетенций, обозначенных ФГОС.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01, 38.04.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03 «Управление персоналом», 38.03.05 «Бизнес-информатика», 38.03.06 «Торговое дело», 23.03.03 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов и преподавателей», и преподавателей.

УДК 330.101.542
ББК 65.011

ВВЕДЕНИЕ

Экономика стоит в ряду фундаментальных общественных наук, постулаты которых оказывают непосредственное влияние на развитие современного общества. Формирование экономического образа мышления с целью накопления и рационального использования материальных и духовных богатств является особенностью современного человечества. Курс теоретической экономики является обязательным элементом высшего образования во всём мире, а изучение практических аспектов экономики не просто расширяет кругозор студентов, но и прививает способность принимать грамотные, взвешенные решения в отношении многих жизненных ситуаций, связанных с хозяйственной деятельностью.

Настоящее учебное пособие представляет собой краткий теоретический курс по всем аспектам современной экономической теории в рамках модуля 1. Целью пособия является доступно и понятно донести до читателя сущность и особенности различных экономических категорий, процессов и явлений, лежащих в основе хозяйственной деятельности людей. Учитывая наличие на книжном рынке множества учебников по экономической теории, можно выделить следующие особенности данного учебного пособия:

- методологическая конструкция изложения материала «от простого к сложному»;
- краткое, но емкое и структурированное освещение каждого вопроса;
- большая информационная емкость пособия, заключающаяся в достаточно широком охвате изучаемых процессов и явлений, начиная от изучения базовых экономических понятий (потребность, ресурс, спрос, полезность и т.д.) и до рассмотрения довольно специфичных явлений (ценовая дискриминация, определение эффективности рекламы, различные модели олигополии, дифференциация оплаты труда и т.д.);
- большое количество графического материала с сопутствующим описанием изображаемого на графиках явления;
- использование простого (на уровне средней школы) математического аппарата для отражения изучаемых процессов и явлений.

Указанные особенности учебного пособия позволят учащимся достаточно быстро и успешно освоить различные аспекты теоретической экономики. Особенно актуально данное пособие может оказаться для тех, кто ранее не изучал экономические дисциплины, а также для учащихся без ярко выраженных математических способностей, студентов младших курсов, студентов и магистрантов неэкономических направлений и других подобных категорий обучающихся. Для тех, кто изучает теоретическую экономику достаточно полно и профессионально, данное пособие может оказать большую помощь в освоении базовых материалов, предваряющих более глубокое погружение в экономику. Результатом работы с пособием может стать:

- ✓ освоение любой дисциплины, связанной с изучением теоретической экономики;
- ✓ формирование экономического образа мышления, выявление моделей экономического поведения различных хозяйствующих субъектов;
- ✓ использование знаний теоретической экономики для анализа социально значимых проблем и процессов, развитие аналитических способностей;
- ✓ формирование первичных навыков решения экономических задач на практике;
- ✓ расширение области знаний и эрудиции, повышение интеллектуального уровня.

Учебное пособие построено на основе ставшей традиционной для российского образования структуре курса экономической теории, которая выражается в определенной последовательности разделов и тем. Пособие содержит три раздела: «Введение в экономическую теорию», «Микроэкономика» и «Рынки факторов производства», последний из которых является логическим продолжением микроэкономического анализа. В процессе написания пособия автором исследовались самые современные и актуальные подходы к экономической теории, анализировались и использовались наиболее популярные и востребованные учебные издания, принадлежащие перу таких авторитетных авторов, как Г.П. Журавлева, Р.М. Нуреев,

В.Ф. Максимова, В.П. Бардовский, В.Д. Камаев, Б.А. Райзберг, М.Н. Чепурин, Е.А. Киселева, Л.Е. Басовский и многих других.

Учебное пособие является первой частью разработанного автором учебно-методического комплекса дисциплины «Экономическая теория. Модуль 1» и может быть использовано как часть УМКД таких смежных дисциплин, как «Микроэкономика» и «Экономика». Данный учебно-методический комплекс сформирован в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по широкому ряду направлений, в том числе: 38.03.01 Экономика, 38.03.02 Менеджмент, 38.03.03, Управление персоналом, 38.03.05 Бизнес-информатика, 38.03.06 Торговое дело, 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов, 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, 09.03.03 Прикладная информатика.

Кроме настоящего учебного пособия, в разработанный учебно-методический комплекс входит «Учебно-методическое пособие по Экономической теории», позволяющее сформировать навыки решения основных экономических задач, и «Практикум по Экономической теории», представляющий собой сборник заданий и упражнений для аудиторной и самостоятельной работы. В данном учебно-методическом комплексе отражены все темы (в рамках модуля 1), изучение которых необходимо для развития общекультурных и профессиональных компетенций, обозначенных ФГОС.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Учебное пособие включает 17 тем в соответствии с учебной программой дисциплины «Экономическая теория. Модуль 1». В пособии представлено краткое и подробное содержание. Подробное содержание позволяет быстро найти интересующий в каждый конкретный момент времени предмет изучения. Например, тема «Рынок несовершенной конкуренции: монополия» начинается на странице 190, а такой узкий аспект данной темы, как равновесие монополиста в краткосрочном периоде, можно быстро найти, открыв страницу 213.

Каждая тема начинается со списка разделов, входящих в данную тему. Как правило, перечень разделов отражает важнейшие категории, процессы и явления, изучаемые в рамках темы. В конце каждой темы представлены контрольные вопросы, ответив на которые можно самостоятельно выявить, в какой степени усвоен материал.

Основные понятия экономической теории и те категории, на которые нужно обратить особое внимание, выделены по тексту курсивом. Курсивом также выделены общепринятые сокращения каких-либо показателей или параметров. Для показателей, обозначаемых сокращенно латинскими буквами, представлены оригинальные английские слова.

Особое внимание в теоретической экономике уделяется графикам и рисункам, которых в пособии насчитывается 157 штук. Графическая интерпретация позволяет намного быстрее и эффективнее усваивать материал, а также развивать аналитическое мышление. Все рисунки без исключения описаны в тексте более или менее подробно в зависимости от сложности вопроса. Координатные оси и графики функций (прямые и кривые) подписаны жирными буквами без курсива, а точки и их проекции на оси (конкретные параметры функций) подписаны жирными буквами с курсивом.

Для достижения наилучшего результата в изучении экономической теории следует пользоваться целым рядом источников. Пособие имеет список использованной и рекомендуемой литературы, изучение которой поможет глубоко и фундаментально освоить дисциплину.

РАЗДЕЛ I. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ТЕОРИЮ

Тема 1. ПРЕДМЕТ И МЕТОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

- 1.1. Понятия политической экономии, экономики, экономикс
- 1.2. Многоаспектность понятия «экономика»
- 1.3. Предмет и объект изучения экономической теории
- 1.4. Задачи и функции экономической теории
- 1.5. Место экономической теории в системе общественных наук и ее практическая значимость
- 1.6. Уровни исследования экономической теории
- 1.7. Позитивная и нормативная экономика
- 1.8. Методология экономической теории
- 1.9. Формальная логика и ее методы
- 1.10. Диалектическая логика и ее методы
- 1.11. Специфические методы экономической теории

1.1. Понятия политической экономии, экономики, экономикс

Слово «экономика» происходит от греческих слов «*oikos*» – дом, хозяйство; «*nomos*» – правило, закон. Впервые слово «экономика» появилось в IV в. до н.э. в научном труде древнегреческого писателя и историка Ксенофонта (430–354 гг. до н.э.). Философский трактат Ксенофонта «Домострой» написан в форме диалога между Сократом и богатым афинянином Критобулом и посвящен изложению идей Сократа о правильном управлении домашним хозяйством. «Домострой» считается первым в истории сочинением по экономике.

Термин «*политическая экономия*» появился в 1615 г. в книге французского писателя Антуана де Монкретьена (1575–1621) «Трактат по политической экономии» и означал, по сути, общественное устройство, государственное управление. В современном значении *политэкономия* – это наука, изучающая общественные отношения, складывающиеся в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных благ, и экономические законы, управляющие их развитием в исторически сменяющихся друг друга общественно-экономических формациях.

Термин «*экономикс*» возник в конце XIX века в результате выхода в 1891 г. книги «Принципы экономикс» английского экономиста неоклассического направления Альфреда Маршалла (1842–1924). Данный термин был введен с целью придать экономическим исследованиям более прикладной (практический) характер по сравнению с объективным общественно-историческим характером господствовавшей тогда политической экономии. Современный экономикс означает систему положений экономической науки, раскрывающей на макро- и микроуровнях механизмы поведения хозяйствующих субъектов, осуществления бизнеса и экономической политики.

Термин «*экономическая теория*» отражает одну из фундаментальных общественных наук, изучающей законы и принципы хозяйственной деятельности людей во все времена. Современная экономическая теория включает познание как объективных законов экономического развития общества, так и механизмов поведения отдельных хозяйствующих субъектов, соединив таким образом политическую экономия и экономикс. С понятием «экономическая теория» тесно связана категория «экономика» как наука.

1.2. Многоаспектность понятия «экономика»

В современной жизни понятие «экономика» встречается очень часто и употребляется в разных значениях. Однако, можно выделить три ключевых определения экономики как научной категории.

Во-первых, экономика – это хозяйство в широком смысле слова, или созданная человеком система жизнеобеспечения, удовлетворения потребностей на основе хозяйственной деятельности. В эту систему включены предметы, процессы, явления и отношения между людьми, используемые в целях обеспечения жизни и удовлетворения потребностей. «Экономика

России», «экономика народного хозяйства», «экономика промышленности» – примеры использования термина «экономика» в данном значении.

Во-вторых, экономика – это общественная наука, изучающая поведение людей и их взаимоотношения в рамках хозяйственной деятельности, т.е. в процессе производства, распределения, обмена и потребления благ. Наука экономика использует как общий, так и специфический методологический аппарат, занимает свое определенное место в системе наук в целом. Зачастую экономику отождествляют с экономической теорией, и это не лишено смысла, однако, экономика включает в себя не только теоретическое направление, но и целую совокупность прикладных наук (сфер, дисциплин), например, экономика предприятия, экономика отрасли, бухгалтерский учет, эконометрика и т.д.

В-третьих, экономика – это исторически определенная система отношений между людьми, складывающихся в процессе осуществления хозяйственной деятельности. В рамках этого определения можно выделить феодальную экономику, рыночную экономику, социалистическую экономику и т.д., характеризующихся особым классовым и хозяйственным устройством.

1.3. Предмет и объект изучения экономической теории

Предмет экономической теории сложен и разнообразен, так как сложна и многообразна хозяйственная деятельность людей. Различные определения экономической теории раскрывают ее предмет с разных сторон, потому что в рассмотрение берутся различные аспекты жизнедеятельности человека.

В процессе развития, расширения и углубления круга изучаемых экономических явлений и процессов на протяжении всей истории экономической мысли достаточно четко выявился предмет теоретической экономики, который можно записать двояко. *Предметом экономической теории* является:

1) поведение людей в рамках хозяйственной деятельности, т.е. деятельности, осуществляемой в целях удовлетворения потребностей в условиях ограниченности ресурсов;

2) система отношений между людьми и их группами в процессе производства, распределения, обмена и потребления благ.

Приведенные выше определения предмета экономической теории представляют суть одного и того же: поведение людей отражает систему отношений между ними, а система отношений формирует поведение людей. Формулировка предмета экономической теории содержит указание цели и условий поведения людей, а также отражает два базовых принципа экономики: безграничности потребностей и ограниченности ресурсов. Экономика как таковая возникла именно в силу объективной необходимости непрерывно удовлетворять человеческие потребности в условиях ограниченности ресурсов.

По своему предмету экономическая теория относится к фундаментальным общественным наукам. Фундаментальность означает, что человеческая цивилизация неотделима от экономической (хозяйственной) деятельности, без нее не существует и не развивается. Общественная экономическая теория является потому, что экономика возникает вследствие возникновения общества, развивается вследствие развития общества и служит его интересам. Нет общества – нет экономики.

Объектом исследования теоретической экономики являются экономические явления и процессы, происходящие в обществе. *Сферой исследования* является экономическая жизнь, или среда, в которой осуществляется хозяйственная деятельность людей.

Субъектами экономики выступают все лица, ведущие хозяйственную деятельность. Всех субъектов можно разделить на три группы: физические лица (отдельные индивидуумы, домохозяйства, потребители, население), юридические лица (фирмы, предприятия, организации) и государство.

1.4. Задачи и функции экономической теории

В соответствии с предметом экономической теории можно выделить ее главные задачи:

- раскрытие сущности экономических процессов и явлений;
- определение взаимосвязи и взаимообусловленности экономических процессов и явлений;
- выявление мотивов и механизма экономического поведения людей, особенностей их отношений между собой в процессе хозяйственной деятельности.

Задачи экономической теории определяют ее функции в существующей ныне системе наук. Выделяют следующие основные функции экономической теории:

1) *познавательную*, которая состоит в описании, обобщении и систематизации экономических фактов, процессов и явлений;

2) *методологическую*, заключающуюся в разработке методов, средств и инструментов научного анализа экономических процессов и явлений. Данные средства и методы используются при изучении всех экономических наук;

3) *практическую*, которая предполагает разработку и обоснование наиболее рациональных действий (рационального выбора) в сложившейся экономической ситуации, разработку методов рационального хозяйствования;

4) *критическую*, позволяющую выявить и устранить все недостатки и слабые места различных концепций, точек зрения, подходов, суждений и решений. И, наоборот, данная функция позволяет увидеть и развить верные подходы к решению экономических проблем, внедрить в них методологический аппарат экономики;

5) *прогностическую*, на основе которой осуществляется научное предвидение хода социально-экономического развития на обозримое будущее. Важность данной функции определяется необходимостью прогнозирования и планирования экономической деятельности на любом уровне.

1.5. Место экономической теории в системе общественных наук и ее практическая значимость

Экономическая теория – одна из общественных наук, наряду с историей, философией, психологией, социологией, правом, политологией и другими, все из которых изучают определенные плоскости общественной жизни. Экономика и другие общественные науки тесно связаны друг с другом, так как имеют в основе исследования один и тот же базовый предмет – *закономерности развития человеческого общества*. Специфика каждой науки проявляется лишь в том, какой именно аспект развития общества она исследует: исторический, культурный, социальный, экономический, правовой и т.д.

Можно достаточно четко обозначить сферы взаимосвязи и взаимодействия экономической теории с другими науками, в частности:

■ *с историей*: экономика исследует механизм и формы развития общественного производства, начиная с неолитического периода и до наших дней. При этом, основное внимание направлено на развитие системы производственных отношений в рамках того или иного исторического периода, характеризующегося определенным уровнем развития производительных сил;

■ *с философией*: экономика использует научные категории, прошедшие философское осмысление, и методологию философии. Достаточно вспомнить диалектический подход к изучению экономических процессов, разработанный в рамках классической философии;

■ *с психологией*: психологические особенности личности сильно влияют на поведение человека, что напрямую отражается на его хозяйственной деятельности, модели его поведения в экономических отношениях;

■ *с социологией*: экономические отношения являются важнейшим фактором разделения общества на социальные группы и осуществления взаимодействия между ними. В силу этого зачастую экономические явления называют *социально-экономическими*;

■ с *правом*: экономические отношения закрепляются юридически, т.е. приобретают правовую форму. Таким образом, право закрепляет правила экономической «игры», в которую «играют» хозяйствующие субъекты;

■ с *математикой*: экономика активно использует математический аппарат для анализа и прогнозирования экономической деятельности. Изучение моделей поведения хозяйствующих субъектов основано на использовании различных абсолютных и относительных показателей, функциональных зависимостей, методах математической статистики и т.д.;

■ с *географией*: экономика изучает территориальные аспекты развития производительных сил. Географический фактор имеет огромное значение в развитии промышленности, транспорта и многих других отраслей хозяйства.

В результате такого взаимодействия на стыке различных наук возникают особые научные направления, сферы исследования и дисциплины. Примерами могут служить экономическая география, эконометрика, философия экономики, история экономики (экономической мысли), психология предпринимательства, хозяйственное (коммерческое) право и многие другие направления.

Находясь во взаимовлиянии с другими науками, экономическая теория, в свою очередь, выступает методологическим фундаментом целого комплекса экономических наук:

■ *конкретно-экономических*: экономика отраслей, предприятий, стран, регионов и т.д.;

■ *историко-экономических*: история экономики, история экономических учений;

■ *функциональных*: бухгалтерский учет, финансы, маркетинг, банковское дело, экономика природопользования и т.д.;

■ *межотраслевых*: экономическая география, демография, экономическая информатика и т.д.;

■ *аналитических*: статистика, анализ хозяйственной деятельности, эконометрика и т.д.

Таким образом, экономическая теория реализует себя в других экономических науках, имеющих большое практическое значение. В соответствии с этим можно говорить о практической значимости экономической теории. Вопреки ожиданиям обывателей, стремящихся найти готовые рецепты решения своих материальных проблем, теоретическая экономика не учит о том, как стать богатым, не дает готовых решений на «все случаи жизни», не ставит целью создать справедливое общество с идеальной экономикой, не претендует на монополию истины. Экономическая теория:

- предлагает инструменты и методы познания действительности;
- формирует экономический образ мышления, расширяет кругозор и систематизирует знания об экономическом устройстве жизни;
- помогает индивиду определить свою роль в хозяйственной жизни, свою модель экономических взаимоотношений с обществом, свои потребности и возможности;
- позволяет хозяйствующим субъектам принять и обосновать экономические решения, осуществить рациональный выбор между альтернативными вариантами;
- позволяет хозяйствующим субъектам спланировать и спрогнозировать свою финансово-экономическую деятельность на краткосрочную и долгосрочную перспективы.

Естественно, что с дальнейшим развитием общества будет развиваться и экономическая наука. Не исключено, что в будущем она обогатится новыми сферами исследования, методами и инструментами, заставит людей по-новому взглянуть на хозяйственную жизнь и роль человека в ней.

1.6. Уровни исследования экономической теории

Экономическая теория исследует процессы и явления хозяйственной жизни людей на разных уровнях. В зависимости от масштаба исследуемых явлений выделяют следующие разделы экономической науки:

■ *микроэкономику*, изучающую экономическое поведение отдельных хозяйствующих субъектов: индивидов, домохозяйств, фирм, организаций, рынков, отраслей и т.д.;

■ *макроэкономике*, изучающую принципы и законы функционирования национальной экономики в целом;

■ *мезоэкономике*, изучающую экономическое поведение определенных подсистем национальной экономики или групп отраслей народного хозяйства;

■ *мировую экономику*, которая изучает особенности и закономерности функционирования экономик стран и их региональных совокупностей (макрорегионов) как единого экономического организма.

Поскольку экономические процессы оказывают существенное влияние и на отдельных субъектах, и на целые государства, невозможно выделить приоритет какого-либо уровня исследования. Разделение сфер экономического исследования на уровни, прежде всего, на микро- и макроэкономике, позволяет одинаково сосредоточиться как на частных (узких), так и общих (комплексных) проблемах. При этом, в полной мере учитывается взаимосвязь между ними, так как микро- и макроэкономика соотносятся друг с другом как частное и общее.

1.7. Позитивная и нормативная экономика

В зависимости от целей познавательной деятельности экономическая теория разделяется на позитивную и нормативную, в связи с чем различают позитивный и нормативный анализ.

Позитивная экономическая теория (позитивный анализ) – раздел экономического анализа, рассматривающий экономические процессы, факты и явления, происходящие в действительности. Такой анализ не содержит оценочных суждений и не зависит от нормативных оценок. Впервые позитивный подход как раздел экономического анализа предложил американский экономист Милтон Фридмен (1912–2006).

Нормативная экономическая теория (нормативный анализ) – раздел экономического анализа, изучающий, что и как должно быть в экономике. Нормативный анализ используется при разработке экономической политики в качестве рекомендаций хозяйствующим субъектам. В отличие от позитивного, нормативный анализ учитывает и отражает социально-этические и морально-психологические оценки экономических явлений.

Современная экономическая теория использует как позитивный, так и нормативный анализ, сочетая исследование текущих тенденций с выработкой соответствующих рекомендаций по проведению экономической политики. Фактически, позитивный и нормативный анализ неотделимы друг от друга.

1.8. Методология экономической теории

Методология экономической теории – это наука о методах изучения экономических явлений и процессов. Методология как научный фундамент предполагает наличие единого подхода к изучению экономических явлений, единую философскую основу экономики. Методология определяет, посредством каких научных способов, приемов и инструментов экономическая теория изучает свой предмет.

Среди основных подходов в методологии экономической теории выделяют *диалектико-материалистический подход*, решающий научные проблемы на основе объективного анализа, характеризующего сущность явлений, взятых в реальности и в развитии. С точки зрения *диалектики*, экономика – это постоянно развивающаяся совокупность взаимосвязанных категорий, явлений и процессов. С позиций *материализма*, экономика изучает объективно существующие явления и процессы, которые выступают закономерным следствием одних явлений и одновременно причиной других явлений, отображая тем самым эволюцию экономического развития. Появлению материалистической диалектики наука обязана немецкому философу и экономисту Карлу Марксу (1818–1883).

Методология экономической теории предполагает использование целой системы методов. *Методы* (от греч. слова «*methodos*» – путь познания) – это конкретный способ, прием или инструмент исследования процессов и явлений. Иногда под понятием «метод» подразу-

мевают определенную совокупность более частных, узких методов изучения (например, логический метод). Общая схема методов экономической теории отражена на рис. 1.1.

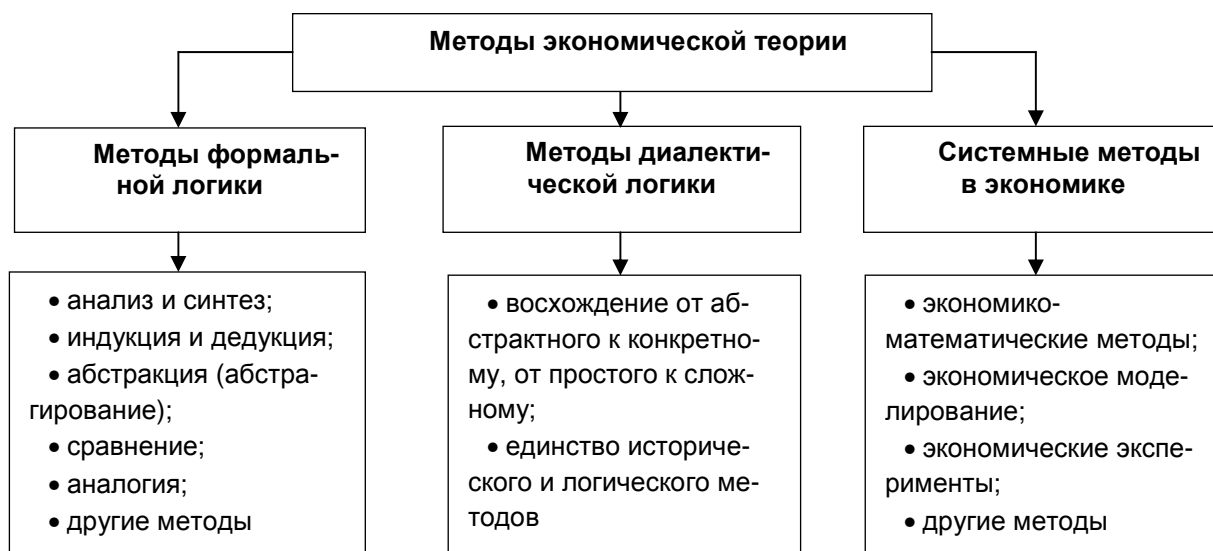


Рис. 1.1. Методы экономической теории

Формальную логику и диалектическую логику относят к общенаучным методам познания, а системные методы в экономике – к специфическим, т.е. характерным только для экономических исследований. Следует подробнее рассмотреть специфику каждого вида методов.

1.9. Формальная логика и ее методы

Формальная логика – это изучение мысли со стороны ее логической структуры и формы с отвлечением от конкретного содержания мыслей. Формальная логика конструирует и преобразовывает мысли таким образом, чтобы сохранить истинность мышления без учета содержания мыслей. Основателем формальной логики является древнегреческий ученый Аристотель (384–322 гг. до н.э.), который называл логику «органом», т.е. орудием для добывания истины. В настоящее время формальная логика – это наука о законах правильного мышления.

Формальная логика оперирует следующими основными категориями:

- *понятие* – общее представление (мысль) о предмете изучения;
- *суждение* – утверждение (либо отрицание) чего-либо в предмете изучения на основе понятий;
- *умозаключение* – взаимосвязь суждений на основе мышления, когда из исходных суждений получается вывод (новое суждение).

Для формирования понятий, суждений и умозаключений логика использует ряд методов, среди которых важнейшими являются (рис. 1.1):

- *анализ* — операция мысленного или реального расчленения целого (предмета, явления, свойства) на составные части с целью дальнейшего изучения;
- *синтез* — соединение или объединение ранее разрозненных предметов или понятий в единое целое;
- *дедукция* — умозаключение, при котором частное положение выводится из общего;
- *индукция* — умозаключение на основе перехода от частного положения к общему;
- *абстракция (абстрагирование)* — отвлечение от несущественных сторон, свойств и связей предмета (явления) с целью выделения его существенных, закономерных признаков;
- *сравнение* — определение сходства или различия предметов (явлений);

▪ *аналогия* — умозаключение на основе переноса одного или нескольких свойств с известного явления на неизвестное.

На основе сформированных понятий и суждений ученые формируют проблемы. *Научная проблема* – это сложный теоретический или практический вопрос, требующий ответа. В экономике проблема зачастую представляет собой противоречивую ситуацию, в отношении которой существует несколько противоположных мнений и требующая поиска единой теории для ее разрешения (например, проблемы, связанные с выходом из кризиса, разработкой экономической политики и т.д.).

Для решения проблем выдвигают *гипотезы* (от греч. слова «*hypothesis*» – предположение) – научно обоснованные предположения о возможных свойствах, причинах и связях проблемных явлений. Гипотеза является связующим звеном между уже полученным знанием и новыми истинами и требует подтверждения или опровержения фактами. На основе подтвержденных гипотез формируются законы, принципы, теории.

Для проверки гипотез и получения ответов на многочисленные вопросы в рамках обозначенной проблемы используют *доказательство* – обоснование истинности одного суждения при помощи других суждений посредством умозаключения. Доказательства бывают разные: прямые и косвенные, эмпирические и теоретические, истинные и ложные. Для осуществления правильных умозаключений, приводящих к истинным выводам, используются законы формальной логики. Первые три открыл Аристотель, четвертый сформулирован немецким философом и математиком Готфридом Лейбницем (1646–1716):

■ *закон тождества*: каждая мысль (суждение) должна иметь строго определенное (однозначное) содержание;

■ *закон противоречия*: две противоположные мысли об одном предмете, взятом в одном времени и в одном отношении, не могут быть истинными;

■ *закон исключенного третьего*: из двух отрицающих друг друга мыслей об одном и том же предмете, взятом в одном времени и в одном отношении, одна обязательно истинна (каждая мысль или истинна или ложна, третьего не дано);

■ *закон достаточного основания*: любое истинное суждение должно быть обосновано другими истинными суждениями (суждение, опирающееся на недостаточное обоснование, не может претендовать на истинность).

Законы формальной логики лежат в основе правильного мышления в любой сфере исследования. Они объективны и отражают такие свойства мышления, как определенность, непротиворечивость, последовательность и обоснованность. Однако, данные свойства могут сознательно или неосознанно нарушаться, в результате чего возникают логические ошибки. *Логические ошибки* – это виды ложных умозаключений, некоторые из которых встречаются достаточно часто, например:

1) *Ad hominem* («к человеку») – атака на личность человека, а не на его компетентность;

2) *Ad ignorantiam* («к невежеству») – аргументация, которая доказывает, что утверждение истинно, поскольку не было доказано, что оно ложно;

3) *Ad misericordiam* («к жалости») – апелляция к жалости в качестве довода;

4) *Ad populum* («к толпе») – призыв согласиться с мнением толпы либо какого-либо авторитета «Все так думают (делают)!»;

5) *Non sequitur* («не следует») – приход к выводу, который не является логическим заключением из имеющихся фактов;

6) *ложная дилемма* – предположение, что в рассматриваемом случае имеется всего две противоположных возможности, тогда как на самом деле их много;

7) *перенос частного на общее* – перенос свойств одного предмета на все предметы совокупности;

8) *подмена тезиса* – явление, когда в процессе спора меняется предмет рассуждений;

9) «после этого значит вследствие этого» (*post hoc ergo propter hoc*) – необоснованное отождествление хронологических и причинно-следственных связей между явлениями;

10) *перепутывание причины и следствия*;

11) «истина посередине» – утверждение о том, что между двумя противоположными точками зрения возможен искусственный компромисс, в тех случаях, когда этот компромисс невозможен, либо не имеет смысла.

Методы формальной логики играют важную роль в научном познании, однако, наука ими не ограничивается. На несовершенство логических методов указывает существование антиномий, апорий и парадоксов – утверждений, противоречащих логике. Так, *антиномия* – это противоречие, в котором тезис и антитезис имеют равную силу и имеют логически равноправное обоснование, например, «Вселенная конечна – Вселенная бесконечна». *Апория* – вымышленная, логически верная ситуация, которая, тем не менее, не может существовать в реальности (пример – апории Зенона). *Парадокс* – ситуация, которая может существовать в реальности, но не имеет логического объяснения. В экономике нередко встречаются парадоксы (парадокс бережливости, парадокс Леонтьева, парадокс Гиффена и другие), и для разрешения некоторых из них потребовались годы, а то и десятилетия.

1.10. Диалектическая логика и ее методы

Диалектическая логика – наука, соединяющая в себе логику (науку о мышлении) и теорию познания объективного мира в развитии, движении. В отличие от формальной диалектической логики исследует бытие и мышление в их содержании, их историческом развитии, в противоречиях. Если в формальной логике противоречие является окончанием рассуждений, нарушением их истинности, то в диалектике противоречие – это источник и принцип движения, развития. Движение, развитие как основа бытия отражается в законах диалектической логики: взаимопереходе количественных изменений в качественные, единстве и борьбе противоположностей и отрицании отрицания.

Диалектика предоставила науке два основных метода познания: восхождение от абстрактного к конкретному и единство исторического и логического (рис. 1.1).

Восхождение от абстрактного к конкретному – метод исследования, состоящий в движении мысли от простого, одностороннего и неразвитого ко все более сложному, всестороннему и развитому воспроизведению предмета (явления). При этом, под простым и односторонним подразумевается абстрактное, а под сложным и всесторонним – конкретное. В соответствии с данным методом любой познавательный процесс характеризуется как движение от менее содержательного к более содержательному знанию.

Единство исторического и логического – метод исследований, предполагающий взаимосвязь и взаимообусловленность исторического и логического процессов в развитии. Исторический метод предполагает рассмотрение процессов и явлений на разных этапах их исторического развития. Логический метод позволяет применить законы и формы правильного мышления, с помощью которых достигается истинность высказываемых суждений и умозаключений. Метод единства исторического и логического строит историческую цепочку возникновения и развития общественных явлений с целью определения четкой, логически обоснованной связи явлений. Не существует логического анализа без чередования исторических фактов, так же, как не существует исторического анализа без определенной, пусть не всегда очевидной, логики.

1.11. Специфические методы экономической теории

Специфические методы в экономике – методы, использование которых характерно только для экономических наук. Совокупность таких методов включает в себя:

✓ *экономико-математические методы*, разработанные на основе математики, программирования, кибернетики, эконометрики и других точных наук и повышающие научную обоснованность анализа экономических явлений;

✓ *экономическую статистику*, предполагающую измерение экономических показателей на протяжении определённого периода времени и выявление корреляционных зависимостей между случайными на первый взгляд явлениями;

✓ *экономическое моделирование* – формализованное описание (или создание – физическое или виртуальное) копии реального процесса или явления с выделением его важнейших объективных свойств. Модель – это упрощение действительности с целью облегчения ее познания;

✓ *экономические эксперименты*, т.е. искусственное воспроизведение экономического явления с целью изучения его в наиболее благоприятных условиях;

✓ *экономическую психологию*, изучающую экономическое сознание и мышление людей;

✓ другие методы.

Каждый из указанных методов основан на определенной методологии познания и представляет собой почти неисчерпаемый источник получения новых знаний, особенно при решении практических экономических задач.

Контрольные вопросы по теме 1

1. В чем сходство и различия понятий «политическая экономия», «экономика», «экономикс»?

2. Что изучает современная экономика? Чем отличается предмет теоретической экономики от предмета прикладных экономических наук?

3. В чем состоит суть познавательной, методологической и практической функций экономической теории?

4. В чем состоит принципиальная разница между экономикой и другими науками об обществе – историей, социологией, политологией и т.д.?

5. Какие экономические проблемы можно решить на микроуровне, а какие – на макроуровне?

6. Что изучает позитивная и нормативная экономика?

7. Какие методы использует экономическая теория в процессе познания? Проклассифицируйте методы экономической теории.

8. В чем состоит суть логического и исторического подходов к познанию экономических процессов и явлений? Почему данные подходы применяются вместе?

9. Что такое экономический эксперимент? Приведите примеры известных в истории экономических экспериментов.

10. Можно ли рассматривать математические функции как некие модели, описывающие те или иные экономические процессы?

Тема 2. ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА. ПОТРЕБНОСТИ И РЕСУРСЫ

2.1. Экономические законы и их особенности

2.2. Экономические категории

2.3. Экономические отношения

2.4. Производство и производственные отношения

2.5. Общественное производство и его стадии

2.6. Общественное воспроизводство и его типы

2.7. Потребности как экономическая категория

2.8. Экономические блага

2.9. Экономические ресурсы

2.10. Производительные силы и производственные отношения

2.11. Главные проблемы экономики

2.1. Экономические законы и их особенности

Экономические законы можно определить как наиболее существенные, устойчивые и постоянно повторяющиеся объективные причинно-следственные связи и взаимозависимости экономических явлений. Выделяют общие, особенные и специфические экономические законы.

Общие (всеобщие) экономические законы свойственны всем формам хозяйствования, связывают их в единый историко-экономический процесс и характеризуют всеобщие экономические связи и отношения. *Особенные экономические законы* свойственны нескольким способам производства в рамках тех исторических эпох и форм хозяйствования, где сохраняются условия для их действия. *Специфические экономические законы* действуют в пределах исторически определенных форм хозяйствования и выражают суть производственных отношений, возникших на основе специфических форм собственности на средства производства. Так, натуральное хозяйство характеризуется своими специфическими законами, рыночное хозяйство – своими.

Существует ряд принципиальных различий между экономическими и естественными законами. Во-первых, естественные законы – это законы природы (вселенной), а экономические – это законы развития общественной жизни, хозяйственной деятельности людей. Во-вторых, естественные законы – вечные и непреходящие, независящие от человеческой цивилизации, а экономические носят исторический, преходящий характер, так как возникают, существуют и уходят вместе с теми условиями, которые их формируют. В-третьих, открытие и использование в практической деятельности естественных законов происходит эволюционно, последовательно, а открытие экономических законов происходит на фоне сильных общественных конфликтов, социальных противоречий.

Таким образом, можно обозначить *свойства экономических законов*, а именно, они:

- 1) имеют объективный характер;
- 2) возникают и действуют только в процессе хозяйственной деятельности людей, т.е. не существуют вне общества;
- 3) имеют временный, преходящий характер.
- 4) отражают законы эволюции производственных отношений в их взаимосвязи с развитием производительных сил.

2.2. Экономические категории

В жизни и познании мира люди оперируют понятиями, т.е. общими представлениями о предмете. Развитие познания выделило в отдельных понятиях общие существенные свойства, и появились экономические категории. *Экономические категории* – это логические понятия, отражающие наиболее общие и существенные стороны (условия) экономической жизни общества. Важнейшими экономическими категориями являются: потребность, стоимость, цена, труд, рынок, производство, прибыль и многие другие. Логическая взаимосвязь экономических категорий дает возможность познать экономические законы.

Исходя из своей сути, экономические категории обладают следующими свойствами:

- абстрактность;
- строгая определенность, однозначность по смыслу;
- применимость в хозяйственной жизни людей, например, для описания и анализа экономических явлений.

2.3. Экономические отношения

Поскольку экономические законы существуют не сами по себе, а вследствие существования и развития общества, то реализуются они посредством экономических отношений в обществе. *Экономические отношения* – это объективно складывающиеся отношения между людьми в процессе хозяйственной деятельности (или в процессе производства, распределения, обмена и потребления экономических благ).

По типу хозяйственных связей различают социально-экономические, организационно-экономические и технико-экономические отношения.

Социально-экономическими называются отношения, возникающие между общественными классами, социальными группами, отдельными коллективами и членами общества на основе существующих прав собственности. Ведущая роль в этих отношениях принадлежит

собственникам факторов производства, так как именно они определяют, как и на каких условиях будут использованы имеющиеся в обществе ресурсы.

Организационно-экономическими являются отношения, возникающие в результате формирования определенной организации хозяйственной деятельности. Специфика организационно-экономических отношений определяется типом хозяйствования (натуральное или рыночное), типом управления (стихийное рыночное или централизованное плановое) и формами организации производства, которые включают в себя:

❖ *специализацию*, когда производственные усилия (ресурсы) сосредотачиваются на одном или нескольких немногих видах деятельности. Специализация производства может осуществляться как между отраслями, так и внутри отраслей и предприятий. Отдельное предприятие может специализироваться на выпуске конкретных видов продукции (например, выпекать хлеб или шить пальто), на изготовлении отдельных частей или деталей конечной продукции (например, колеса для автомобилей) или на выполнении отдельных технологических операций;

❖ *кооперацию*, когда несколько различных хозяйствующих субъектов (предприятий) совместно участвуют в одном или в разных, но связанных между собой, процессах производства, в результате чего происходит устойчивый обмен ресурсами и/или производимыми продуктами труда. Примером кооперации может служить деятельность по добыче и переработке ресурсов.

И специализация, и кооперация основываются на *общественном разделении труда* – экономическом явлении, связанном с обособлением отдельных видов трудовой деятельности и, как следствие, более эффективным использованием ограниченных ресурсов.

Технико-экономические отношения – это взаимодействие между людьми по поводу использования предметов и средств труда в процессе производства благ. Технико-экономические отношения выражают особенности используемой технологии и материально-вещественное содержание производства.

Все рассмотренные типы экономических отношений проявляют себя на различных уровнях хозяйствования: от микроэкономического, т.е. на уровне отдельного хозяйствующего субъекта, до макроэкономического и вплоть до мирового.

2.4. Производство и производственные отношения

Фундаментом экономической организации общества является *производство*, а основой экономических отношений – отношения, возникающие в процессе производства благ, т.е. *производственные отношения*. Общество не может перестать потреблять блага, удовлетворяющие человеческие потребности, а, значит, не может перестать эти блага производить. В связи с этим приоритетное место в экономике занимает производство экономических благ.

Производство – важнейшая экономическая категория, для которой существует целый ряд определений. С точки зрения механики, производство – это процесс преобразования человеком одних видов материи в другие с целью использования последних для своего жизнеобеспечения. С позиций экономики и управления, производство – это взаимодействие (соединение) экономических ресурсов с целью получения продукта (товара или услуги). С социально-экономических позиций, производство – это система общественных отношений, возникающих в процессе трудовой деятельности людей по созданию благ, необходимых для удовлетворения человеческих потребностей. Главной составляющей во всех определениях понятия «производство» является создание благ с целью удовлетворения потребностей, поэтому можно сказать, что конечная цель и смысл производства как такового – это потребление.

2.5. Общественное производство и его стадии

Производство жизненных благ всегда носит общественный характер, который вытекает из общественного уклада самой жизни людей. В одиночку люди не в состоянии обеспечить себе условия для жизни. *Общественное производство* – это форма осуществления хозяйст-

венной деятельности людей на всех исторических этапах развития общества. Рассматривая категорию общественного производства в развитии, можно выявить, что оно является:

- исходным пунктом хозяйственной деятельности;
- непрерывным процессом;
- исторически развивающимся процессом;
- совокупностью различных типов, видов и форм конкретных производственных процессов.

Экономическая теория выделяет в процессе общественного производства четыре стадии: производство, распределение, обмен, потребление. *Стадия производства* – это создание продукта (экономического блага), необходимого для удовлетворения потребностей человека. *Стадия распределения* – определение доли каждого хозяйствующего субъекта (класса, группы хозяйствующих субъектов) в созданном продукте. Распределение основано на общественном разделении труда и зависит от прав собственности хозяйствующих субъектов на ресурсы. *Стадия обмена* – движение созданного продукта от одних хозяйствующих субъектов к другим посредством обмена ими результатами своего труда (продуктами производства). Обмен опосредует взаимосвязь производителей и потребителей, при этом, в современном обществе формой такой взаимосвязи являются товарно-денежные отношения. *Стадия потребления* – использование созданного продукта для удовлетворения потребностей людей. Потребление – заключительный этап общественного производства, его конечная цель.

2.6. Общественное воспроизводство и его типы

Учитывая непрерывный характер и постоянное развитие общественного производства, последнее плавно переходит в категорию общественного воспроизводства. *Общественное воспроизводство* – постоянно повторяющийся (циклический) процесс производства, распределения, обмена и потребления экономических благ. Непрерывная повторяемость стадий общественного производства – фундаментальная закономерность экономического развития, в результате которой в экономике наблюдается постоянный кругооборот ресурсов, готовых продуктов и экономических отношений.

По своей динамике общественное воспроизводство бывает:

- *простым*, если количество и качество используемых ресурсов, а также объем выпускаемой продукции не меняется по сравнению с предыдущим производственным циклом;
- *расширенным*, если объемы выпускаемой продукции увеличиваются в каждом последующем цикле производства в результате роста количества и/или улучшения качества использования ресурсов;
- *суженным*, если объемы выпускаемой продукции с каждым последующим циклом сокращаются в результате недоиспользования имеющихся ресурсов.

Естественно, что лишь при расширенном воспроизводстве можно говорить о прогрессивном развитии экономики. Расширенное воспроизводство, выражаясь в росте объемов создаваемой продукции (росте национального богатства), предполагает количественное и качественное развитие важнейших составляющих эволюции общества: производительных сил и производственных отношений (подробнее см. п. 2.10).

2.7. Потребности как экономическая категория

Существование и развитие экономики и экономических отношений в обществе обусловлено двумя фундаментальными принципами (законами):

I. *Потребности общества безграничны и не могут быть удовлетворены полностью в силу их разнообразия и многочисленности.*

II. *Ресурсы общества ограничены и редки.*

На стыке этих двух главных проблем – безграничности потребностей и редкости ресурсов – возникают все остальные экономические проблемы, требующие своего разрешения.

2.7.1. Понятие потребностей и факторы их роста

Потребность – это нужда в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности, развития личности человека и общества в целом. Это состояние неудовлетворенности людей, преодолеваемое путем использования создаваемых в процессе производства благ.

Историю экономического развития общества можно представить как процесс непрерывного формирования, развития и удовлетворения человеческих потребностей: от самых примитивных до высокоуровневых. Насущная необходимость удовлетворения потребностей всегда выступала как источник прогресса. Факторами расширения и качественного развития потребностей человечества являются следующие:

- *рост численности населения.* Чем больше людей в определенном обществе (городе, стране, регионе), тем больше и разнообразнее их потребности. Само общение людей, совместное их нахождение в коллективе также способствует росту потребностей;

- *смена исторических эпох и периодов,* означающая существенное изменение условий жизни и хозяйственной деятельности людей, что приводит к значительному изменению количества и структуры потребностей;

- *усложнение социально-экономической структуры общества,* влекущее за собой расширение, углубление и усложнение потребностей;

- *культурное и социально-психологическое развитие людей.* Человеческое общество развивается многосторонне, и наличие культурных, социальных, психологических и других аспектов деятельности человека неизмеримо расширяет и его потребности;

- *научно-технический прогресс.* Чем более развитым является общество в научном, технологическом плане, тем более быстрым становится рост его потребностей. Следует отметить и обратную связь: желание удовлетворить те или иные потребности приводит к научным открытиям и изобретениям. Например, потребность преодолевать расстояния по воздуху и по воде способствует развитию авиации и судоходства, потребность сохранить здоровье – развитию медицины, потребность снизить затраты ресурсов в производстве – развитию научной организации труда, повышению культуры управления и т.д. Иными словами, потребности и производство обуславливают развитие друг друга на пути прогресса;

- *необходимость постоянного повышения конкурентоспособности,* как в хозяйственной деятельности, так и в частной жизни. Ориентация на лучший результат – быть первым, быть непревзойденным в какой-либо области – важнейшее свойство человеческой личности, являющееся глубинной мотивацией к росту и развитию потребностей.

Как было сказано в пп. 2.4 и 2.5, удовлетворение потребностей является конечной целью производства и экономической деятельности в целом. Однако, здесь следует уточнить, что каждое общество, исходя из уровня своего развития, стремится к *наиболее полному*, или *максимально возможному*, удовлетворению потребностей. Полного удовлетворения потребностей достичь невозможно в силу их безграничности.

2.7.2. Разнообразие и структура потребностей

Потребности – сложная и комплексная экономическая категория, и потому существует целый ряд вариантов их классификации. Наиболее известна иерархическая модель классификации потребностей американского психолога Абрахама Маслоу (1908–1970), которую еще называют «пирамидой Маслоу» (рис. 2.1). Маслоу расположил все потребности по уровням (ступеням пирамиды), начиная от самых необходимых и простых (физиологических), заканчивая самыми сложными (потребности в самореализации).



Рис. 2.1. Иерархическая модель человеческих потребностей А. Маслоу

Пирамидальная форма классификации потребностей объясняется тем, что человек не может испытывать потребности высокого уровня, пока не удовлетворит потребности более низкого уровня. В представлении Маслоу, идеальное общество основывается на удовлетворении физиологических и других жизненно важных потребностей.

Проводя упрощенную классификацию, можно сказать, что потребности делятся на *первичные*, или жизненно важные, которые не могут быть заменены одна другой, и *вторичные*, или социально важные, которые могут быть заменены одна другой. Соотношение первичных и вторичных потребностей зависит от уровня развития общества: чем выше уровень развития, тем проще и быстрее удовлетворяются первичные потребности, и тем большее внимание уделяется вторичным потребностям, разнообразие которых значительно расширяется. Но в любом случае, без удовлетворения первичных потребностей удовлетворить вторичные невозможно.

2.8. Экономические блага

2.8.1. Понятие экономического блага

Каждый человек и общество в целом удовлетворяют свои потребности путем использования различных благ. Эти блага общество получает от природы или производит само, и в зависимости от этого, блага разделяются на неэкономические и экономические. *Неэкономические (бесплатные) блага* не являются результатом хозяйственной деятельности, не требуют каких-либо усилий и затрат для их создания, имеются, как правило, в достаточном количестве, чтобы удовлетворить потребности всех желающих. К таким благам можно отнести солнечный свет, воздух, воду в море или речке, цветы в лесу и т.д. В отличие от бесплатных, *экономические блага* – это результат хозяйственной деятельности человека, потребовавший определенных затрат ресурсов. Поскольку все ресурсы ограничены, то созданные с их помощью продукты тоже ограничены в своем количестве, и поэтому не могут удовлетворить все потребности. К экономическим благам относят все, произведенное человеком: хлеб, одежду, дома, технику и т.д.

Экономика, конечно, имеет дело с экономическими благами. Благо выделилось в экономике в самостоятельную экономическую категорию, которая обладает следующими основными свойствами:

- ◆ ограниченностью;
- ◆ полезностью, т.е. способностью удовлетворять потребность человека;
- ◆ стоимостью, отражающей объем затраченных ресурсов на его производство.

Из категорий «потребность» и «благо» плавно вытекает понятие потребителя. *Потребитель* – это субъект, удовлетворяющий свои потребности с помощью благ.

2.8.2. Классификация экономических благ

В силу того, что человеческие потребности разнообразны, то и блага, удовлетворяющие эти потребности, так же очень разнообразны. Экономические блага классифицируются по целому ряду критериев.

1. *По форме своего воплощения* блага могут представлять собой товар (продукт), услугу, работу, информационно-научный или культурный объект. Под *товаром*, как правило, подразумевается результат производства в конкретной материально-вещественной форме: платье, стол, станок, здание и т.д. *Услуга* – это особый товар, который потребляется во время его производства. Существует много видов услуг: парикмахерские, ремонтные, аудиторские, транспортные и многие другие. *Работа* – это продукт труда, появившийся в результате какой-либо целенаправленной физической или умственной деятельности, при этом, качество процесса работы напрямую определяет качество готового продукта. Примером могут служить строительные, инженерные, изыскательские, научные, педагогические и другие виды работ. *Информационные и/или культурные объекты* – это информация, передаваемая через различные органы чувств, приносящая пользу, удовлетворение потребителю. Такими объектами могут быть занятия в университете, кинофильм, спектакль, концерт и т.п.

2. *По назначению* экономические блага подразделяются на производственные (промежуточные) и потребительские. К *производственным (промежуточным)* относят блага, предназначенные для производства других благ, в связи с чем их рассматривают как результат промежуточного производства. Такие блага служат удовлетворению человеческих потребностей опосредованно, косвенно. В качестве таких благ выступают здания, сооружения, оборудование, станки, транспорт, сырье, материалы, инструменты, объекты инфраструктуры и т.д.

Использование производственных благ тесно связано с *инвестиционными товарами*, т.е. такими товарами, которые используются для замены, обновления и качественного улучшения производственных благ. Учитывая, что главное назначение инвестиционных благ – обеспечить всем необходимым дальнейшее производство, их еще называют товарами для будущего.

Потребительские блага – это блага, предназначенные непосредственно для удовлетворения человеческих потребностей. Потребительские блага представлены всеми видами товаров массового потребления, которые создаются путем использования производственных благ. Учитывая текущий характер использования потребительских благ, их еще называют товарами для настоящего.

В связи с широким спектром производимых продуктов, потребительские товары подразделяют на:

- *предметы первой необходимости* – товары, удовлетворяющие, как правило, первичные потребности, и потому трудно заменимые. Потребление таких товаров влияет на сам факт существования: человеку сложно без них обойтись;

- *предметы роскоши* – товары, удовлетворяющие, как правило, вторичные потребности, и потому легко заменимые. Такие товары в большей степени влияют на качество жизни, а не на сам факт существования, поэтому без них можно обойтись.

3. *По своей материальной форме* блага бывают материально-вещественными и невещественными. *Материально-вещественные блага* имеют предметную (вещную) форму, доступную органам чувств человека. *Невещественные блага* материальны, но не имеют конкретной предметной формы (формы вещи), их польза для человека состоит в эффекте результата оказанной услуги или выполненной работы. Услуги составляют основу функционирования таких сфер общественной жизни, как образование, медицина, спорт, право, культура, наука, информация, досуг, сервис, связь и другие.

4. Особо выделяются нематериальные и духовные блага. *Нематериальными* называются блага, используемые для сохранения и развития прав и свобод, данных человеку от рождения

или по закону, а именно: жизни, здоровья, достоинства личности, личной неприкосновенности, чести и доброго имени, деловой репутации и т.д. Такие блага обладают свойством индивидуализации личности их обладателя. Нематериальные блага бывают внутренними, т.е. данными человеку природой (таланты и способности) и внешними, т.е. данными человеку окружающей средой (репутация, деловые связи).

Духовные блага используются человеком для духовного развития и совершенствования, получения духовного наслаждения и удовлетворения разумным стремлениям человека. Такими благами могут быть получение знаний, чтение книг, журналов, просмотр кинофильмов, посещение театров, концертов, слушание музыки, туристические поездки и т.д. Следует отметить, что, несмотря на то, что духовные блага удовлетворяют потребности высшего порядка, их создание и реализация неотделимы от материального производства.

5. *По возможности воссоздания* блага делятся на воспроизводимые и невоспроизводимые. *Воспроизводимыми* называются блага, которые можно создать снова в том же виде и объеме. *Невоспроизводимые* и трудновоспроизводимые блага невозможно создать снова в том же виде и объеме: как правило, это редкие ресурсы, произведения искусства, эксклюзивные товары.

6. *В зависимости от количества потребителей, пользующихся благами*, блага делятся на частные и общественные. *Частное благо* используется индивидуальным потребителем, а *общественное* потребляется всеми членами общества, независимо от того, кто произвел данное благо и кто оплатил его получение. Примерами общественных благ могут служить: национальная оборона, охрана общественного порядка, охрана окружающей среды, объекты инфраструктуры уличного движения, медицинское обслуживание, образование, уличное освещение, общественные парки и клумбы, детские площадки, парковки и другое. Частные и общественные блага обладают «зеркальными» свойствами, указанными в табл. 2.1.

Таблица 2.1.

Свойства частных и общественных благ

Свойства частных благ	Свойства общественных благ
<ul style="list-style-type: none"> • <i>делимость</i>. Частное благо состоит из большого количества обособленных единиц, каждая из которых предназначена для потребления отдельным индивидуом; • <i>конкурентность</i>. Благо достается тому, кто за него заплатил; • <i>исключаемость из потребления</i>. Потребление блага одним субъектом исключает возможность потребления его другими субъектами; • возможность использования рыночного механизма ценообразования. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>неделимость</i>. Общественное благо целостно по своим физическим свойствам: его нельзя разделить на отдельные единицы, которые могли бы потребить разные индивиды; • <i>неконкурентность</i>. Потребление блага не предполагает соперничества между индивидами: с ростом числа потребителей ценность блага не меняется; • <i>неисключаемость из потребления</i>. Благо доступно всем членам общества, так как нельзя ограничить его потребление какими-либо рамками; • затруднительное или невозможное использование рыночного механизма ценообразования.

Свойства общественных благ были впервые сформулированы американским экономистом Полом Самуэльсоном (1915–2009). Учитывая свойства общественных благ, их распределение и потребление невозможно осуществить через рыночную систему, предусматривающую оплату каждой реализуемой единицы блага. В связи с этим главную роль в их производстве играет государство, а полезность создаваемых благ получают все члены общества, независимо от того, платят они за них или нет. Однако, общественные блага нельзя считать

бесплатными: оплата потребителями таких благ происходит опосредованно, через налоговую систему страны.

Следует отметить, что свойство неисключаемости общественных благ имеет некоторые ограничения. В зависимости от своей доступности, все общественные блага могут быть отнесены либо к чистым, либо к условным. *Чистые общественные блага* обладают свойством неисключаемости в любых условиях, т.е. их доступность и полезность не зависят от количества потребителей. Например, национальная армия будет охранять любое количество граждан, а городское освещение осветит путь всем без исключения, кто будет проходить рядом с фонарями. Доступность и полезность *условных общественных благ* зависит от количества потребителей. Так, дороги, детские площадки, парковые дорожки, библиотеки и т.п. могут не вместить всех желающих и тем самым исключить ряд индивидов из числа потребителей. Общественные блага, которых может не хватить на всех, называются *перегружаемыми* (например, дороги, мосты, тоннели). Блага, доступность к которым можно регулировать, установив цену за их пользование, называются *исключаемыми* (музеи, библиотеки, кино, телевидение, интернет, телефонная связь и т.д.). Если принцип исключаемости применяется не к отдельному человеку, а к группе людей, то говорят о *клубном благе*, т.е. таком благе, доступ к которому ограничивается членством в каком-либо сообществе, группе, клубе. Таким образом, исключаемые блага приобретают свойства как общественных, так и частных благ, а их ценообразование предполагает рыночную основу.

Возвращаясь к общей классификации экономических благ, можно заметить, что указанными критериями (1 – 4) разделение благ не ограничивается. В каждом разделе экономической науки приводится та или иная классификация благ, помогающая изучить определенные стороны экономических процессов и явлений.

2.8.3. Понятие национального богатства

Рассматривая систему производимых в обществе экономических благ, можно вплотную подойти к понятию национального богатства. *Национальное богатство* – совокупность благ, которыми располагает на определенную дату общество и которые были накоплены (созданы) обществом за весь период его развития.

В широком смысле национальное богатство представляет собой все то, чем обладает нация: материальные и нематериальные блага, природные и трудовые ресурсы во всем их многообразии. При этом, естественные (природные и трудовые) ресурсы выступают в качестве источника и условий для дальнейшего наращивания национального богатства. С точки зрения теории производительных сил, национальное богатство – это общий итог процесса общественного производства за всю историю развития национальной экономики.

2.9. Экономические ресурсы

2.9.1. Ресурсы, их виды и свойства

Создание экономических благ связано с затратами ресурсов общества. *Экономические ресурсы* – имеющиеся у общества возможности для создания благ и удовлетворения потребностей. Ресурсы, которые уже участвуют в общественном производстве и тем самым реализуют возможности общества по созданию благ, представляют собой *факторы производства*.

Современная экономическая теория выделяет следующие виды ресурсов.

1. *Земля*. К понятию «земля» относятся все природные ресурсы: пахотные земли, земли несельскохозяйственного назначения, леса, месторождения полезных ископаемых, водные ресурсы, объекты живой природы и т.п.

2. *Капитал* – совокупность всех ранее произведенных обществом ресурсов, используемых в процессе общественного производства. Капитал представлен множеством материально-вещественных и невещественных благ, созданных трудом человека. Согласно взглядам представителей классического направления экономической мысли, капитал – это овеществленный труд. Особой разновидностью капитала является денежный капитал.

3. *Рабочая сила* – совокупность физических, интеллектуальных, духовных качеств и способностей людей, используемых в производстве экономических благ. В широком смысле рабочую силу можно трактовать как человеческий капитал.

4. *Предпринимательская способность* – способность человека эффективно использовать все факторы производства с целью создания продукта и получения при этом коммерческой выгоды. Зачастую с предпринимательской способностью связывают организационные качества, лидерский потенциал, высокий уровень профессиональных навыков.

Землю и капитал экономика рассматривает как *материальные ресурсы*, а рабочую силу и предпринимательскую способность – как *людские ресурсы*. Совокупность людских и природных ресурсов, которые пригодны для использования в общественном производстве на данном этапе развития технологий, называют *естественными ресурсами*.

На протяжении всей истории экономической мысли в качестве основных ресурсов фигурировали труд, земля и капитал. Различные научные школы по-разному определяли значимость каждого из них в зависимости от угла зрения, под которым рассматривались экономические процессы в обществе. Тем не менее, французский экономист-классик Жан Батист Сэй (1767–1832) наиболее четко сформулировал теорию трех факторов производства, каждый из которых признавался им равнозначным источником ценности. Также Ж. Б. Сэй придавал большое значение предпринимательской способности как неотъемлемой части производства, а английский экономист Альфред Маршалл (1842–1924) выделил предпринимательские способности как самостоятельный четвертый фактор производства, дополнительно к основным трем.

Иногда к самостоятельному виду ресурсов относят информацию (информационные объекты, знания, технологии, достижения НТП и т.п.), однако, по особенностям возникновения и использования информационные ресурсы можно отнести к капиталу.

Все виды экономических ресурсов обладают следующими свойствами:

• *редкостью*, отражающей их ограниченность для удовлетворения безграничных потребностей общества;

• *полезностью*, т.е. способностью удовлетворять потребности общественного производства;

• *стоимостью*, отражающей объем затраченных ресурсов на их производство (либо на их добычу, получение или поддержание в надлежащем состоянии, если речь идет о естественных ресурсах);

• *мобильностью*, т.е. способностью быть использованными в различных производствах и отраслях (экономическая мобильность), а также способностью перемещаться, передвигаться к месту непосредственного производства (физическая мобильность). Естественно, что различные ресурсы в различных условиях имеют разную степень мобильности;

• *взаимодополняемостью и взаимозаменяемостью*. Взаимодополняемость имеет место, когда ресурсы используются совместно в одном производственном процессе (например, рабочий и станок, фермер и земля), и только потребляясь вместе, они создают продукт. Взаимозаменяемость – это возможность использовать один ресурс вместо другого, например, ручной труд можно заменить автоматизированным. В современной экономике все ресурсы в той или иной степени являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми, а степень взаимодополняемости и взаимозаменяемости в каждом конкретном случае определяется технологией производства;

• *способностью приносить доход*, т.е. генерировать новую стоимость. Каждый фактор производства приносит свой особый вид дохода, который называется *факторным*, а именно: труд и рабочая сила – заработную плату; земля – ренту или прибыль от сельскохозяйственной деятельности; капитал – прибыль, процент, дивиденды или рентные платежи в зависимости от типа используемого капитала; предпринимательская способность – предпринимательский доход (прибыль от хозяйственной деятельности);

• *необходимостью их рационального использования*. Данное свойство исходит ограниченности ресурсов и их потенциала создания новой стоимости.

2.9.2. Экономические категории, связанные с изучением людских ресурсов

Специфика людских ресурсов обусловлена их «человеческой» составляющей. Человек выступает носителем, источником таких ресурсов, как рабочая сила, труд, предпринимательская способность. Следовательно, человеком определяется, как, когда и для кого данные ресурсы будут использованы, а человеческие качества будут во многом влиять на характеристики процесса производства.

Следует различать между собой некоторые понятия и категории, которые традиционно используются при изучении людских ресурсов. *Человек* в экономике выступает носителем рабочей силы. *Рабочая сила* – это совокупность физических, интеллектуальных, духовных качеств и способностей людей, используемых в производстве экономических благ. Рабочая сила выступает как основа для возникновения процесса труда. *Труд* – целенаправленная деятельность людей по созданию экономических благ. Согласно немецкому экономисту Карлу Марксу (1818–1883), труд является движущей производительной силой, т.е. силой, приводящей в движение все остальные факторы производства.

В экономических работах часто встречаются такие понятия, как трудовые ресурсы, занятое население и трудовой (кадровый) потенциал. *Трудовые ресурсы* – это население, обладающее рабочей силой. Другими словами, это трудоспособное население, которое *способно* осуществлять хозяйственную деятельность, т.е. работать. *Занятое население* – часть жителей страны, которые участвуют в процессе общественного производства, т.е. *заняты* хозяйственной деятельностью, или работают. Трудовые ресурсы формируют основу для занятости населения, а занятое население вместе безработным образуют экономически активное население, или рабочую силу. *Трудовой (кадровый) потенциал* – это интегральная характеристика рабочей силы, включающая как количественные, так и качественные показатели, которая отражает максимальные возможности вклада данного населения в экономическое развитие общества. Важнейшими характеристиками трудового потенциала страны являются численность и структура рабочей силы (прежде всего, половозрастная и профессионально-квалификационная), а также уровень производительности труда.

Термин «*человеческий капитал*» подразумевает совокупность накопленных знаний, умений и навыков, использующихся в процессе общественного производства и для удовлетворения многообразных потребностей самого человека. В экономической теории человеческий капитал рассматривается в качестве главного фактора формирования и развития инновационной экономики – высшего этапа экономического развития общества.

2.9.3. Предметы и средства труда

Назначение рабочей силы – обеспечить взаимодействие материальных факторов производства в едином производственном процессе. Под материальными факторами в первую очередь подразумевается объекты капитала. В связи с большим разнообразием материальных средств, используемых человеком в производстве, капитал подвергается широкой классификации по видам, формам, объектам и другим критериям. Так, по характеру использования объекты капитала могут быть разделены на предметы и средства труда, которые вкуче с рабочей силой составляют основу любого производственного процесса.

К *предметам труда* относят то, на что направлен труд человека, что составляет материальную основу будущего готового продукта. Существует целый ряд групп материалов, используемых в конкретных отраслях, в частности:

- нефтепродукты: бензин, дизельное топливо, мазут, транспортные масла;
- черные металлы: прокат, рельсы, балки, сталь различных сортов;
- сырье для черной металлургии: железная руда, стальной и чугунный лом, металлургический кокс, чугун, ферросплавы;
- цветные металлы: медь, алюминий, свинец; сплавы из них – латунь, бронза; прокат из них – лист, труба, прутки; сырье для цветной металлургии;
- метизы: металлические изделия, проволока различных сечений и сортов, стальная лента, сетка, канаты, гвозди, сварочные электроды;

- химикаты: сода, кислоты, спирт, ацетон, пластмассы, порошки;
- лесные материалы: деловая древесина, пиломатериалы, фанера;
- строительные материалы: цемент, шифер, кровля, стекло, асбест, краски, санитарно-техническое оборудование;
- сырье для легкой промышленности: хлопок-волокно, льноволокно, волокно пеньки и джута, шерсть, шелк-сырец, химическое волокно, пряжа;
- другие группы материалов.

Для того, чтобы стать готовым продуктом, материалы должны пройти обработку, которая осуществляется с помощью средств труда. *Средства труда* – то, чем человек воздействует на предмет труда, создавая готовый продукт. Все средства труда разделяются на группы в зависимости от своего назначения:

- здания – строительные объекты с помещениями, предназначенные для проживания и деятельности людей либо размещения производства. Здания создают нормальные условия для жизни и труда, защищают от влияния окружающей среды;
- сооружения – строительные объекты, участвующие в производственном процессе (доменные печи, трансформаторные подстанции, т.д.);
- силовые установки – источники энергии, необходимой для приведения в движение рабочих машин;
- передаточные устройства – проводники энергии от силовых установок до оборудования и машин на рабочих местах (электросети, теплосети);
- рабочие машины и оборудование – совокупность устройств, механизмов и приборов, посредством которых выполняется работа по превращению предметов труда в готовый продукт;
- инструменты и приспособления – предметы или устройства, используемые для непосредственного воздействия на предмет труда;
- хозяйственный инвентарь – определенные инструменты и приспособления, используемые в процессе ведения хозяйства или обслуживания основного производственного процесса;
- транспорт – система путей сообщения, транспортных средств, технических устройств и сооружений на путях сообщения, обеспечивающих процесс перемещения людей и грузов из одного места в другое;
- другие группы.

Зачастую, говоря о средствах труда, используют собирательное понятие «техника». *Техника* – это общее название различных механизмов, приспособлений и устройств, созданных человеком с целью осуществления производства и обслуживания непроизводственных потребностей общества.

Предметы и средства труда (материалы и техника) тесно связаны между собой и дополняют друг друга, например, мука и печь, нефть и нефтяная вышка, дерево и пила. Способы соединения предметов и средств труда в едином производственном процессе определяются технологией. *Технология* в узком смысле – это комплекс мер, операций и приемов, осуществляемых в соответствии с определенными методами и способами производства и направленных на создание продукта. *Технология* в широком смысле – это особое сочетание факторов производства в едином производственном процессе.

Разделение объектов капитала на предметы и средства труда, выделение их различных групп обусловлено, с одной стороны, технико-технологическими причинами (особенностями процесса производства), с другой стороны, экономическими причинами (особенностями бухгалтерского учета и формирования затрат). Совокупность средств и предметов труда образует *средства производства*.

2.10. Производительные силы и производственные отношения

Система всех факторов производства, приводимая в действие усилиями (волей) людей, образует *производительные силы* общества. Производительные силы также можно предста-

вить как совокупность личностных и материальных элементов, взаимодействующих между собой в процессе общественного производства. Производительные силы выражают активное отношение людей к природе и материальному миру, означают освоение, преобразование и использование природных богатств в ходе общественного развития. Являясь основой прогресса, они находятся в непрерывном движении, переходя с одной стадии развития на другую. Формой исторического развития производительных сил выступает процесс повышения производительности труда как один из всеобщих законов развития производительных сил.

Понятие производительной силы активно использовалось учеными классического направления в ходе анализа труда и других ресурсов, обладающих производительностью, однако, как движущие силы развития общества они впервые были рассмотрены и научно определены немецким философом и экономистом К. Марксом и его последователями. Согласно марксизму, производительные силы вместе с порожденными ими производственными отношениями образуют базис общества, или его экономический строй с характерным для него уровнем общественного развития.

Производственные отношения – это отношения между людьми, объективно складывающиеся в процессе общественного производства. Производственные отношения являются органичной частью процессов производства, распределения, обмена и потребления экономических благ. Складываясь независимо от воли и сознания людей, они выступают общественной формой развития производительных сил, вместе с которыми образуют исторически определенный способ производства.

Каждому этапу развития производительных сил соответствуют определенные производственные отношения. Это проявляется следующим образом: исторически обусловленный способ производства формирует соответствующие ему отношения собственности на средства производства. Отношения собственности отражают особенности присвоения результатов производства, определяя таким образом социальную структуру общества, роль каждой социальной группы в экономике, господствующие формы собственности, мотивы хозяйственной деятельности и, в конечном итоге, социально-экономическое устройство общества.

2.11. Главные проблемы экономики

Как было отмечено в п. 2.7, на стыке двух фундаментальных проблем общества – безграничности потребностей и редкости ресурсов – возникают все остальные экономические проблемы, требующие своего разрешения. Главными экономическими проблемами общества являются: *что, как и для кого производить*, решая которые, люди стремятся, с одной стороны, получить максимальный результат от своей деятельности (максимально удовлетворить свои потребности), с другой стороны, наиболее рационально (оптимально, эффективно, экономно) использовать имеющиеся ресурсы.

Проблемы «что», «как» и «для кого производить» в различных обществах решаются по-разному, и способы их решения зависят от многих факторов: от уровня развития производительных сил (экономического строя), механизма управления экономикой, форм собственности, наличия традиций и обычаев в производстве и т.д. Однако, для всех обществ в ответах на данные вопросы характерно следующее. Вопрос «что производить?» затрагивает потребности и желания людей, требующих своего удовлетворения. Иными словами, в обществе производится то, что используется для удовлетворения потребностей. Вопрос «как производить?» относится к сфере господствующих в обществе форм и способов производства, определяемым уровнем развития технологий. Вопрос «для кого производить?» решается посредством существующей в обществе системе распределения, основанной на отношениях собственности.

Контрольные вопросы по теме 2

1. В чем состоят отличия экономических законов от естественнонаучных законов?
2. Какими свойствами обладают экономические категории?
3. Как связаны экономические отношения с классовой структурой общества?

4. В чем принципиальное отличие организационно-экономических отношений от социально-экономических?
5. Что такое горизонтальная и вертикальная интеграция в производстве?
6. Чем обусловлено появление тех или иных стадий в общественном производстве?
7. Какой тип общественного воспроизводства соответствует экономическому росту?
8. Что относится к потребностям высшего порядка?
9. Может ли человек удовлетворить свои вторичные потребности, не удовлетворив первичные?
10. Какие факторы способствуют развитию потребностей?
11. Чем обусловлена обширная классификация экономических благ? По каким основным критериям они классифицируются?
12. Какими свойствами обладают общественные блага?
13. Какими свойствами и характеристиками обладают экономические ресурсы?
14. Что в хозяйственной деятельности обычно подразумевается под предметами труда? А под средствами труда?
15. В чем заключается особенность людских ресурсов?
16. Чем обусловлено развитие производительных сил и производственных отношений?
17. В какой экономической системе решаются главные вопросы – что, как и для кого производить?

Тема 3. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ОБЩЕСТВА

- 3.1. Понятие экономической эффективности
- 3.2. Понятие экономического выбора
- 3.3. Понятие производственных возможностей общества
- 3.4. Кривая производственных возможностей и ее свойства
- 3.5. Экономическая эффективность в модели производственных возможностей
- 3.6. Изменение производственных возможностей
- 3.7. Абсолютные и сравнительные преимущества

3.1. Понятие экономической эффективности

Как уже неоднократно отмечалось, все ресурсы ограничены, и эта ограниченность приводит к:

- ограничению возможностей общественного производства;
- необходимости рационального использования имеющихся ресурсов;
- необходимости оценки рациональности использования ресурсов;
- необходимости осуществления экономического выбора: что и как производить.

Под *рациональным использованием ресурсов* понимают такую хозяйственную деятельность, которая приводит к максимальному удовлетворению потребностей при данных затратах ресурсов или к минимальным затратам ресурсов при достижении определенной цели. Ограниченность ресурсов свойственна всем эпохам развития общества, поэтому проблема рационального использования ресурсов стояла всегда.

Рациональная хозяйственная деятельность подразумевает оценку экономического эффекта и эффективности принимаемых решений. *Экономический эффект* – это полезный итог хозяйственной деятельности, представляющий собой разницу между полученным результатом (как правило, в денежном выражении) и затратами ресурсов. *Экономическая эффективность* – важнейшая экономическая категория, определяющая, насколько рационально используются ограниченные ресурсы для получения конечного результата.

Экономическая эффективность имеет количественное выражение, т.е. может быть измерена определенными показателями. Например, на практике часто рассчитывают эффективность инвестиций, рентабельность продаж, производительность труда, прибыльность размещения капитала и многие другие показатели. Если экономический эффект выражается абсолютными стоимостными показателями, то все показатели эффективности являются относи-

тельными, т.е. рассчитываются через соотношения, дроби, в числителе которых стоят результаты производства в натуральных или стоимостных единицах, а в знаменателе – затраты ресурсов. Экономическая эффективность тем выше, чем больше результатов получено при данных затратах либо чем меньше ресурсов затрачено для достижения заданных параметров производства.

Наивысшая эффективность достигается в случае получения максимально возможных результатов производства и, соответственно, максимального удовлетворения потребностей. Основой достижения наивысшей экономической эффективности является наиболее рациональное (оптимальное) распределение имеющихся ресурсов.

3.2. Понятие экономического выбора

Поскольку потребности безграничны, экономика имеет дело с множеством различных целей, которые, в целом, сводятся к решению трех главных проблем: что, как и для кого производить. Множественность целей приводит к множественности способов решения экономических проблем, и создает проблему экономического выбора. *Экономический выбор* – это выбор наиболее рационального способа решения экономической проблемы (использования ресурсов) из имеющихся вариантов. Все имеющиеся варианты решения проблемы образуют множество альтернативных решений. Выбирая одно из них, хозяйствующий субъект отвергает остальные, тем самым лишая себя возможности получения полезного результата от остальных решений.

Учитывая все вышесказанное, можно сказать, что экономический выбор:

- стоит перед каждым хозяйствующим субъектом в любой экономике и на любом уровне развития общества;
- предполагает возможность достижения максимального результата при данных затратах либо минимизации затрат для достижения заданного результата;
- предполагает наличие нескольких альтернатив использования ресурсов, одна из которых является наилучшей;
- сопровождается существованием альтернативных (вмененных) издержек: выбирая один вариант деятельности, приходится жертвовать полезными результатами от другого возможного варианта;
- может быть просчитан с точки зрения экономической эффективности.

В современной экономической теории проблема экономического выбора рассматривается с помощью модели производственных возможностей общества.

3.3. Понятие производственных возможностей общества

Производственные возможности общества – это потенциальный (максимальный) объем производства экономических благ в обществе в условиях полного и наиболее эффективного использования имеющихся ресурсов при данном уровне технологического развития. Модель производственных возможностей – математическое отражение проблемы экономического выбора, предполагающее следующие допущения:

- в экономике производятся только два товара (либо две группы товаров). Это значительно упрощает модель и облегчает понимание проблемы. В качестве таких товаров могут фигурировать любые товары и услуги, но, как правило, выбор делается между инвестиционными и потребительскими товарами (средствами производства и товарами конечного потребления);
- количество имеющихся ресурсов и качество их использования неизменны, по крайней мере, в краткосрочном периоде;
- экономика использует все ресурсы, доступные для данного общества при данном уровне его технологического развития.

3.4. Кривая производственных возможностей и ее свойства

Кривая производственных возможностей (КПВ) – графическая граница области производственных возможностей общества, характеризующая потенциально возможный объем выпуска двух товаров. Для ее построения по одной координатной оси откладывают количество одного товара, например, товара X, а по другой оси – количество другого товара, например, товара Y. Для обозначения количества используют букву Q (от англ. слова «quantity» – количество). КПВ – это множество точек, показывающих все возможные комбинации количества двух товаров, производимых в условиях полного использования ресурсов (рис. 3.1).

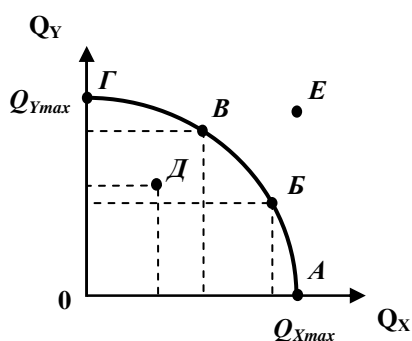


Рис. 3.1. Кривая производственных возможностей

Представленную на рис. 3.1 кривую производственных возможностей можно описать следующим образом:

- 1) все множество точек фигуры $AOГ$ показывает комбинации товаров X и Y, которые возможно произвести в данной экономике при имеющихся ресурсах;
- 2) все множество точек, лежащих на кривой $ABВГ$, показывает комбинации товаров X и Y, которые возможно произвести при полном использовании ресурсов;
- 3) все множество точек, лежащих выше и правее КПВ, например, точка E , показывает комбинации товаров X и Y, которые невозможно произвести при имеющихся ресурсах;
- 4) все множество точек, лежащих ниже и левее КПВ, например, точка D , показывает комбинации товаров X и Y, при которых ресурсы используются неполностью, и, соответственно, объем производства в экономике не достигает своего потенциального уровня;
- 5) точка A показывает максимальное количество товара X (Q_{xmax}), которое может быть произведено в экономике, если все ресурсы направить только на производство товара X;
- 6) точка $Г$ показывает максимальное количество товара Y (Q_{ymax}), которое может быть произведено в экономике, если все ресурсы направить только на производство товара Y.

На основе предпосылок построения модели и ее описания можно выделить следующие свойства кривой производственных возможностей.

I. КПВ имеет *отрицательный наклон*, поскольку зависимость между количествами производимых товаров X и Y обратная. В условиях полного использования ресурсов увеличение производства одного товара объективно приводит к снижению производства другого, что объясняет существование альтернативных издержек. Альтернативные издержки – следствие множественности вариантов экономического выбора, отражаемого различными комбинациями товаров X и Y в любой точке на кривой, при ограниченности ресурсов.

Альтернативные (вмененные) издержки товара X – это количество товара Y, которым необходимо пожертвовать, чтобы получить дополнительную единицу товара X:

$$AI_X = \frac{\Delta Q_Y}{\Delta Q_X}, \quad (3.1)$$

где ΔQ_Y – изменение (приращение) количества товара Y, а ΔQ_X – соответствующее изменение (приращение) количества товара X.

II. КПВ имеет *выпуклую форму от начала координат* и представляет собой нисходящую часть параболы, ограниченную первой четвертью координатной плоскости. Такая форма кривой демонстрирует ускорение падения одного параметра при изменении другого. Это значит, что равномерный рост производства одного товара сопровождается все большим сокращением производства другого товара. Такое ускоряющееся сокращение производства является проявлением закона (*принципа*) *возрастания альтернативных издержек*: чем больше производится какого-либо товара, тем дороже обходится каждая последующая его единица. Математически это выражается в изменении наклона кривой в каждой ее точке: чем ближе к точке A, тем больше внутренний угол наклона касательной к горизонтальной оси.

Принцип возрастания альтернативных издержек отражает закон убывающей производительности фактора производства (см. тему 10) и объясняется тем, что ресурсы различаются по качеству и не обладают полной взаимозаменяемостью. Если бы все ресурсы были универсальными, т.е. пригодными для производства любого товара, то КПВ представляла бы собой прямую линию (с равными альтернативными издержками).

Следует отметить, что для упрощения анализа иногда используют не кривую, а прямую линию производственных возможностей, отражаемую линейной функцией типа $y = kx + b$ (рис. 3.2).

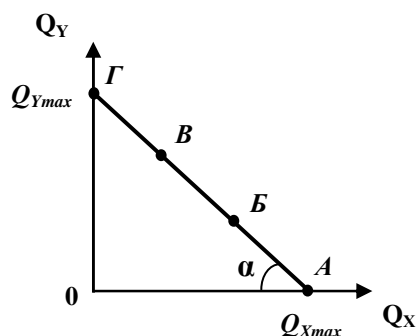


Рис. 3.2. Линия производственных возможностей

Учитывая, что функция производственных возможностей показывает зависимость между количествами двух товаров, то переменными данной функции будут Q_X и Q_Y : $Q_Y = k \cdot Q_X + b$, где $k = \operatorname{tg} \alpha = \Delta Q_Y / \Delta Q_X = AI_X$; $b = Q_{Y_{\max}}$, или:

$$Q_Y = Q_{Y_{\max}} - AI_X \cdot Q_X \quad (3.2)$$

В данном случае угол наклона кривой в любой точке постоянен, т.е. последовательное и равное увеличение производства товара X требует последовательного и равного сокращения производства товара Y.

3.5. Экономическая эффективность в модели производственных возможностей

На основе модели производственных возможностей можно сделать следующие выводы.

Экономика считается эффективной, если используются все имеющиеся ресурсы, а объем производства товаров максимален, т.е. достиг своего потенциального уровня. Любая точка на КПВ отражает вариант эффективной экономики. Зачастую состояние экономики, характеризующееся полным использованием ресурсов, называют *полной занятостью*, которая подразумевает отсутствие безработицы, загрузку всех производственных мощностей, обработку земель, использование самых современных технологий и т.д. Следует отметить, однако, что полная занятость подразумевает не 100%-но полное, а оптимально полное использование ресурсов, с учетом цикла их восстановления.

Понятие «эффективность» было впервые применено к экономическим процессам итальянским экономистом и социологом Вильфредо Парето (1848–1923). Исследуя проблемы благосостояния общества при ограниченности ресурсов, Парето пришел к выводу, что благосос-

тояние общества достигает максимума, а распределение ресурсов становится оптимальным, если любое изменение этого распределения ухудшает благосостояние хотя бы одного хозяйствующего субъекта. Такое состояние экономики называют *Парето-оптимальным (Парето-эффективным)*, а соответствующее ему распределение ресурсов – Парето-эффективным распределением ресурсов. Согласно Парето, движение в сторону оптимума возможно лишь при таком распределении ресурсов, которое увеличивает благосостояние какого-либо лица без ущерба другим лицам. Верно и обратное: если существует возможность улучшить положение одного из участников рынка, не нанеся при этом никакого ущерба другим, то такое распределение неоптимально (неэффективно).

Неоптимальное распределение ресурсов ведет к их неполному использованию, т.е. к существованию безработицы, недогрузке производственных мощностей, наличию пустующих земель, отсталым технологиям и т.д., и, в конечном итоге, к отставанию объема производства от своего потенциального уровня. Любая точка ниже и левее КПВ отражает вариант неэффективной экономики, которая неполностью использует свои ресурсы.

3.6. Изменение производственных возможностей

Как было сказано выше, в краткосрочном периоде производственные возможности общества ограничены и не могут переместиться за пределы КПВ. Однако, в долгосрочной перспективе производственные возможности общества не остаются неизменными, так как под влиянием различных факторов может измениться как количество имеющихся ресурсов, так и качество их использования.

Выделяют две основных группы факторов роста производственных возможностей:

1) *экстенсивные*, обеспечивающие рост за счет увеличения количества вовлекаемых в общественное производство ресурсов, например, увеличение численности трудоспособного населения, рост запасов сырья, удлинение продолжительности рабочего дня, увеличение сроков навигации и т.д.;

2) *интенсивные*, обеспечивающие рост за счет повышения качества использования ресурсов, в том числе за счет повышения производительности труда, совершенствования техники и технологий, улучшения системы управления и т.д.

В реальной жизни экстенсивные и интенсивные факторы, как правило, воздействуют совместно. Например, открытие нового месторождения полезных ископаемых предполагает использование более совершенных технологий его разработки.

Воздействие экстенсивных и интенсивных факторов приводит к изменению производственных возможностей, а, значит, и к изменению положения (сдвигу) КПВ. Возможны два варианта сдвига кривой:

■ *односторонний*, отражающий изменения ресурсной базы для производства одного из товаров (рис. 3.3, а);

■ *двусторонний* (равномерный), отражающий изменения ресурсной базы для производства всех товаров (рис. 3.3, б).

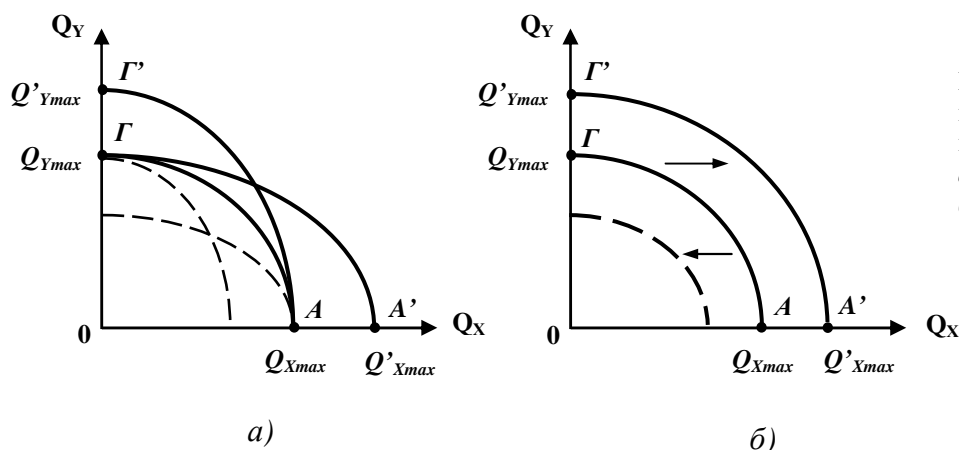


Рис. 3.3. Сдвиг кривой производственных возможностей:
а) односторонний;
б) двусторонний

В случае, если производственные возможности возросли только для товара Y, то КПВ односторонне смещается из положения АГ в АГ', соответствующее новому потенциалу производства товара Y – Q'_{Ymax} . Если увеличились возможности только для производства товара X, то кривая АГ смещается в положение А'Г с новым потенциалом производства товара X – Q'_{Xmax} (рис. 3.3, а). В случае равномерного роста производственных возможностей происходит параллельный сдвиг КПВ вправо вверх в положение А'Г'. Следует помнить, что производственные возможности могут не только увеличиваться, но и уменьшаться, если на них воздействуют неблагоприятные факторы. Случаи одностороннего и двустороннего снижения экономического потенциала отмечены на рис. 3.3 пунктирными линиями.

3.7. Абсолютные и сравнительные преимущества

Модель производственных возможностей используется для определения абсолютных и сравнительных преимуществ, концепция которых объясняет побудительные мотивы торгового обмена между хозяйствующими субъектами (предприятиями, странами, регионами и т.д.). Теории абсолютных и сравнительных преимуществ демонстрируют выгоды, получаемые странами от специализации производства и развития свободной торговли.

Абсолютное преимущество – это способность страны производить товар с меньшими издержками. Абсолютные преимущества возникают в связи с наличием стратегически важных природных ресурсов, благоприятных климатических условий, созданных уникальных технологий производства и других особых для страны факторов.

Сравнительное преимущество – это способность страны производить товар с меньшими альтернативными издержками. Сравнительные преимущества в каком-либо производстве возникают на основе более высокой производительности труда, накопленного опыта, лучшей квалификации работников или передовых технологий.

Суть данных теорий состоит в том, что страны, специализируясь на производстве товаров, в которых имеют абсолютные или сравнительные преимущества, и вступая в свободные торговые отношения, получают выгоду от этой специализации. Согласно теории сравнительных преимуществ, все страны выиграют от обмена, если каждая страна будет производить и экспортировать те товары, альтернативные издержки которых у нее меньше, чем у других стран. Выигрыш заключается в росте как совокупного объема производства, так и общего объема потребления обоих товаров. В этом случае линия производственных возможностей трансформируется в *линии торговых (потребительских) возможностей* стран, любые точки на которых отражают рост экономического потенциала стран за счет торговли.

Таким образом, свободная торговля способствует повышению экономической эффективности стран, специализирующихся на производстве товаров, в которых они имеют сравнительные преимущества. Такая специализация способствует оптимальному распределению ресурсов, росту мирового производства и потребления товаров и, как следствие, повышению благосостояния людей.

Контрольные вопросы по теме 3

1. Почему в экономике возникает понятие эффективности?
2. Чем обусловлена необходимость экономического выбора?
3. Существуют ли границы производственных возможностей общества?
4. Что отражает каждая точка кривой производственных возможностей?
5. Достижим ли максимум экономической эффективности? Если да, то при каких условиях? Как экономическая эффективность отражается в модели производственных возможностей?
6. Какие факторы вызывают изменение производственных возможностей общества?
7. В каких товарах и услугах будет специализироваться страна-экспортер с точки зрения теории сравнительных преимуществ?

Тема 4. ФОРМЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ХОЗЯЙСТВА И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

- 4.1. Революции в экономическом развитии общества
- 4.2. Стадии развития производства в экономической истории
- 4.3. Особенности современного этапа развития экономики
- 4.4. Формационный подход к экономической истории
- 4.5. Цивилизационный подход к экономической истории
- 4.6. Общественное разделение труда
- 4.7. Формы общественного хозяйства
- 4.8. Типы экономических систем

4.1. Революции в экономическом развитии общества

Современная экономика представляет собой результат объективного исторического развития общественного производства. Экономическая наука выделяет в истории человеческой цивилизации три мощных качественных скачка – три революции в производительных силах общества и в соответствующих им экономических отношениях и социальной структуре общества. *Экономическая революция* – резкое качественное изменение форм и условий хозяйствования, объективно возникающее в силу действия взаимополагающих и взаимоисключающих факторов, а именно: ограниченными производственными возможностями и качественно новым уровнем потребностей. Каждая революция означала:

- ✓ переход к новым, более прогрессивным, средствам труда;
- ✓ появление новой сферы общественного хозяйства;
- ✓ переход на качественно новый уровень потребностей и способов их удовлетворения.

В итоге, каждая революция знаменовала собой переход к новой исторической стадии развития производства.

Всего выделяют три революции в ходе экономического развития: неолитическую, промышленную (индустриальную) и научно-техническую второй половины XX века.

I. *Неолитическая революция* произошла около 10 тысяч лет назад, в эпоху неолита, или позднепервобытного общества, и означала переход от присваивающего хозяйства к производящему, что, в свою очередь, сформировало предпосылки для появления раннеклассового общества. Термин «неолитическая революция» ввел в 1949 г. англо-австралийский археолог Гордон Чайлд (1892–1957), считавший, что именно эта революция дала человеку контроль над его собственным запасом продовольствия, создав тем самым условия возникновения цивилизации. В разных регионах планеты неолитическая революция происходила в разное время и имела свою специфику, но основными общими признаками неолитической революции являются:

- ✚ появление примитивных орудий труда (кремниевых, костяных, каменных);
- ✚ возникновение сельскохозяйственного производства (земледелия и скотоводства)

вместо собирательства;

- ✚ начало создания, хранения и накопления запасов продовольствия;
- ✚ формирование социально-экономических отношений;
- ✚ формирование доиндустриальной стадии развития общественного производства.

II. *Промышленная революция*, начавшаяся в XVIII–XIX вв. сначала в Англии, а затем и в других странах Западной Европы, означала существенные качественные изменения в организации и средствах производства. Ее основными признаками стали:

- появление принципиально новых средств труда – машин и, как следствие, замена ручного труда машинным (механизированным);
- возникновение промышленности как ведущей отрасли общественного хозяйства, основанной на механизированном производстве;
- формирование новой социальной структуры, основанной на взаимодействии двух классов: капиталистов (предпринимателей) и наемных рабочих;
- качественное преобразование других сфер экономики (сельского хозяйства, строительства, транспорта);

- формирование индустриальной стадии развития общественного производства;
- ускорение экономического роста.

Началом промышленной революции считают изобретение в 1764–1765 английским ткачом Джеймсом Харгривсом механической прялки, которая примерно в 20 раз увеличивала производительность труда прядильщика. За прялкой последовал целый ряд изобретений и открытий в различных отраслях (физике, химии, математике), которые в совокупности создали новые производительные силы общества – машины, состоящие из трех частей: двигателя, передаточного механизма и рабочей машины, непосредственно обрабатывавшей материю труда. Важнейшим этапом промышленной революции явилось изобретение шотландским механиком Джеймсом Уаттом (1736–1819) универсального парового двигателя, за которым последовала мировая «транспортная» революция.

Термин «промышленная революция» широко использовался марксистами и получил всеобщее научное признание благодаря британскому историку Арнольду Тойнби (1889–1975).

III. *Научно-техническая революция*, начавшаяся в середине XX в. в развитых странах (США, Западной Европе, СССР), знаменовала превращение науки в ведущую производительную силу, что повлекло за собой соответствующие изменения в материально-технической базе общественного производства, его формах и способах, производственных и социальных отношениях, характере и содержании труда и многом другом. Основными признаками научно-технической революции (НТР) являются:

- ▶ усовершенствование механизированного труда, автоматизация производственных процессов;

- ▶ применение новых видов энергии: атомной, солнечной, электромагнитной и других;

- ▶ создание новых видов материалов и продуктов, не имеющих аналогов в биосфере, например, конструкционные материалы, пластмассы;

- ▶ качественное изменение технологии обработки предметов труда в ряде производств и отраслей, в том числе за счет ультразвуковых, магнитно-импульсных воздействий, различных видов излучений и т.д.;

- ▶ совершенствование процессов получения, хранения, обработки и передачи информации, связанное с появлением и развитием компьютерной техники;

- ▶ развитие научной организации труда;

- ▶ качественное преобразование социальной сферы;

- ▶ интенсификация экономического роста;

- ▶ формирование постиндустриальной стадии развития общественного производства.

Следует отметить, что научно-технический прогресс в той или иной мере присутствовал на разных ступенях развития общества, в том числе и на этапе промышленной революции, но такой явный, быстрый и мощный характер, с которым он проявился в середине XX века, заставил заговорить именно о научно-технической революции. К тому, что явилось отправной точкой современной НТР, ученые относят разные события: и военные достижения Второй мировой войны, и создание первой атомной электростанции в СССР, и запуск первого искусственного спутника Земли, и появление компьютеров. Однако, с позиций сегодняшнего дня НТР представляется не каким-то одномоментным явлением, а многоэтапным процессом, в ходе которого совершается множество микрореволюций, открываются новые отрасли знаний, обновляются уже известные.

В рамках современной НТР выделяют особый ее этап – *информационную революцию* конца XX – начала XXI вв., основными признаками которой стали:

- ☀ информатизация производственных и бытовых процессов;

- ☀ появление новых продуктов и услуг, связанных со связью и информацией;

- ☀ совершенствование автоматизации не только физического, но и умственного труда;

- ☀ развитие постиндустриальной стадии развития общественного производства.

К новейшим отраслям знаний, формирующим с конца XX века основу постиндустриальной экономики, можно отнести ядерную физику, электронику, кибернетику, информатику, генную инженерию, биотехнологии и другие.

4.2. Стадии развития производства в экономической истории

Стадии развития общественного производства в мировой экономической истории разделены между собой экономическими революциями и различаются между собой по следующим важнейшим критериям: уровню развития производительных сил, доминирующей сфере хозяйствования, структуре занятости, формам собственности, уровню удовлетворению потребностей, темпам экономического роста и научно-технического прогресса, темпам роста численности населения и некоторым другим критериям.

I. Исторически первой стадией хозяйственной деятельности явилось *собираТЕЛЬСТВО* даров природы, характерное для древних людей и их предков, живших свыше 10 тысяч лет назад. Основными чертами собирательства являются:

- отсутствие производства как такового, или присваивающий характер деятельности (потребление «даров природы» без производства);

- удовлетворение только самых первичных потребностей, на уровне прожиточного минимума.

По мере увеличения численности людей проявлялась невозможность удовлетворения даже самых простых потребностей путем собирательства. Назревшее противоречие было преодолено неолитической революцией, приведшей к возникновению доиндустриальной стадии производства.

II. *Доиндустриальная (аграрная) стадия* – эпоха развития производства, начавшаяся примерно 10 тысяч лет назад и охватившая историю первобытного общества, древнего мира, средневековье и часть нового времени, вплоть до промышленной революции XVIII в. Характерными чертами доиндустриальной экономики являются:

- преобладание сельского хозяйства в структуре общественного производства и сельскохозяйственных рабочих – в общей структуре занятых;

- применение ручного и слабомеханизированного труда;

- господство землевладельцев как ведущей социальной группы и земли – как главного фактора производства;

- преобладание первичных потребностей в общей структуре удовлетворяемых потребностей, низкие темпы их роста;

- слабые стимулы для научно-технического развития;

- умеренный рост численности населения.

Доиндустриальная стадия продемонстрировала прогресс общественного развития по сравнению с неолитическим обществом, но расцвет науки и культуры в эпоху Нового времени, рост численности населения и развитие потребностей пришли в противоречие с ограниченным потенциалом аграрного производства. Это противоречие было преодолено промышленной революцией, приведшей к возникновению индустриальной стадии производства.

III. *Индустриальная стадия* – эпоха развития промышленного производства, начавшаяся в 1760-х гг. и продолжавшаяся вплоть до научно-технической революции второй половины XX в. Индустриальная стадия имеет следующие черты:

- преобладание промышленных отраслей в структуре общественного производства и промышленных рабочих – в общей структуре занятых;

- применение механизированного и машинизированного труда как в промышленности, так и в других отраслях;

- господство капиталистов как ведущего класса общества и капитала – как главного фактора производства;

- углубление общественного разделения труда, развитие предметной и функциональной специализации и кооперации, появление новых форм организации бизнеса;

- наличие стимулов для научно-технического развития;

- возможность удовлетворения широкого круга первичных и ряда вторичных потребностей;

- относительно высокие темпы роста количества и качества потребностей;

■ умеренно высокий рост численности населения (в 7 раз по сравнению с 1650 г.), урбанизация населения.

Промышленное производство в десятки раз увеличило экономический потенциал стран, способствовало развитию принципиально новых потребностей, возникновению новых социальных явлений, изменению культурных ценностей. Однако, динамичный рост гражданской и военной промышленности, требовавший большого количества сырья, материалов и энергии, а также высокий уровень человеческих и производственных потребностей, искавших новые способы своего удовлетворения, пришли в противоречие с ограниченным ресурсным и технологическим потенциалом индустриального производства. Это противоречие было преодолено научно-технической революцией, приведшей к возникновению постиндустриальной стадии производства.

IV. *Постиндустриальная стадия* – эпоха развития наукоемкого, высокотехнологичного производства, начавшаяся во второй половине XX века и продолжающаяся в настоящее время. Ее характерными чертами являются:

■ преобладание высокотехнологичного производства и сферы услуг в структуре общественного производства и работников сферы услуг – в общей структуре занятых;

■ применение высокомеханизированного и автоматизированного труда в большинстве отраслей;

■ внедрение достижений электроники, информатики и других высокотехнологичных сфер в производство;

■ универсальность достижений высокотехнологичных областей знаний, т.е. их способность быть использованными в любой сфере экономики;

■ формирование индустрии знаний как ведущего фактора производства, использующего самореализующуюся личность как инструмент прогрессивного развития всего общества;

■ дальнейшее углубление общественного разделения труда;

■ большие стимулы для дальнейшего научно-технического развития;

■ повышение роли высококвалифицированных специалистов и научных работников, а также социальной сферы в обществе;

■ наличие возможностей практически полного удовлетворения первичных потребностей и расширение возможностей удовлетворения потребностей высокого порядка;

■ быстрый рост численности населения (до 7 млрд. чел. на сегодняшний день).

Потребности современного населения и бизнеса в получении новых знаний, быстром обмене информацией, безлимитном общении, преодолении расстояний планетарного масштаба обусловили возникновение *информационной эпохи* постиндустриального развития общества. Главной ее специфической чертой является информатизация социальных и экономических процессов за счет повсеместного внедрения компьютерной техники, услуг связи и интернета.

4.3. Особенности современного этапа развития экономики

Несмотря на прогрессивное, в целом, развитие производительных сил от доиндустриальной стадии к индустриальной и далее к постиндустриальной, несмотря на огромный экономический потенциал, росту которого способствует научно-технический прогресс, вряд ли можно говорить о современной экономике как об идеальной модели экономического развития общества или как о цитадели прогресса. Нынешний исторический этап развития экономики характеризуется как положительными, так и отрицательными чертами, к каковым относятся:

● неравномерность экономического развития стран, т.е. одновременное сосуществование на планете всех трех стадий развития общественного производства;

● неоднородность производственной структуры стран: каждая страна производит продукт в соответствии со своими конкурентными преимуществами;

● глобализация мировой экономики, т.е. вовлечение отдельных стран в сферу интересов развитых стран и транснациональных корпораций;

- низкие темпы экономического роста большинства стран на фоне высоких темпов роста отдельных стран;
- ведущее положение науки и технологий как отраслей, обеспечивающих ускоренное экономическое развитие развитых и активно развивающихся стран;
- неполное использование возможностей НТП в части обеспечения продуктами питания и другими необходимыми товарами отстающие страны мира;
- наличие широких возможностей для удовлетворения нематериальных (духовных и культурных) потребностей.

Существует ряд объективных факторов, тормозящих прогрессивное развитие и обуславливающих отставание фактического экономического роста от потенциального:

■ углубление общественного разделения труда и концентрация капитала в определенных ключевых сферах (сырьевых, энергетических, высокотехнологичных отраслях), определяющая неравномерность производственных возможностей и существенную дифференциацию доходов населения;

■ значительное влияние субъективных (политических, военных, личностных) факторов на экономические процессы целых стран, противоречивость общественных интересов и частных интересов политической элиты;

■ сращивание капитала и власти в большинстве стран, доминирование интересов меньшинства над интересами большинства граждан;

■ взаимозависимость стран в своем экономическом развитии, высокая степень вмешательства развитых стран во внутренние дела развивающихся, зависимых стран.

Грядущее информационное общество будет и дальше нести в себе отрицательные черты современной экономики. Траектория будущего экономического развития каждой страны зависит, главным образом, от возможностей внутренней мобилизации имеющегося ресурсного потенциала с целью развития внутреннего рынка и защиты его от внешних сил.

4.4. Формационный подход к экономической истории

Говоря о формах общественного хозяйства во всемирной истории, следует особо выделить *формационный подход*, основоположником которого был Карл Маркс. Формационный подход – наиболее известный в советской, а затем и российской экономической науке подход к историческому анализу экономического развития, определяющий общественное развитие как закономерную, постепенную смену общественно-экономических формаций.

Общественно-экономическая формация – это исторический этап, ступень развития общества, основанный на определенном способе производства, который представляет собой единство производительных сил и производственных отношений. Производительные силы выступают как содержание способа производства, а производственные отношения – как его форма. Производительные силы объективно развиваются быстрее, чем производственные отношения, и со временем вступают с последними в противоречие. Для дальнейшего развития общества необходим слом старых производственных отношений и появление новых, соответствующих новому уровню производительных сил. Смена способа производства приводит к смене общественно-экономической формации.

Маркс выделил пять формаций по способу производства:

- 1) *первобытнообщинный строй*, основанный на примитивных орудиях труда и общинной собственности;
- 2) *рабовладельческий строй*, для которого характерно использование в качестве орудий труда живых людей – рабов, принадлежавших хозяину на правах личной собственности;
- 3) *феодалный строй*, характеризующийся ручным и слабомеханизированным трудом, частной собственностью на землю, отношениями аренды земли и преобладанием натурального хозяйства;
- 4) *капиталистический строй*, основанный на использовании механизированного и машинизированного труда, частной собственности на средства производства и развитии рыночного хозяйства;

5) коммунистический строй (и его переходная стадия – социализм), предполагающий общественную собственность на средства производства и социальное равенство.

Маркс выделял прогрессивную направленность общественного развития: по его мнению, каждая последующая формация становилась прогрессивнее предыдущей. Основой такого прогресса является совершенствование производительных сил и производственных отношений. Другими словами, все исторически многообразное общественное развитие Маркс объяснял экономическими причинами.

В настоящее время формационный подход подвергается критике в силу возможности его применения только к западной цивилизации (странам Западной Европы) и узости использования только экономических критериев для объяснения общественного развития. В дополнение к формационному выделяют цивилизационный подход, или теорию смены цивилизаций, которая рассматривает вопрос общественного развития на основе воздействия целого комплекса факторов.

4.5. Цивилизационный подход к экономической истории

Цивилизационный подход – это исследование развития общества как закономерной смены цивилизаций, различающихся по целому ряду взаимосвязанных между собой критериев. Основой для формирования данного подхода послужила научная категория «цивилизация», под которой в самом общем виде понимается целостная общественная система, включающая в себя различные материальные и нематериальные сферы общественной жизни (религию, культуру, экономику, политику, социальную организацию и т. д.), которые согласованы друг с другом и тесно взаимосвязаны. При этом, экономика рассматривается не как определяющий фактор развития общества, а как один из взаимосвязанных факторов, одновременно определяющий и зависимый. Зачастую в современных теориях цивилизации культурные факторы и духовные критерии выходят на передний план, и история общественного развития представляется как совокупность сменяющих друг друга или сосуществующих друг с другом культур, например, азиатская и европейская цивилизации, античная и средневековая цивилизации и т.д.

Понятию «цивилизация» дано множество толкований, и, в силу этого, существует целый ряд теорий цивилизаций, среди которых можно выделить *теории стадийного развития цивилизации* (К. Ясперс, П. Сорокин, У. Ростоу, О. Тоффлер и др.), рассматривающие цивилизацию как единый поэтапный процесс прогрессивного развития человечества, *теории локальных цивилизаций* (Н.Я. Данилевский, О. Шпенглер, А. Тойнби), предполагающих существование отдельных, замкнутых общностей людей, имеющих свои особенности социально-экономического, политического и культурного развития. Также можно выделить концепцию «мировых цивилизаций» российского ученого Ю.В. Яковца, который, основываясь на работах Д. Белла и Э. Тоффлера, сформировал систему сменяющих друг друга цивилизаций, или целостных систем, в которых взаимно переплетены, дополняя друг друга, материальное и духовное воспроизводство, экономика и политика, социальные отношения и культура¹ (табл. 4.1.).

Таблица 4.1

Мировые цивилизации (в концепции мировых цивилизаций Ю.В. Яковца, Б.Н. Кузыка)

Цивилизационные циклы	Мировые цивилизации	Локальные цивилизации
1	2	3
Первый суперцикл (8-е тыс. до н. э. – 1-е тыс. н. э.)	Неолитическая (8-4 тыс. до н. э.) Раннеклассовая (конец 4-го — начало 1-го тыс. до н. э.)	Древнеегипетская, шумерская, ассирийская, вавилонская, эллинская, минойская, индийская, китайская

¹ Кузык Б. Н., Яковец Ю. В. Цивилизации: теория, история, диалог, будущее. // Т. III: Северное Причерноморье — пространство взаимодействия цивилизаций. – М.: Институт экономических стратегий, 2008. – С. 18.

1	2	3
	Античная (VIII в. до н. э. — V в. н. э.)	Греко-римская, персидская, финикийская, индийская, китайская, японская, древнеамериканская
Второй суперцикл (VI—XX вв.)	Средневековая (VI—XIV вв.)	Византийская, восточноевропейская, восточнославянская, китайская, индийская, японская
	Раннеиндустриальная (XV — середина XVIII в.) Индустриальная (середина XVIII—XX в.)	Западная, евразийская, буддийская, мусульманская, китайская, индийская, японская
Третий суперцикл (XXI—XXIII вв., прогноз)	Постиндустриальная (XXI — начало XXIII в. — прогноз)	Западноевропейская, восточноевропейская, североамериканская, латиноамериканская, океаническая, русская, китайская, индийская, японская, арабо-мусульманская, буддийская, африканская

Достоинством данной цивилизационной модели является ее привязка одновременно к экономическим, политическим, культурным и социальным критериям, наглядность и согласованность перечня мировых цивилизаций с совокупностями локальных в независимости от уровня развития последних.

4.6. Общественное разделение труда

Прогрессивное развитие производительных сил в экономической истории стало возможно благодаря такому явлению, как общественное разделение труда. *Разделение труда* – это обособление качественно различных видов трудовой деятельности по функциональному, технологическому, профессиональному и квалификационному признакам. Разделение труда – исторически более развитая форма общественно полезной деятельности по сравнению с универсальным трудом, возникающая в результате дифференциации отдельных процессов и видов труда.

Разделение труда подразумевает возникновение и развитие специализации производства и его обратного процесса – кооперации. Специализация и кооперация – это разнонаправленные, но взаимосвязанные и взаимообусловленные процессы. *Специализация* производства (от лат. слова «*specialis*» – особый, своеобразный) – это форма его организации, при которой производители сосредотачиваются на выпуске отдельных видов продукции или выполнении отдельных видов работ. *Кооперация* (от лат. слова «*cooperatio*» – сотрудничество) – совокупность хозяйственных связей между специализированными предприятиями с целью обмена продукцией, которую они выпускают.

Исторически общественное разделение труда возникло еще в первобытном обществе и проявилось в форме естественного разделения труда по половозрастным признакам. В дальнейшем выделились следующие его стадии (уровни):

- ◆ *индивидуальное разделение труда* – сосредоточение отдельного индивида, семьи или домохозяйства на выполнении какой-либо определенной деятельности;

- ◆ *коллективное разделение труда* – специализация коллективов (предприятий) на производстве отдельных продуктов (услуг, работ) или их частей, либо на выполнении определенных функций производства;

- ◆ *отраслевое разделение труда* – выделение совокупности предприятий, производящих определенный продукт, или предприятий, органично связанных между собой в процессе изготовления какого-то продукта;

- ◆ *территориальное разделение труда* – специализация регионов или территорий на производстве какой-либо продукции, обусловленная наличием особой ресурсной базы и условий для данного производства (например, источников сырья, климатических условий, геополитического положения и т.д.);

- ◆ *международное разделение труда* – специализация отдельных стран на производстве определенных групп товаров.

В основе разделения труда независимо от его уровня лежат сравнительные преимущества каждого обособляющегося хозяйствующего субъекта, отражающие специфические особенности этого субъекта как производителя. Каждый субъект выполняет тот вид деятельности, который сопровождается наименьшими альтернативными издержками.

Объективная необходимость общественного разделения труда проявляется в следующих его преимуществах:

- ➔ более рациональное использование ограниченных ресурсов, вытекающее из принципа использования субъектами своих сравнительных преимуществ, и, следовательно, удешевление производства;

- ➔ рост производительности труда и повышение эффективности производства в целом. Увеличение объемов производства на единицу затрат времени и ресурсов становится объективно возможным в результате специализации, т.е. сосредоточения усилий на каком-то определенном процессе труда;

- ➔ наличие стимулов к научно-техническому прогрессу, внедрение его достижений в производство;

- ➔ упрощение процесса производства различной продукции, связанное с применением машин и механизмов, специализированных на отдельных технологических операциях;

- ➔ повышение квалификации персонала в выполнении определенных работ, совершенствование навыков и умений людей, достижение ими профессионализма в конкретной области. Это положительно сказывается как на процессе производства, так и на жизни людей, их возможности реализовать себя в профессиональной сфере, благосостоянии и благополучии.

Вместе с тем, можно выделить и недостатки разделения труда:

- ➔ неравномерная концентрация капитала в отдельных отраслях, способствующая дифференциации доходов хозяйствующих субъектов;

- ➔ возрастающая зависимость отдельных производителей друг от друга. Срыв производства или поставок одним субъектом неизбежно нарушает общий ход деятельности связанных с ним других субъектов, подрывает выстроенные связи и отношения;

- ➔ рост трансакционных издержек, т.е. затрат, сопровождающих взаимоотношения хозяйствующих субъектов, например, затраты на сбор и обработку информации о рынке, поиск партнеров и клиентов, принятие решений и т.д. (см. подробнее в теме б).

Следует отметить, что исторически процесс разделения труда не завершен, так как углубление специализации может идти практически бесконечно (отдельный продукт – часть продукта – отдельная деталь – отдельная функция – отдельная операция и т.д.). В связи с этим бесконечен процесс обобществления производства. Чем глубже разделение труда, тем теснее и сложнее становится обмен, тем более сложной и комплексной становится хозяйственная деятельность людей, и тем более разнообразными становятся их отношения.

4.7. Формы общественного хозяйства

Под *формой общественного хозяйства* понимают состояние производительных сил и производственных отношений с точки зрения общественного разделения труда. Разделение труда определяет господствующие формы и способы производства, содержание отношений собственности и другие характеристики хозяйства. В широком смысле форма общественного хозяйства – это способ организации хозяйственной деятельности людей. Каждая экономика имеет свой неповторимый хозяйственный уклад, однако, исторически можно выделить две основные формы хозяйства: натуральное и товарное.

4.7.1. Натуральное хозяйство

Натуральное хозяйство – форма хозяйствования, при которой производство благ осуществляется для собственного потребления в рамках замкнутой экономической системы. Данная форма хозяйства получила свое название от понятия «*натуральный продукт*», который выступает главным результатом хозяйственной деятельности людей и предназначен для собственного потребления. Основными чертами натурального хозяйства являются:

- низкая степень общественного разделения труда и, соответственно, обмена между производителями;
- производство натурального продукта;
- непосредственная связь производителей и потребителей;
- преимущественно закрытый (замкнутый) тип хозяйства, основанный на самообеспечении всей продукцией;
- использование ручного и слабомеханизированного труда;
- слабые стимулы для научно-технического прогресса;
- устойчивость, консерватизм экономической системы.

Результатом функционирования такого хозяйства являются преимущественно простое воспроизводство, слабая диверсификация видов продукции, относительно низкая производительность труда, сосредоточенность на удовлетворении первичных потребностей. В натуральном хозяйстве упрощен производственный цикл: после распределения произведенный продукт потребляется (производство – распределение – потребление).

Натуральное хозяйство в большей степени соответствует доиндустриальной стадии развития общества и возникло первым по сравнению с товарным хозяйством. Ярким примером ведения хозяйства в его натуральной форме может служить община, а в современной жизни – дачный участок, или личное подсобное хозяйство.

4.7.2. Товарное хозяйство

Товарное хозяйство – это форма хозяйствования, при которой производство экономических благ осуществляется с целью обмена на другие блага. Товарное хозяйство появилось в результате общественного разделения труда, которое обусловило обособление товаропроизводителей как отдельных собственников. Данная форма хозяйства получила свое название от понятия «*товар*», который выступает здесь главным результатом хозяйственной деятельности людей и предназначен для обмена или продажи. Товарное хозяйство характеризуют следующие черты:

- высокая степень общественного разделения труда;
- производство различных видов товаров;
- опосредованная связь производителя и потребителя, наличие инфраструктуры поддержки обмена ресурсами и продуктами труда;
- преимущественно открытый тип хозяйства;
- использование механизированного и автоматизированного труда;
- сильные стимулы для научно-технического прогресса;
- динамизм, изменчивость экономических процессов;
- развитые отношения собственности, многообразие форм собственности.

Товарное хозяйство является более прогрессивным, чем натуральное, что проявляется как в его чертах, так и в результатах его функционирования. Разделение труда открыло путь к росту производительности труда, расширенному воспроизводству, разнообразию видов продукции и, как следствие, более полному удовлетворению потребностей людей. Принципиально важным для товарного хозяйства является появление стадии обмена: после распределения произведенный продукт (товар) обменивается на другой продукт, а затем потребляется (производство – распределение – обмен – потребление). В процессе эволюции обмена из товарной массы выделился особый товар – деньги, соизмерявший стоимость всех обмениваемых товаров и раздвинувший рамки товарообмена во времени и пространстве.

Следует отметить, что обмен был присущ и натуральному хозяйству, однако, он осуществлялся на основе *редистрибуции* (от лат. слова «*redistributio*» – перераспределять), т.е. собирания всего созданного в общине продукта с последующим его распределением внутри той же самой группы. Американско-канадский экономист и антрополог Карл Поланьи (1886–1964) определил основные признаки редистрибутивного обмена и противопоставил его товарообмену (табл. 4.2.).

Признаки редиистрибутивного и товарного типов обмена

Критерии различий	Редиистрибутивный обмен	Товарообмен
В каких обществах преобладает	В доиндустриальном	В индустриальном
Характер отношений	Вертикальный (подданные – правители)	Горизонтальный (между производителями)
Конкуренция	Исключена	Широко развита
Регулирование	Централизованное	Саморегуляция
Роль денег	Второстепенная	Доминирующая
Характер обмена	Принудительный	Добровольный
Эквивалентность обмена	Не соблюдается (только возмездность)	Соблюдается при каждой купле-продаже

Источник: [4].

Товарное хозяйство стало активно развиваться после промышленной революции и послужило основой для возникновения особых – товарных, а затем и товарно-денежных – отношений. На основе товарно-денежных отношений функционируют экономики большей части стран современного мира. Простой товарный обмен эволюционировал в развитую сферу обращения, а такие сопутствующие обмену виды деятельности, как торговля, складское хозяйство, транспортировка грузов, реклама и многие другие, стали самостоятельными высокодоходными сферами экономики. Развитию товарного хозяйства в наши дни способствуют дальнейшая специализация производства, развитие производительных сил и отношений собственности, расширение торговой инфраструктуры.

Несмотря на существенные различия натуральной и товарной форм хозяйствования, между ними исторически просматривается тесная и неразрывная связь: товарное хозяйство возникает и развивается на основе натурального, становясь все более сложной ее формой. Весь мир с господствующими внутри него товарными отношениями можно рассматривать как единое натуральное хозяйство, которое обеспечивает себя разнообразной продукцией для удовлетворения своих потребностей.

4.8. Типы экономических систем

Экономическая система – совокупность объектов и субъектов экономических отношений, экономических процессов и явлений, происходящих в данном обществе в результате сложившихся в нем отношений собственности и регулирующего экономику механизма. История знает немало примеров различных экономических систем, но всех их можно условно разделить на несколько типов. Главными критериями деления экономических систем являются преобладающая форма собственности и способ регулирования экономики. Также можно обозначить ряд других критериев, таких как, характер и степень свободы экономической деятельности, главный мотив хозяйственной деятельности и другие.

4.8.1. Основные признаки различных типов экономических систем

I. Первичным звеном экономического развития стала *традиционная экономика*, относящаяся к нерыночному типу и характерная в настоящее время для слаборазвитых стран Азии, Африки, Латинской Америки. Основными признаками традиционной экономики являются:

- господство традиций и обычаев в хозяйственной деятельности и экономических отношениях;
- определение экономической роли субъектов наследственностью, кастовой принадлежностью;
- четкая иерархия общества;

- ограничение научно-технического и социального развития, т.к. оно вступает в противоречие с хозяйственным укладом, религиозными и культурными ценностями;
- многоукладность экономики (от кустарного производства до монополистического);
- активная регулирующая и распределяющая роль государства, большая роль силовых и религиозных структур;
- превышение темпов роста населения над темпами промышленного производства;
- удовлетворение, главным образом, первичных потребностей как основная мотивация хозяйственной деятельности.

II. *Рыночная система* (свободный рынок) возникла и активно развивалась в период промышленной революции, со второй половины XVIII в. до второй половины XIX в. Чистый рынок характеризуется следующими признаками:

- преобладание частной собственности на средства производства;
- определение экономической роли субъектов имеющимися у него правами собственности;
- рыночный механизм управления экономикой (рыночное саморегулирование), ценообразование на основе спроса и предложения;
- мобильность экономики, главным индикатором распределения в которой является динамика цен;
- наличие стимулов к научно-техническому развитию с целью максимально эффективного использования ресурсов и минимизации издержек производства;
- личная заинтересованность предпринимателей в результатах производства, получение прибыли как главный мотив деятельности;
- свобода выбора видов и форм деятельности, способов производства;
- ограничение регулирующей роли государства, большая роль правовых структур в защите частной собственности;
- отсутствие значительной экономической власти у отдельного субъекта;
- возможности удовлетворения широкого спектра потребностей.

III. *Административно-командная система* сформировалась в XX в., существовала в СССР, странах Восточной Европы, Кубе, Албании, КНДР. Командную экономику характеризуют:

- господство государственной собственности на средства производства;
- определение экономической роли субъектов карьерной ступенью (профессионально-должностной структурой);
- отсутствие конкуренции, и, следовательно, монополизация экономики;
- административный механизм управления экономикой, централизованное планирование всех параметров производства и экономического развития в целом;
- устойчивость экономики, главным индикатором распределения в которой являются приоритеты государства (через план);
- наличие возможностей научно-технического развития как одной из важнейших задач государства;
- активное применение идеологических (нематериальных) стимулов развития производства;
- ограничение экономической свободы;
- приоритетное решение задач государства и общества, а не отдельных хозяйствующих субъектов.

IV. *Смешанная система* представляет собой определенный компромисс чисто рыночной и командно-административной систем, так как в чистом виде ни одна из систем не существует. В некоторых странах со смешанной экономикой могут сохраняться даже элементы традиционной системы. Для смешанной экономики характерны признаки:

- сочетание различных видов собственности на равных основаниях;
- определение экономической роли субъектов как наличием прав собственности, так и профессионально-квалификационной и должностной структурой;
- поддержка добросовестной конкуренции и сдерживание монополизации экономики;

- сочетание административного и рыночного механизмов управления экономикой, научное планирование деятельности в соответствии с реалиями рынка;
- поддержка научно-технического развития как одного из важнейших факторов производства, с одной стороны, и поддержка малого предпринимательства как основы потребительского производства, с другой стороны;
- поддержка и защита экономических прав и свобод;
- одновременное решение задач государства и общества и удовлетворение потребностей отдельных хозяйствующих субъектов.

Смешанная модель экономических систем характерна для абсолютного большинства современных развитых и активно развивающихся стран. Особенности экономического и политического устройства стран определяют специфику смешанной системы. В настоящее время выделяют три основные региональные разновидности смешанной экономики:

✓ *американская либеральная модель*, базирующаяся на минимизации государственного вмешательства в экономику, которое направлено, в основном, на правовое регулирование хозяйственной жизни;

✓ *западноевропейская социал-демократическая модель*, акцентирующая внимание на активной роли государства в регулировании рыночных отношений и социальной политике государства (сильной системе социального обеспечения);

✓ *японская патриархально-корпоративная модель*, предполагающая, что правительство занимается преимущественно стратегией экономического роста, а заботу о гражданах берут на себя предприятия (корпоративная культура, высокая роль человеческого фактора).

Среди всех видов и форм экономики особо выделяют *переходную экономику*, осуществляющую переход от одной экономической системы к другой, например, от традиционной к рыночной или от рыночной к командной и наоборот. В процессе такого перехода происходит радикальное преобразование всей социально-экономической системы, включая отношения собственности и регулирующий механизм, роль отдельных субъектов в экономике, степень их свободы, мотивацию и способы организации производства. Ярким примером переходной экономики является Россия 1990-х гг., когда рыночные отношения пришли на смену административно-командной советской экономике.

4.8.2. Сравнительная характеристика различных экономических систем

Каждая экономическая система обладает специфическим набором признаков (преимуществ и недостатков), которые в той или иной мере могут определять степень ее эффективности. Преимущества экономической системы свидетельствуют о возможностях ее развития – сильных сторонах, используя которые, можно добиться устойчивого роста. Недостатки говорят о «провалах», т.е. проблемах, тормозящих развитие общества. Преимущества и недостатки двух базовых типов экономических систем представлены в табл. 4.3.

Таблица 4.3

Преимущества и недостатки командной и рыночной экономических систем с точки зрения возможностей экономического развития

Признаки для сравнения	Командная экономика	Рыночная экономика
1	2	3
Преимущества	<ul style="list-style-type: none"> ● Гарантированная занятость и возможность получения дохода; ● сильная система социального обеспечения; ● смягчение кризисных явлений; ● большие возможности для научно-технического прогресса; ● наличие стимулов и возможностей для производства общественных товаров и решения общественных задач. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Мобильность производства, ориентация на потребительский спрос; ● наличие стимулов к предпринимательской деятельности и развитию реального сектора экономики; ● наличие стимулов к внедрению достижений НТП в производство, совершенствованию управления; ● неограниченные возможности роста доходов.

1	2	3
Недостатки	<ul style="list-style-type: none"> • Ориентированность на удовлетворение общественных потребностей в ущерб индивидуальным; • узкий ассортимент выпускаемых товаров и услуг, дефицит товаров; • бюрократизм принятия экономических решений; • низкая степень экономической мобильности производства. 	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие каких-либо гарантий на занятость и доход; • дифференциация доходов населения, социальное расслоение; • минимизация затрат на социальное обеспечение; • цикличность развития, предусматривающее наступление кризисов; • стремление отраслей к монополизации; • отсутствие стимулов к производству общественных товаров.

Недостатки командной и рыночной экономик можно сгладить, «смешав» преимущества двух данных систем в одной – смешанной – экономике. Основной задачей смешанной системы является устранение недостатков, присущих двум базовым типам экономики, в том числе:

- обеспечение (поддержка) занятости;
- максимально полное использование производственных мощностей и других видов материальных ресурсов;
- стабилизация уровня цен;
- стабилизация экономического роста;
- параллельный рост заработной платы и производительности труда;
- социальное обеспечение населения, справедливое распределение доходов;
- создание условий для добросовестной конкуренции, предотвращение монополизации отраслей;
- достижение равновесия платежного баланса.

Выполнение указанных задач обеспечивается за счет государственного регулирования, которое включает в себя целый ряд экономических и административно-правовых мер в рамках налоговой, денежно-кредитной, инвестиционной, внешнеэкономической и социальной политики.

Контрольные вопросы по теме 4

1. Какую роль сыграли революции в экономическом развитии общества? В чем причина возникновения экономических революций?
2. Какие важнейшие критерии положены в основу периодизации развития производства в экономической истории?
3. Можно ли назвать современную мировую экономику постиндустриальной?
4. К каким странам (группам стран) можно применить формационный подход к экономической истории?
5. В чем принципиальное отличие цивилизационного подхода к экономической истории от формационного?
6. Что лежит в основе общественного разделения труда?
7. Сколько стадий можно выделить у общественного разделения труда? Существуют ли его границы?
8. Всегда ли углубление общественного разделения труда приводит к повышению производительности труда?
9. Являются ли натуральная и товарная формы общественного хозяйства взаимоисключающими друг к другу?
10. Почему возник смешанный тип экономических систем?

Тема 5. ОТНОШЕНИЯ СОБСТВЕННОСТИ

- 5.1. Собственность как экономическая и юридическая категория
- 5.2. Система отношений собственности и ее главные элементы
- 5.3. Право собственности и правомочия собственника
- 5.4. Субъекты собственности и собственники
- 5.5. Объекты собственности
- 5.6. Современная теория прав собственности (основы)
- 5.7. Формы собственности
- 5.8. Национализация и приватизация

5.1. Собственность как экономическая и юридическая категория

Собственность – одна из важнейших экономических категорий, отражающая очень мощный и серьезный пласт отношений между людьми. В обычной жизни под словом «собственность» люди, как правило, подразумевают вещь (предмет, объект), принадлежащую кому-то, либо отношение вещи как к «своей» или «чужой», либо набор действий для того, чтобы эта вещь стала им принадлежать, стала «своей».

В науке дано много определений понятию «собственность», и в самом общем виде собственность можно определить как систему экономических и юридических отношений, характеризующих социально-экономические и организационные формы присвоения имущества [2]. Другими словами, *собственность* – это признанные обществом отношения между людьми по поводу присвоения благ. Категория «собственность» возникает в результате ограниченности ресурсов и, как следствие, ограниченности экономических благ. В основе собственности лежат производственные отношения.

Выделяют экономическое (*de facto* – по факту, на самом деле) и юридическое (*de jure* – по праву, формально) толкование собственности. *Собственность в экономическом смысле* – это общественные отношения по поводу распределения (присвоения) экономических благ. *Собственность в юридическом смысле* – это отношения по поводу распределения (присвоения) экономических благ, закрепленные юридическими законами, нормами и правилами. Таким образом, экономисты рассматривают вопросы происхождения собственности на основе изучения общественного производства. Юристы рассматривают нормы и правила, которые выработало общество для закрепления и регулирования отношений по поводу уже существующей собственности. Экономисты изучают объективно сложившиеся отношения собственности, а юристы дают им субъективное толкование.

Как экономическая категория собственность имеет следующие особенности и черты:

- 1) собственность – объективная категория, т.е. независимая от воли и сознания людей, так как складывается в процессе общественного производства;
- 2) присвоение экономических ресурсов первично по отношению к присвоению потребительских благ;
- 3) собственность является источником экономической власти и определяет социально-имущественное благополучие человека, его принадлежность к тому или иному классу, группе общества;
- 4) отношения собственности осуществляются на основе конституции, законов и подзаконных актов. В Российской Федерации отношения собственности (их базовая часть) регулируются Гражданским кодексом (ГК РФ) – федеральным законом о гражданско-правовых отношениях, частью первой, разделом II. «Право собственности и другие вещные права» (статьи 209–306).

5.2. Система отношений собственности и ее главные элементы

Определение собственности как системы отношения объективно включает в эти отношения два вида хозяйствующих субъектов: 1) тех, кто считает какую-либо вещь (предмет, объект) своей и относится к ней как к своей, опираясь при этом на закон; 2) тех, кто считает эту вещь чужой и относится к ней как к чужой. Отношение хозяйствующего субъекта к вещи

(предмету, объекту) определяется, в первую очередь, тем, кому она принадлежит. Таким образом, *отношения собственности* – это система ограничения доступа других людей к чьему-либо имуществу.

Главными составляющими отношений собственности являются:

❖ *присвоение* – установление конкретным лицом (субъектом) отношения к данному имуществу как к своему (отношение к вещи). Присвоение может осуществляться различными путями: посредством производства, обмена, купли-продажи, завоевания, дарения, получения в наследство, кладоискательства и другими;

❖ *отчуждение* – лишение других лиц (субъектов) возможности присвоения данного имущества (отношение к людям).

Присвоение и отчуждение – два взаимосвязанных и взаимообусловленных элемента отношений собственности. Присвоение не существует без отчуждения, а отчуждение – без присвоения.

5.3. Право собственности и правомочия собственника

Юридический аспект закрепления экономических отношений неразрывно связан с понятием права собственности. *Право собственности* – это система правовых норм, регулирующих отношения по владению, пользованию и распоряжению собственником принадлежащей ему вещь по усмотрению собственника и в его интересах, а также по устранению вмешательства всех третьих лиц в сферу его хозяйственного господства. Право собственности возникает в результате присвоения имущества, а прекращается – в случае его отчуждения.

В рамках права собственности выделяют отдельные правомочия собственника. *Правомочия* – права, составляющие содержание права собственности, в их статическом состоянии. Гражданский кодекс РФ определяет следующие правомочия (ст. 209):

■ *владение* – право обладать имуществом на условиях, определенных собственником. Это так называемое неполное, частичное присвоение; более простое понятие, чем собственность как таковая;

■ *пользование* – право извлекать и присваивать полезные свойства имущества в соответствии с условиями собственника;

■ *распоряжение* – право принимать решения по поводу дальнейшего функционирования имущества (продать, подарить, передать в залог и т.д.) в пределах, дозволенных собственником;

■ *управление и контроль* – право управлять и контролировать использование имущества в соответствии с условиями и требованиями собственника.

Таким образом, российское гражданское право рассматривает право собственности как совокупность указанных пяти правомочий. Все пять правомочий могут сосредотачиваться в руках одного лица, а могут реализовываться по отдельности. Так, владеть имуществом может один индивид, а пользоваться – другой, если между данными индивидами заключено соответствующее соглашение, например, договор аренды.

Существуют и другие концепции права. Так, *континентальная правовая традиция* рассматривает полное право, т.е. трактует право собственности как единое и неделимое, сосредоточенное в руках одного лица. *Американская правовая система* предусматривает разделение права собственности на отдельные правомочия (титулы), которыми могут наделяться разные лица, но только в отношении какого-либо недвижимого объекта.

Англосаксонская правовая традиция также рассматривает право собственности как совокупность отдельных правомочий, которая может укрепляться путем добавления к ней новых полномочий, а может и ослабляться за счет отделения от нее каких-либо полномочий. Всего англосаксонское право выделяет одиннадцать правомочий в отношении какого-либо имущества: завещание, дарение, продажу, разрушение, предоставление в качестве залога, сдачу в аренду, видоизменение, управление, потребление, использование, получение дохода, а также пять ограничений и запретов: на конфискацию, порчу, загрязнение, присвоение, использова-

ние без разрешения. Приобретение тех или иных правомочий, их сочетание в каждом конкретном случае определяется экономической целесообразностью.

Несмотря на некоторые различия в подходах к определению права собственности, в любой развитой правовой системе правовыми нормами охватывается весь процесс хозяйственной деятельности людей: производство, распределение, обмен и потребление, начиная от присвоения какого-либо объекта до момента его отчуждения либо уничтожения.

5.4. Субъекты собственности и собственники

У любых отношений, в том числе и у отношений собственности, есть субъекты и объекты. *Субъекты собственности* – это отдельные лица, хозяйствующие субъекты, их группы, государство и общество в целом, которые вступают в отношения по поводу присвоения тех или иных благ. Субъекты собственности формируют активную сторону отношений собственности.

С субъектом собственности тесно связано понятие собственника. *Собственником* считается субъект, который на законном основании владеет, пользуется и распоряжается имуществом. Гражданским кодексом РФ предусмотрена возможность наличия у одного и того же имущества нескольких собственников, а также разделения имущества на несколько частей, над которыми каждый собственник осуществляет свои правомочия собственника.

Следует различать такие близкие для большинства людей понятия, как собственник и владелец. Понятие собственник неразрывно связано с правом собственности как таковым, а понятие владелец – с владением как одной из правомочий собственника. *Собственник* не только владеет имуществом, но и пользуется им, распоряжается по своему усмотрению. *Владелец* – это лицо, фактически обладающее имуществом, но не всегда имеющее на нее право собственности. Владелец может временно владеть имуществом, пользоваться им, но не распоряжаться. В своих действиях в отношении имущества владелец ограничен условиями соглашения (договора) с собственником.

5.5. Объекты собственности

Объект собственности – имущество, вокруг которого формируются отношения собственности конкретных субъектов. Это пассивная сторона отношений собственности, вещественное содержание собственности.

Объекты собственности неоднородны по своим потребительским свойствам, экономической и социальной значимости. В качестве объектов собственности выделяют три типа имущества: недвижимое, движимое имущество и интеллектуальную собственность.

I. *Недвижимое имущество* (согласно п. 1 ст. 130 ГК РФ) – имущество, обладающее рядом особых свойств:

- большей ценностью, чем движимое имущество;
- четко определенными индивидуальными признаками;
- незаменимостью;
- прочной связью с землей.

К недвижимому имуществу можно отнести: участки земли, недра, дороги, транспортные сооружения и другие объекты инфраструктуры, воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания и космические объекты, жилые и нежилые помещения.

II. *Движимое имущество* (согласно п. 2 ст. 130 ГК РФ) – все вещи, включая деньги и ценные бумаги, которые не являются недвижимостью, т.е. имеющие способность быть свободно перемещаемыми. Примерами такого имущества могут служить машины, оборудование, инструменты, автомобили, мебель, деньги, ценные бумаги и т.д.

Важным отличием недвижимого и движимого имущества является установление разных правовых режимов по отчуждению и приобретению имущества. В частности, сделки с недвижимым имуществом подлежат обязательной государственной регистрации (ст. 164, 223

ГК РФ). Государственная регистрация сделок с движимым имуществом производится лишь в случаях, специально указанных в законе.

III. *Интеллектуальная собственность* – результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана. Обладатель интеллектуальной собственности располагает исключительными правами на ее использование. Гражданско-правовые отношения, касающиеся интеллектуальной собственности, регулируются разделом VII. «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации» четвертой части Гражданского кодекса РФ.

Интеллектуальная собственность делится на две категории: промышленная собственность и авторское право. *Промышленная собственность* – совокупность объектов интеллектуальной собственности, которые подлежат обязательной государственной регистрации для возникновения исключительного права на них. К ней относят: изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, топологии интегральных микросхем и селекционные достижения, секреты производства (ноу-хау).

Объектами авторского права являются: литературные, художественные и музыкальные произведения, произведения изобразительного искусства, архитектурные сооружения, смежные права (права исполнителей, производителей фонограмм, вещательных организаций), программы для ЭВМ и базы данных. Согласно нормам авторского права, автору произведения принадлежат такие права, как право авторства, право на неприкосновенность произведения и его обнародование. Для возникновения и защиты авторских прав не требуется государственная регистрация произведения. В отношении программ для ЭВМ и баз данных возможна регистрация, осуществляемая по желанию правообладателя в соответствии с правилами ст. 1262 ГК РФ.

5.6. Современная теория прав собственности (основы)

Понятие собственности как научной категории прошло длительную эволюцию, начиная от Платона и Аристотеля, двигаясь далее к экономическому утопизму XV – XVI вв. (представители Томас Мор и Томмазо Кампанелла), теории естественного права XVII-XVIII вв. (представители Гуго Гроций, Томас Гоббс, Джон Локк, Жан-Жак Руссо и другие), утопическому социализму XIX в. (представители Анри Сен-Симон, Шарль Фурье, Роберт Оуэн), марксизму с его фундаментальными исследованиями экономической сущности собственности, и, наконец, к современной теории прав собственности, сформированной представителями неoinституционального направления.

Представители различных направлений и школ рассматривали собственность, разделяя ее экономическую и юридическую сущность. В XX веке развитие и усложнение рыночных отношений привели к созданию современной теории прав собственности, которая соединила в себе оба компонента – и экономический, и юридический. Основоположниками данной теории являются американские экономисты Рональд Коуз (1910–2013) и Армен Алчян (1914–2013). В 1991 г. Р. Коуз стал лауреатом Нобелевской премии по экономике за открытие и прояснение точного смысла трансакционных издержек и прав собственности в институциональной структуре и функционировании экономики.

Согласно теории прав собственности, не ресурс сам по себе является собственностью, а пучок или доля прав по его использованию. На рынке люди обмениваются не благами как таковыми, а определенной совокупностью прав собственности на эти блага, называемой «пучком прав». Любой акт обмена рассматривается как обмен «пучком прав» собственности.

Полное определение права собственности в рамках рассматриваемой теории дал в 1961 г. английский юрист Энтони Оноре (р. 1921). Право собственности по Оноре объединяет в себя целый комплекс отдельных правомочий собственника, обеспечивающий полный цикл обращения экономических ресурсов и охватывающий весь спектр деятельности собственника по отношению к данному ресурсу с точки зрения его рационального использования. Иными словами, право собственности – это институционально-правовая основа деятельности собственника ресурса.

Спецификация прав собственности по классификации Оноре включает:

- 1) *право владения*, т.е. право на физический контроль над вещью;
- 2) *право пользования*, т.е. право на личное использование вещи;
- 3) *право управления*, заключающееся в определении того, как и кем будет использована данная вещь;
- 4) *право на доход*, т.е. право на получение благ, полученных от непосредственного использования данной вещи или разрешения пользоваться ею другим;
- 5) *право суверена* (право на остаточную стоимость), т.е. право на отчуждение, потребление, изменение или уничтожение блага;
- 6) *право на безопасность*, заключающееся в иммунитете от экспроприации;
- 7) *право на переход вещи по наследству* или по завещанию;
- 8) *право на бессрочность владения* вещью, т.е. отсутствие временных границ в осуществлении правомочий;
- 9) *ответственность за вредное использование*, т.е. запрет использовать вещь при создании отрицательных внешних эффектов (запрет на использование благ способом, наносящим вред внешней среде);
- 10) *ответственность в виде взыскания*, состоящая в возможности отчуждения вещи в качестве уплаты долга;
- 11) *конечные права*, состоящие в естественном возврате переданных кому-либо правомочий по истечении срока договора или иной причине.

Выбор той или иной совокупности правомочий (того или иного пучка прав) осуществляется с учетом рациональности, активности, компетентности собственника, а также социальной значимости и того влияния, которое используемый ресурс оказывает на общество. Каждый субъект заинтересован в приобретении *необходимого и достаточного* пучка прав для эффективного решения конкретной экономической проблемы.

Принимая во внимание многообразие и динамизм экономических процессов, пучки прав не остаются неизменными, а находятся в постоянном движении, меняя комбинации правомочий и субъектов собственности. Если к определенному пучку прав добавляется какое-либо новое правомочие, то это укрепляет и усиливает право собственности субъекта. Здесь речь идет о спецификации прав собственности. Если от пучка отделяется какое-либо правомочие, то это ослабляет право собственности, и в этом случае говорят о размывании прав собственности.

Таким образом, *спецификация* – это точное определение прав собственности, т.е. четкое определение субъекта собственности, объекта собственности и способа наделения собственностью. Спецификация прав собственности стимулирует принятие наиболее эффективных решений: чем яснее определены и надежнее защищены права собственников, тем теснее связь между действиями хозяйствующих субъектов и их благосостоянием. *Размывание прав собственности* – неточное установление и слабая защищенность прав собственности, препятствующая достижению ожидаемых экономических результатов.

Состояние пучка прав влияет на экономическое положение (статус) владеющего им субъекта. Чем более полным является пучок, чем более специфицированы права, тем лучше и устойчивее положение собственника в хозяйственной системе.

5.7. Формы собственности

В реальной жизни хозяйствующие субъекты имеют дело не столько с собственностью как таковой, сколько с конкретными ее формами. *Форма собственности* – конкретное проявление отношений собственности в зависимости от содержания права собственности и типа присвоения.

5.7.1. Формы собственности на основе права собственности

Согласно ст. 212 ГК РФ, в РФ по праву собственности признаются:

- частная,
- государственная (федеральная и субъектов РФ),

✚ муниципальная и иные формы собственности.

Частной является собственность, правом на которую обладает отдельный индивид или группа индивидов, т.е. физические и юридические лица. Частная собственность может принадлежать одному или нескольким субъектам, но она всегда имеет конкретных владельцев. Объектом частной собственности могут являться любые вещи, предметы, объекты, за исключением тех, которые, согласно закону, могут находиться только в государственной или муниципальной собственности.

Частная собственность возникла в противовес государственной и доказала свою жизнеспособность. В тех или иных формах она существовала практически во всех известных истории обществах, однако, наибольшее развитие получила в эпоху рыночной экономики. Частные собственники, преследуя частные интересы, непосредственно заинтересованы в сохранении и преумножении своего имущества, поэтому стремятся использовать его наиболее рационально. Используя принадлежащее ему имущество для производства товаров и услуг, собственник способствует развитию общественного производства и свободного обмена, т.е. развитию рыночной экономики. Поэтому частная собственность считается фундаментом рыночных отношений, стимулирует повышение эффективности экономической системы, нацелена на удовлетворение разнообразных потребностей людей, обеспечивает рост доходов предпринимателей.

Общественная значимость частной собственности для современного развития России закреплена Конституцией. Согласно ст. 35 Конституции РФ:

1. Право частной собственности охраняется законом.
2. Каждый вправе иметь имущество в собственности, владеть, пользоваться и распоряжаться им как единолично, так и совместно с другими лицами.
3. Никто не может быть лишен своего имущества иначе как по решению суда. Принудительное отчуждение имущества для государственных нужд может быть произведено только при условии предварительного и равноценного возмещения.
4. Право наследования гарантируется.

Государственная собственность – это форма собственности, при которой имущество, в том числе средства и результаты производства, принадлежит государству полностью или на основе общей собственности. Государство может иметь в собственности любое имущество, необходимое для осуществления его функций, в том числе взносы, паи или акции в хозяйственных обществах. Государственная собственность выступает в виде *федеральной собственности* и *собственности субъектов Федерации*. Согласно ст. 125 ГК РФ, от имени Российской Федерации и ее субъектов права собственника осуществляют органы государственной власти.

Законом России определяются виды имущества, которые могут находиться только в государственной собственности. К такому имуществу относятся недра, лесной фонд, водные ресурсы, ресурсы континентального шельфа, территориальных вод и морской экономической зоны, движимые и недвижимые объекты исторического и культурного наследия федерального значения, предприятия по изготовлению государственных знаков, железные дороги, атомные станции и предприятия по производству ядерных и радиоактивных материалов, ядерного оружия и другое имущество. Перечисленное имущество не может переходить в частную собственность.

Муниципальная собственность – это форма собственности, при которой имущество принадлежит на праве собственности городским и сельским поселениям, а также другим муниципальным образованиям. Муниципальное имущество подразделяется на имущество, закрепленное за муниципальными предприятиями и учреждениями, и казну муниципального образования (п. 3 ст. 215 ГК РФ). Согласно ст. 125 ГК РФ, права собственника от имени муниципального образования осуществляют органы местного самоуправления.

Законодательство России гарантирует защиту прав всех собственников равным образом.

5.7.2. Формы собственности по типу присвоения

По форме присвоения выделяют индивидуальную собственность и общую.

Индивидуальная – односубъектная собственность, когда право собственности на имущество принадлежит какому-то одному лицу, будь то гражданин, юридическое лицо, государство, национально-государственное, административно-территориальное или муниципальное образование (гл. 16 ГК РФ).

Общая – многосубъектная собственность, представляющая собой принадлежность одного и того же имущества одновременно нескольким лицам (сособственникам).

С точки зрения гражданско-правового регулирования, наиболее сложными являются отношения общей собственности. Основными признаками общей собственности являются:

● общая собственность принадлежит двум или более лицам (является многосубъектной);

● предмет собственности составляет одно и то же имущество, которое относится к общему;

● в общей собственности наряду с внешними отношениями сособственников со всеми третьими лицами существуют также и внутренние отношения между самими сособственниками.

Согласно ст. 244–259 ГК РФ, общая собственность может быть долевой и совместной (бездолевой). В случае *общей долевой собственности* определяются точные доли участников в праве на общее имущество. Общая долевая собственность образуется путем объединения частных вкладов (долей) участников в общее имущество и используется в коллективных интересах под общим контролем и управлением. Конечные результаты хозяйственного использования общей собственности распределяются между участниками согласно их доли в правах собственности.

Конкретными формами общей долевой собственности выступают предприятия и организации:

■ *акционерные общества*, в которых уставный капитал разделен на акции, а выплата дивидендов, ограничение имущественной ответственности и риск убытков осуществляются в пределах стоимости внесенных вкладов (купленных акций);

■ *хозяйственные общества* (полные и с ограниченной ответственностью), в которых уставный капитал разделен на доли (вклады) участников;

■ *производственные кооперативы*, основанные на личном трудовом и ином участии членов, объединении имущественных паевых взносов, распределении прибыли по трудовому участию;

■ *хозяйственные объединения* – объединения юридических лиц для достижения общей экономической цели. Имущество объединений состоит из взносов своих членов. Объединения могут быть созданы в виде ассоциаций и союзов, в том числе некоммерческих;

■ *совместные предприятия* – предприятия, созданные на основе имущества отечественных и иностранных партнеров. Управление и распределение прибылей в совместных предприятиях осуществляется в соответствии с вложенным имуществом.

В случае *общей совместной собственности* право собственности на конкретный объект не делится между собственниками, а принадлежит им сообща, совместно. Никто не знает заранее своей конкретной доли, которая может быть определена в случае раздела имущества. Отношения общей совместной собственности могут возникнуть (если не оговорено иное) в двух случаях: между супругами либо между членами крестьянского (фермерского) хозяйства.

5.8. Национализация и приватизация

5.8.1. Национализация и огосударствление

Национализация – это переход имущества из частной собственности в собственность государства (огосударствление собственности). Национализация является частью процесса *огосударствления экономики*, который представляет собой принятие государством на себя

важнейших функций по организации национального производства и распределению полученного продукта. Наряду с национализацией, существует понятие деприватизации, т.е. обращение в государственную собственность приватизированного раньше имущества.

Целями национализации являются:

- сохранение стратегически важных предприятий и других объектов производственной и социальной сферы;
- обеспечение национально-государственной и/или экологической безопасности страны;
- защита потребителей от злоупотреблений естественных монополий;
- структурная перестройка (оптимизация) народного хозяйства;
- установление контроля над использованием финансовых ресурсов, пресечение незаконного перевода прибылей за границу;
- достижение главных социально-экономических целей: стабилизация экономического развития и повышение занятости населения;
- развитие «тяжелых» для частного бизнеса отраслей;
- развитие общественного сектора экономики и решение общегосударственных проблем.

Национализация, как правило, затрагивает стратегически важные для народного хозяйства отрасли и предприятия, особенно те предприятия, которые в силу объективных факторов стали нерентабельными с точки зрения конкурентного рынка и находятся под угрозой закрытия. Также национализации подвергаются производства, требующие больших и долгосрочных капиталовложений, например, наукоемкие и/или капиталоемкие отрасли. Национализация обычно происходит на фоне огосударствления производительных сил общества: средств производства, земли, рабочей силы, науки и информации, процесса управления народным хозяйством. Конечным итогом национализации является усиление регулирующей роли государства и рост доли государственной собственности в общей структуре собственности в стране.

В мирное время в цивилизованных странах национализация обязательно предусматривает выплату компенсации собственнику национализируемого имущества. Так, в России предварительное и равноценное возмещение как непереносимое условие отчуждения в пользу государства частного имущества закреплено п. 4 ст. 35 Конституции. Однако, история знает немало примеров насильственного и нецивилизованного огосударствления собственности в разных странах.

5.8.2. Приватизация и разгосударствление

Приватизация – это передача государственной или муниципальной собственности в частную собственность хозяйствующим субъектам негосударственного сектора. Приватизация – один из путей реформ государственной собственности, представляющий собой процесс, обратный национализации. Приватизация является частью процесса *разгосударствления экономики*, под которым понимается ослабление государственного вмешательства в экономику, освобождение государства от функций прямого хозяйственного управления, формирование многоукладной рыночной экономики.

Целями приватизации выступают:

- повышение эффективности деятельности предприятий, снижение уровня бюрократизации в экономике;
- развитие добросовестной конкуренции, создание здоровой конкурентной среды;
- повышение деловой активности населения, развитие реального сектора экономики;
- привлечение иностранных инвестиций;
- рост поступлений в бюджет.

Под приватизацию попадают, прежде всего, предприятия, сохранение государственного контроля над которыми отрицательно сказывается на эффективности их деятельности. Особенно это касается отраслей, ориентированных на удовлетворение потребительского спроса.

Приоритет частных интересов способен обеспечить их гибкое и эффективное управление. Конечным результатом приватизации является усиление экономической свободы частных хозяйствующих субъектов, рост доли частной собственности в общей структуре собственности в стране, укрепление слоя собственников (среднего класса), повышение конкурентоспособности предприятий, рост возможностей для самозанятости населения.

Согласно Федеральному закону № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» от 21.12.2001 г., приватизация в России может происходить следующими способами:

- преобразованием государственных и муниципальных унитарных предприятий в ОАО (открытые акционерные общества);
- посредством аукционной или конкурсной продажи;
- путем внесения имущества, находящегося в государственной собственности в качестве вклада, в уставные капиталы хозяйственных обществ.

Продажа государственного имущества, как правило, производится, если объектами собственности являются небольшие предприятия. При аукционной продаже собственником становится субъект, предложивший наибольшую цену. При конкурсной продаже потенциальному собственнику определяет не только приемлемая цена, но и способы дальнейшего использования приватизируемого объекта в интересах потребителей.

Акционирование затрагивает преимущественно крупные предприятия. Оцененное имущество предприятия делится на определенное количество частей, соответствующее количеству акций. Передача акций может происходить как посредством их продажи, так и бесплатно (например, работникам предприятия).

Контрольные вопросы по теме 5

1. В чем состоит отличие экономического и юридического толкований категории «собственность»? Какое из этих толкований отражает глубинную сущность собственности?
2. Что является главными элементами системы отношений собственности?
3. Что такое правомочие и чем оно отличается от понятия «право собственности»?
4. Тождественны ли друг другу ли понятия «собственник» и «владелец»?
5. В чем отличие объектов интеллектуальной собственности от других объектов?
6. Какие из объектов интеллектуальной собственности подлежат обязательной государственной регистрации для возникновения исключительного права на них?
7. Чем исторически обусловлено появление современной теории прав собственности? В чем состоит ее суть?
8. Какие права (правомочия) включает в себя право собственности по классификации Оноре?
9. Какая форма собственности – частная, государственная или муниципальная – является более приоритетной?
10. В каких случаях возникает общая совместная собственность?
11. В чем заключается главная цель приватизации? Всегда ли результатом приватизации становится повышение эффективности функционирования экономики?
12. Чем обусловлен процесс национализации? К каким положительным и отрицательным последствиям приводит огосударствление экономики?

Тема 6. ОСНОВЫ РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

- 6.1. Рынок как экономическая категория
- 6.2. Условия возникновения и функционирования рынка
- 6.3. Типы рынка
- 6.4. Функции рынка
- 6.5. Субъекты и объекты рынка
- 6.6. Понятие рыночного механизма
- 6.7. Конкуренция на рынке и ее виды
- 6.8. Рыночная структура
- 6.9. Инфраструктура рынка
- 6.10. Понятие рыночной конъюнктуры
- 6.11. Институциональные основы рыночного хозяйства. Понятие экономического института
- 6.12. Транзакционные издержки
- 6.13. Внешние эффекты в экономике
- 6.14. Товар и его свойства. Стоимость товара
- 6.15. Деньги: сущность, функции и концепции возникновения
- 6.16. Виды денег
- 6.17. Денежная масса и денежные агрегаты
- 6.18. Закон денежного обращения
- 6.19. Преимущества и недостатки рыночной экономики

6.1. Рынок как экономическая категория

Понятие «рынок» выступает одной из фундаментальных научных категорий. В силу своей исторической, экономической и социальной значимости категория «рынок» является многомерной, многоаспектной и неоднозначной. Социально-бытовое значение понятие рынка уходит своими корнями в древние времена, когда рынок определялся как место торговли, базар. Большое экономическое и научное значение эта категория приобретает в эпоху расцвета товарного хозяйства, когда рынок и соответствующие ему общественные отношения становятся доминирующими в экономическом развитии.

Существует множество определений понятия «рынок» – простых и сложных, в узком смысле и широком, каждое из которых по-разному отражает сущность рынка как экономической категории. Так, можно выделить следующие трактовки:

- рынок – место обмена, торговли; базар;
- рынок – обмен товарами по законам товарного и товарно-денежного обращения;
- рынок – совокупность сделок купли-продажи товаров;
- рынок – социально-экономический механизм взаимодействия производителей и потребителей;
- рынок – общественная форма организации и функционирования экономики, основанная на обмене продуктами труда;
- рынок – тип хозяйственных связей между хозяйствующими субъектами;
- рынок – тип координационного механизма в экономике;
- рынок – совокупность экономических отношений, основанных на регулярных обменных операциях между производителями товаров;
- рынок – система экономических отношений, связанных с процессами производства, распределения, обращения и потребления экономических благ.

В современном смысле рынок можно охарактеризовать не как место купли-продажи или совокупность сделок, а как систему товарно-денежных отношений, базирующихся на непрерывном взаимодействии хозяйствующих субъектов во всех сферах хозяйственной деятельности. Сегодняшний рынок далеко перешагнул географические границы, а также границы механического межличностного обмена. Наряду с простыми, традиционными формами проявления рыночных отношений (магазин, базар, супермаркет), возникают и развиваются более актуальные его формы – создание производственных и торговых сетей, использование маркетинговых приемов, биржи, торговля через интернет и т.д. Все это упрощает и повышает доступность многих товаров и услуг, стимулирует развитие потребления и производства.

Особо следует отметить такое значение рынка, как тип координационного (регулирующего) механизма. Как известно из темы 4, регулирующий механизм является критерием для

разделения типов экономических систем. Однако, рынок как система товарно-денежных отношений может быть присущ любым экономическим системам – и традиционной (в той или иной мере), и командной и рыночной.

6.2. Условия возникновения и функционирования рынка

Рынок – это результат исторического процесса развития товарного производства, в основе которого лежит общественное разделение труда. Как известно из п. 4.6, общественное разделение труда предполагает:

- 1) продуктовую и функциональную специализацию производства;
- 2) экономическое обособление товаропроизводителей как различных собственников;
- 3) активное взаимодействие хозяйствующих субъектов с целью обмена результатами труда.

Чем глубже разделение труда, тем больше хозяйствующих субъектов вступают во взаимодействие друг с другом, тем активнее развиваются товарно-денежные отношения.

Основными факторами функционирования и развития рынка являются:

- ◆ дальнейшее развитие специализации производства;
- ◆ развитие производительных сил и усложнение производственных отношений;
- ◆ дальнейший рост и развитие потребностей;
- ◆ развитие отношений собственности;
- ◆ развитие инфраструктуры обмена продуктами производства;
- ◆ экономическая свобода и, следовательно, наличие личного интереса (мотивации) хозяйствующих субъектов к развитию деятельности (бизнеса);
- ◆ юридическое равенство хозяйствующих субъектов и правовое регулирование рыночных отношений.

Все указанные факторы тесно связаны между собой и взаимно обуславливают друг друга, являясь одновременно и причиной, и следствием многих рыночных явлений.

6.3. Типы рынка

6.3.1. Характеристика различных типов рынка

Многообразие стран и соответствующих им экономических систем определяет различную степень развития рыночных отношений. В зависимости от уровня развития общественного разделения труда и товарно-денежных отношений выделяют типы простого (неразвитого), свободного, регулируемого и деформированного рынков.

I. *Простой (неразвитый) рынок* – тип хозяйства, для которого характерно производство продуктов для обмена между самостоятельными производителями, преимущественно, крестьянами и ремесленниками. Основными чертами простого рынка являются:

- ⊕ начальная стадия развития общественного разделения труда;
- ⊕ частная собственность на средства производства;
- ⊕ преимущественно личный труд производителя;
- ⊕ реализация на рынке излишков продукции, а не всего созданного продукта;
- ⊕ непосредственное взаимодействие производителя и потребителя (покупателя);
- ⊕ неполный охват экономики рынком.

Простой рынок характерен в большей степени для традиционных экономических систем, эпохи начала развития товарного производства.

II. *Свободный рынок* – тип хозяйства, для которого характерна всеобщность охвата экономики рыночными отношениями. Выделяют следующие черты свободного рынка:

- ◆ глубокая специализация производителей;
- ◆ использование наемного труда вместо личного (рабочая сила становится товаром);
- ◆ мобильность факторов производства;
- ◆ реализация на рынке подавляющей части произведенного продукта;
- ◆ развитие различных форм собственности;
- ◆ опосредованный механизм взаимодействия производителей и потребителей;

- ◆ развитие свободной конкуренции;
- ◆ свободное ценообразование;
- ◆ использование преимущественно экономических методов решения проблем.

Свободный рынок характерен для эпохи развитого капитализма XIX–начала XX вв. В настоящее время свободный рынок в чистом виде не существует, хотя в отдельных странах и регионах (как, например, в Гонконге) усиленно поддерживаются свободное предпринимательство и свободная торговля с целью создания гибкого конкурентоспособного производства.

III. *Регулируемый рынок* – тип хозяйства рыночный по своей сути, но для которого характерно государственное вмешательство государства в экономику с целью устранения (сглаживания) недостатков свободного рынка. Считается, что регулируемый рынок — это результат гуманизации общества, поскольку главным провалом рынка является дифференциация доходов населения и углубление социального неравенства. Регулируемый рынок характерен для смешанных экономических систем и наделен следующими чертами:

- ◆ наличие в экономике двух секторов: государственного и частного;
- ◆ сглаживание государством недостатков функционирования рынка, в первую очередь, за счет ограничения монополии и перераспределения доходов в обществе;
- ◆ сохранение стимулов к развитию эффективного производства, мотивации к труду и риску в хозяйственной деятельности;
- ◆ развитие инструментов государственного регулирования экономики, как экономических, так и административных.

IV. *Деформированный рынок* – развитый тип хозяйства, для которого характерно подавление рыночных отношений. Он существует в условиях командно-административной системы хозяйства, и его основными чертами являются:

- ◆ высокий уровень общественного разделения труда и развития производительных сил;
- ◆ отсутствие многообразных форм хозяйствования, основанных на различных формах собственности;
- ◆ подавление предпринимательской свободы и, как следствие, пониженная заинтересованность в результатах производства;
- ◆ сниженная экономическая мобильность факторов производства;
- ◆ несбалансированность спроса и предложения и, как следствие, возникновение дефицита потребительских товаров;
- ◆ монополизм производителя;
- ◆ преимущественно административные методы решения экономических проблем.

6.3.2. Основные черты современного рынка

В каждой стране (и даже регионе) могут проявляться черты различного уровня развития рынка. И все же большинство развитых и развивающихся стран придерживаются концепции регулируемого рынка, характерного для смешанных систем. Можно выделить следующие общие признаки рынка, в той или иной степени присущие странам современного мира:

- ▶ достаточно высокий уровень развития потребностей и способов их удовлетворения;
- ▶ мобильность факторов производства, особенно капитала;
- ▶ разнообразие организационных форм деятельности, основанных преимущественно на частной собственности;
- ▶ экономическая свобода хозяйствующих субъектов;
- ▶ стремление хозяйствующих субъектов к эффективной деятельности на основе самокупаемости, к максимизации выгоды;
- ▶ правовое регулирование рыночных отношений, развитие договорных отношений;
- ▶ ответственность хозяйствующих субъектов за характер и результаты своей деятельности;
- ▶ активное развитие рыночной инфраструктуры;
- ▶ активное развитие неценовой конкуренции;
- ▶ регулирующая роль государства;
- ▶ повышение роли государства как хозяйствующего субъекта.

Указанные черты объективно отражают исторический ход развития общества, основанный на развитии общественного производства, многоукладности хозяйственной деятельности и многофакторности воздействия на экономические процессы.

6.4. Функции рынка

Сущность рыночных отношений, а также характер их воздействия на деятельность каждого хозяйствующего субъекта и экономику в целом отражается в выполняемых рынком функциях. Выделяют следующие основные функции рынка.

1. *Ценообразующая.* Рынок устанавливает цены посредством взаимодействия спроса и предложения, т.е. посредством рыночного механизма.

2. *Регулирующая.* Рынок согласует производство и потребление, спрос и предложение и, следовательно, способствует достижению баланса в экономике по отраслям, регионам, видам деятельности, видам товаров и услуг и т.д.

3. *Стимулирующая.* Рынок способствует повышению эффективности производства за счет стремления более рационального использования ресурсов и улучшения технологий.

4. *Информационная.* Рынок посредством действия своего механизма информирует участников об объемах спроса и предложения, а также о качестве, ассортименте товаров, затратах на их производство и тому подобных вещах.

5. *Посредническая.* Рынок опосредует обмен результатами труда обособленных производителей, а также взаимодействие потребителей и производителей (покупателей и продавцов).

6. *Санитрующая* (от лат. слова «*sanatio*» — оздоровление, лечение). Рынок «очищает» экономику от слабых, неэффективных, неконкурентоспособных хозяйственных единиц и структур.

6.5. Субъекты и объекты рынка

Субъектами рынка выступают его участники – производители и потребители. Существует три типа хозяйствующих субъектов, функционирующих на рынке: физические лица (населения), юридические лица (предприятия, организации, фирмы) и государство. В открытых экономических системах в качестве особых хозяйствующих субъектов выделяют зарубежных производителей и потребителей.

Объектами рынка являются результаты хозяйственной деятельности людей, созданные (произведенные) с целью обмена (продажи). Объектами рынка выступают товары, услуги, работы, факторы производства, денежные средства, ценные бумаги, объекты интеллектуальной собственности, информация и т.д.

В табл. 6.1 в самом общем виде отражена взаимосвязь субъектов и объектов рынка.

Таблица 6.1.

Субъекты и объекты рыночных отношений

Субъекты	Что продают (объекты продажи)	Что покупают (объекты покупки)
Физические лица	Рабочую силу, сбережения, товары и услуги как результат индивидуальной предпринимательской деятельности, результаты интеллектуальной деятельности	Потребительские товары и услуги, движимое и недвижимое имущество (жилье, гаражи), ценные бумаги
Юридические лица	Товары и услуги потребительского и производственного назначения	Факторы производства: рабочую силу, капитальные объекты, землю, результаты интеллектуальной деятельности и другие информационные объекты.
Государство	Землю и природные ресурсы, объекты недвижимости, услуги государственных предприятий, организаций и учреждений, государственные ценные бумаги	Разнообразные товары и услуги, интеллектуальную собственность
Зарубежные хозяйствующие субъекты	Факторы производства, товары и услуги, интеллектуальную собственность, ценные бумаги	Факторы производства, товары и услуги, интеллектуальную собственность, ценные бумаги

Система взаимосвязей между субъектами и объектами рынка формирует рыночный кругооборот. На рис. 6.1 представлена схема простого рыночного кругооборота, без выделения государства и зарубежных партнеров в качестве рыночных субъектов.

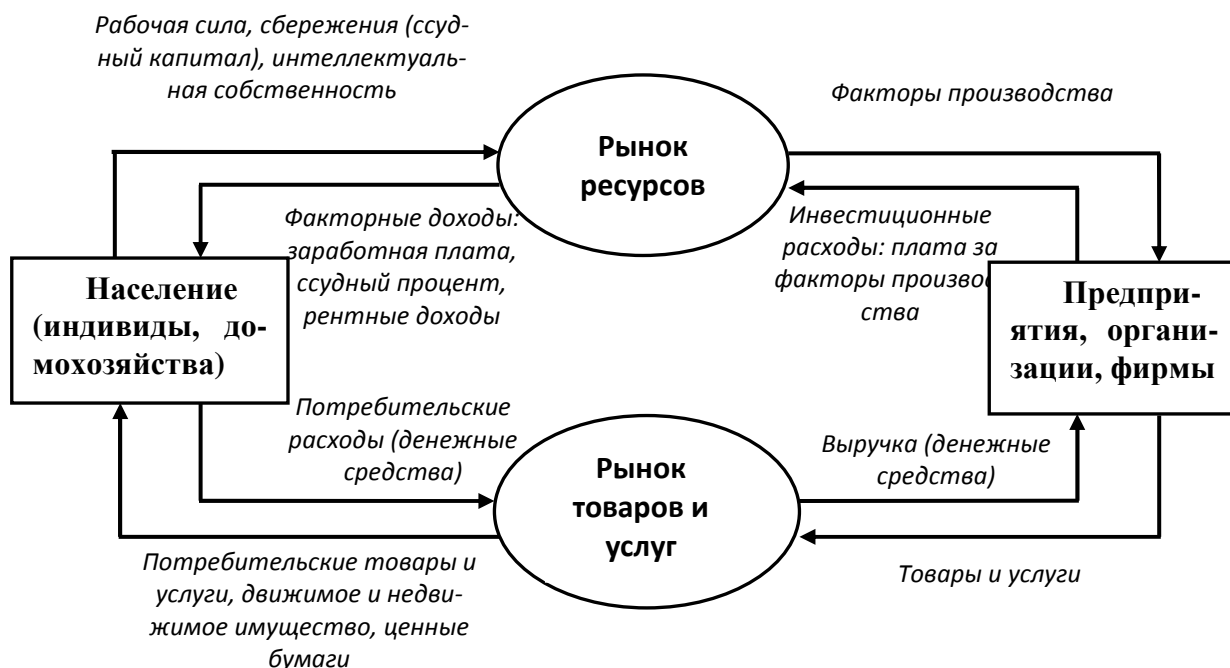


Рис. 6.1. Схема рыночного кругооборота

На схеме рынок представляет собой непрерывное движение ресурсов и результатов производства – инвестиционных и потребительских товаров (движение по часовой стрелке), сопровождаемое встречным движением финансовых потоков – доходов и расходов (движение против часовой стрелки). Представление рыночного взаимодействия в виде кругооборота ресурсов и товаров, доходов и расходов отражает базовые принципы рыночного обмена: *непрерывности*, *эквивалентности* (доходы равны расходам) и *всеобщего охвата экономики рыночными отношениями*.

6.6. Понятие рыночного механизма

Рыночный механизм – это механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка – спроса, предложения, цены – на основе действия объективных рыночных законов. Рыночное предложение объективно отражает производственные возможности производителей (продавцов), а рыночный спрос – платежеспособность потребителей. Спрос и предложение противостоят друг другу, находясь при этом в неразрывном взаимодействии между собой: спрос формирует предложение, предложение формирует спрос. Основным инструментом рыночного механизма является цена, поэтому его еще называют *механизмом ценообразования*. Ценообразование – важнейшая функция рынка, позволяющая функционировать всей рыночной системе и отдельным ее элементам.

На основе ценообразующего механизма происходит регулирование хозяйственной деятельности. Ценообразование может происходить естественно, стихийно, учитывая только спрос и предложение, и тогда говорят о рыночном *саморегулировании* («невидимая рука рынка» Адама Смита). Также оно может осуществляться и под регулирующим воздействием государства, которое не позволяет ценам на отдельные товары и услуги выходить за пределы каких-либо приемлемых значений и тем самым дестабилизировать обстановку. В этом случае говорят о *государственном регулировании рынка*.

6.7. Конкуренция на рынке и ее виды

Движущей силой рыночного механизма является конкуренция, которая заставляет субъектов рынка учитывать интересы друг друга. Производителей конкуренция стимулирует бороться за потребителей, а потребителей – за товары тех или иных производителей.

Конкуренция – экономическое соперничество хозяйствующих субъектов за более выгодные условия хозяйствования и жизнедеятельности. Для отдельного предприятия конкуренция является стимулом к повышению эффективности хозяйственной деятельности, для отдельного человека – стимулом к улучшению результатов труда, развитию предпринимательских способностей, творчеству, инициативе, ответственности и других качеств личности. Для рынка в целом конкуренция служит основой внутреннего движения и развития, его катализатором, стимулом к постоянному прогрессу.

Наиболее наглядной и значимой является конкуренция среди производителей, которая проявляется в использовании целого ряда способов и форм привлечения потребителей. Различают следующие виды конкуренции среди производителей.

1. По отраслевой принадлежности:

■ *внутриотраслевая* – конкуренция между фирмами, производящими однородные товары, за лучшие условия производства и сбыта;

■ *межотраслевая* – конкуренция между предпринимателями за выгодное размещение своего капитала в отраслях с высоким спросом.

2. По формам осуществления:

⊕ *ценовая конкуренция* – борьба за покупателей и, соответственно, за прибыль путем уменьшения издержек производства и цен без изменения ассортимента и качества товаров;

⊕ *неценовая конкуренция* – борьба за покупателей и, соответственно, за прибыль на основе преимуществ, не связанных с ценой, например, за счет диверсификации продукции, улучшения качества и надежности изделий, более эффективных методов сбыта, улучшения обслуживания и предоставления гарантий покупателям, улучшения условий оплаты и т.п.

3. По честности методов:

■ *добросовестная* – конкуренция, при которой соблюдаются правовые и этические нормы в отношении других хозяйствующих субъектов;

■ *недобросовестная* – конкуренция, при которой правовые и этические нормы не соблюдаются, например, технический и промышленный шпионаж, переманивание специалистов, подкуп работников конкурента, ложная, вводящая в заблуждение реклама, самовольное использование чужой торговой марки и другие.

4. По силе проявления:

■ *агрессивная* – активная конкурентная борьба, использующая методы нанесения имиджевого и психологического ущерба другим хозяйствующим субъектам;

■ *конструктивная* – соперничество на основе демонстрации фирмой-производителем достоинств своей продукции без нанесения какого-либо имиджевого ущерба другим хозяйствующим субъектам.

5. По характеру (в зависимости от стратегии деятельности):

■ *опережающая* – конкурентная стратегия фирмы, ориентированной на быстрый рост, захват части рынка, предложение нововведений и т.д.;

■ *оборонительная* – конкурентная стратегия фирмы, ориентированной на сохранение рыночных позиций, удержание доли рынка;

■ *анализирующая* – конкурентная стратегия фирмы, ориентированной на постоянное поддержание своей доли на рынке за счет предложения только ей свойственной продукции;

■ *реагирующая* – конкуренция фирмы, у которой отсутствует четкая стратегия дальнейшей деятельности на рынке и которая действует в ответ на возникающие изменения (дрейфует, реагирует, приспосабливается).

Конечно, указанными видами не исчерпывается все многообразие конкуренции. Одна и та же фирма может сочетать те и иные формы и виды конкурентной борьбы, диверсифици-

ровать их на разных сегментах рынка, со временем меняя их в зависимости от достижения своих целей.

6.8. Рыночная структура

Учитывая многообразие субъектов и объектов рынка и других различных рыночных характеристик, весь рынок как таковой можно разделить на множество отдельных рынков (подрынков, сегментов), отличающихся по определенным признакам. Таким образом, рынок представляет собой совокупность множества взаимосвязанных конкретных рынков, имеющую определенную структуру.

Структура рынка – дифференциация общего рынка по различным критериям. Выделяют следующие типы и виды рынков:

1) *по назначению объектов рынка*: потребительских товаров, ресурсов (факторов производства), инноваций, финансов и т.д.;

2) *по отраслям*: строительный, недвижимости, услуг, одежды, мебели, золота, нефти, иностранной валюты, канцелярских товаров и т.д.;

3) *по географическому охвату*: местный (локальный), региональный, национальный, мировой;

4) *по типам конкуренции*: совершенной конкуренции, несовершенной конкуренции;

5) *по характеру продаж*: розничный, оптовый;

6) *по степени насыщенности*: сбалансированный, дефицитный, избыточный;

7) *по соответствию законодательству*: легальный, нелегальный.

Разделение общего рынка на отдельные рынки отражает процесс общественного разделения труда, развития различных форм, видов и условий хозяйственной деятельности. С точки зрения регулирования экономики, структуризация рынка способствует быстрому и качественному анализу текущих процессов и, как следствие, принятию адекватных и своевременных мер по улучшению ситуации на рынке, защите интересов рыночных субъектов.

6.9. Инфраструктура рынка

Для осуществления своих функций рынку требуются условия и средства. В науке существует понятие инфраструктуры (от лат. слов *«infra»* – ниже, под и *«structura»* – строение, расположение), отражающее комплекс обслуживающих условий, средств и объектов, обеспечивающих основу функционирования какой-либо системы. *Рыночная инфраструктура* – это совокупность экономических, административных и организационно-правовых условий, обеспечивающих взаимодействие между субъектами рыночных отношений. Инфраструктуру составляют различные институты, учреждения, службы, предприятия и организации, обслуживающие рынок и обеспечивающие нормальный режим его функционирования. Рыночная инфраструктура выполняет следующие функции:

- информирование субъектов о месте, времени, характере рыночного обмена;
- организация оформления договорных отношений;
- организация товарно-денежных отношений;
- поиск необходимых элементов рынка: товаров, ресурсов, партнеров, работников и т.д.;

- обеспечение экономического и юридического контроля за деятельностью субъектов;

- другие функции.

Каждый рынок использует объекты соответствующей инфраструктуры. Так, инфраструктура товарного рынка представлена товарными биржами, торговыми палатами, предприятиями оптовой и розничной торговли, аукционами, ярмарками, выставками, посредническими фирмами небиржевого характера. Инфраструктура финансового рынка включает фондовые и валютные биржи, банки, страховые компании и фонды. Рынок труда обслуживается биржами труда, службами занятости и переподготовки кадров, кадровыми агентствами, профсоюзами, подразделениями, регулирующими миграцию рабочей силы и т.д.

Существует и универсальная инфраструктура, обеспечивающая нормальную работу всех рынков. Она включает агентства деловой коммуникации и программного обеспечения, налоговые инспекции, страховые компании, хозяйственные ассоциации и объединения, аудиторские компании, рекламные агентства, информационные и аналитические центры, консалтинговые службы, специализированные государственные структуры, отчасти средства массовой информации и другие объекты.

6.10. Понятие рыночной конъюнктуры

Понять, как развивается рынок, в каком направлении движутся экономические явления и процессы, можно, изучив рыночную конъюнктуру. В универсальном значении конъюнктура (от лат. слова «*conjungo*» – связываю, соединяю) представляет собой совокупность условий в их взаимосвязи, сложившаяся обстановка, положение вещей в какой-либо области. *Рыночная конъюнктура* – это совокупность признаков, характеризующих текущее состояние рынка на определенную дату и тенденции его развития за определенный период. Данная совокупность признаков включает в себя целый ряд взаимосвязанных показателей рыночной конъюнктуры, отражающих развитие экономических процессов как в общенациональном масштабе, так и на микроуровне.

Определяющими показателями рыночной конъюнктуры являются объемы потребительского спроса и предложения на рынке, взятых в движении, а также динамика цен как результат изменения рыночного равновесия. Данные показатели характеризуют стадию развития экономики: экономический подъем обычно отражается растущими спросом и предложением, а спад – снижающимися.

Вслед за спросом, предложением и уровнем цен анализируются показатели, характеризующие уровень деловой активности на рынке: темпы роста производства и строительства, темпы роста внутренней и внешней торговли, уровень занятости и безработицы, уровень инфляции. Среди конкретных показателей, являющихся производными (дополняющими, детализирующими, конкретизирующими) от показателей деловой активности, выделяют такие, как динамика издержек производства, движение товарных запасов, оборачиваемость активов предприятий, масштабы и рентабельность коммерческих операций, темпы роста денежных доходов потребителей, уровень коммерческого риска, сила конкурентной борьбы, степень монополизации рынка, положение рынка в определенной точке экономического или сезонного цикла и другие.

В зависимости от типа рынка и целей конъюнктурного исследования выделяют несколько видов рыночной конъюнктуры:

а) по периоду охвата: моментная (одного дня – одной недели), краткосрочная (квартал – месяц), среднесрочная (1 – 3 года), долгосрочная (3-25 лет), вековая (50-100 лет).

б) по уровню охвата: общерыночная (общехозяйственная, общеэкономическая), отраслевая, территориальная и т.д.

Актуальность изучения моментной конъюнктуры высока для финансовых и валютных рынков, на которых каждую секунду происходит купля-продажа валюты, ценных бумаг и других финансовых инструментов. Исследование вековой конъюнктуры представляет интерес для очень капиталоемких и ресурсоемких рынков, например, нефти и газа, автомобилей, самолетов и т.д. Анализ долгосрочной конъюнктуры обязателен для рынков наукоемких продуктов, а краткосрочной конъюнктуры – для всех рынков без исключения.

6.11. Институциональные основы рыночного хозяйства. Понятие экономического института

Функционирование каждой экономической системы основывается на некоем жизненном укладе, заведенном порядке хозяйства, который, в свою очередь, формируется множеством факторов неэкономического характера, а именно: культурно-нравственными, исторически-традиционными, социальными, политическими факторами и другими. Вне совокупности данных факторов субъекты перестают быть частью социума. Представители институцио-

нального направления экономической теории ввели понятие «институт» как механизм закрепления норм, обычаев и традиций в виде законов, организаций, учреждений. По мнению институционалистов, на основе институтов формируется и развивается экономика как часть социальной системы, а хозяйствующие субъекты – это в большей степени носители закрепленных социальных норм и правил, нежели субъекты рационального поведения.

Понятие института введено в экономическую теорию американским экономистом Торстейном Вебленом (1857–1929), а далее корректировалось и дополнялось другими учеными-институционалистами:

- *институты* (Т. Веблен) – это распространенный образ мысли о том, что касается отдельных отношений между обществом и личностью и отдельных выполняемых ими функций (превалирующая духовная позиция или распространенное представление об образе жизни в обществе);

- *институты* (Джон Коммонс, 1862–1945) – коллективное действие по контролю, освобождению и расширению индивидуального действия;

- *институты* (Уэсли Митчелл, 1874–1948) – господствующие, и в высшей степени стандартизированные, общественные привычки;

- *институты* (Дуглас Норт, р. 1920) – это правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми.

Таким образом, предпосылками возникновения категории «институт» в экономической теории являются:

- воздействие социума на индивида;

- существование различных неэкономических ограничений, воздействующих на экономическое поведение человека;

- необходимость хозяйствующих субъектов адаптироваться не только к экономическим, но и к другим – неэкономическим – факторам.

В современном значении *экономический институт* – это система формальных и неформальных правил поведения хозяйствующих субъектов в экономике с целью устранения неопределенности в сфере обращения. К *формальным* (от лат. слова «*formālis*» – составленный по форме) правилам (институтам) относятся те из них, которые закреплены нормативно-правовыми документами: законами, подзаконными актами, указами, приказами, регламентами, порядками, положениями, уставами и т.д. Это своеобразные алгоритмы (схемы, матрицы) поведения хозяйствующих субъектов, являющиеся при данных неэкономических ограничениях в данном социуме наиболее эффективным. *Неформальными* правилами и институтами считаются выработанные временем традиции, обычаи, нравственно-этические устои общества, его менталитет и особенности духовного развития.

Влияние различных неэкономических факторов на деятельность хозяйствующих субъектов рассматривается в экономике как определенная институциональная среда, обуславливающая те или иные характеристики экономической системы. Институциональные основы рыночного хозяйства включают в себя не только совокупность понятий экономического института, условия их формирования и развития, но и правовую концепцию функционирования экономики (подробнее см. тему 5), концепцию транзакционных издержек, исследование влияния внешних эффектов, а также роль государства и государственных институтов в рыночной экономике. Система современных экономических институтов, с одной стороны, призвана защищать законные интересы всех участников хозяйственных отношений, а с другой – регулировать деловую активность в обществе, направляя ее в сторону эффективного использования ресурсов.

6.12. Транзакционные издержки

6.12.1. Понятие транзакционных издержек

Наряду с институтом, транзакционные издержки являются важнейшей категорией, возникшей в рамках неинституционального направления экономической теории. В науку понятие транзакционных издержек ввел в 1937 г. уже упоминавшийся ранее американский уче-

ный-институционалист Рональд Коуз. *Трансакционными* (от англ. слова «*transaction*» – сделка) называют издержки в сфере обращения, возникающие в связи с передачей прав собственности (заключением контрактов) и сопровождающие *транзакции*, или *сделки*, т.е. взаимодействие хозяйствующих субъектов на рынке в каждом конкретном случае.

Базовые постулаты учения Коуза о трансакционных издержках отражены в его трудах «Природа фирмы» (1937 г.) и «Проблема социальных издержек» (1960 г.). Среди разнообразных трактовок и характеристик трансакционных издержек можно выделить следующие:

■ *транзакционные издержки* – издержки эксплуатации экономической системы (Кеннет Эрроу);

■ *транзакционные издержки* состоят из издержек оценки полезных свойств объекта обмена и издержек обеспечения прав и принуждения к их соблюдению (Дуглас Норт);

■ *транзакционные издержки* существуют не только в рыночной, но и в альтернативных способах экономической организации (Армен Алчиан, Гарольд Демсец).

Появление трансакционных издержек является следствием сложности окружающего мира, многообразия действий и усилий, предпринимаемых различными субъектами в процессе их хозяйственной деятельности, а также влияния субъективных, прежде всего, личностно-эмоциональных, факторов на степень рациональности и эффективности экономических решений, принимаемыми хозяйствующими субъектами. Следует помнить, что трансакционные издержки связаны не с производством как таковым, а с сопутствующими ему затратами в сфере обращения.

6.12.2. Виды трансакционных издержек

Выделяют пять основных видов трансакционных издержек [15].

1. *Издержки поиска информации*, включающие в себя затраты времени и денег на поиск потенциальных партнеров, поставщиков, клиентов, товаров, возможностей и т.д. Возникновение трансакционных издержек данного вида связано с таким рыночным явлением, как *асимметричность информации*, т.е. неравномерным распределением между сторонами информации о каком-либо объекте, представляющем интерес для обеих сторон. Асимметричность информации лежит в основе *проблемы неопределенности* на рынке – отсутствием или недостатком сведений об элементах рыночной системы. На рынках с асимметричной информацией участники пользуются неполной или несвоевременной информацией о товарах, услугах и т.п., что приводит к осуществлению неэффективных сделок (транзакций) и, соответственно, финансовым потерям.

2. *Издержки ведения переговоров и заключения контрактов*, включающие затраты на переговоры по поводу условий сделок, презентации, составление и уточнение бизнес-планов, попытки заинтересовать другую сторону в сделке, юридическое оформление сделок и т.д.

3. *Издержки измерения*, связанные с измерением тех или иных параметров и характеристик товаров и услуг, являющихся объектами сделок, или выработкой критериев отбора товаров, свойства которых не поддаются непосредственной оценке. Погрешности в такого рода измерениях могут дорого обойтись фирме-покупателю. Снижению издержек измерения способствует юридическое закрепление характеристик товара в договоре, предусмотрение ответственности поставщика за поставку ненадлежащей продукции и т.д., а также стандартизация продукции. В частности, в России действует система государственных стандартов (ГОСТ РФ), которая в нормативно-правовом порядке устанавливает комплекс норм, правил, требований к различным объектам, выпускаемым на предприятиях страны. Однако, полностью решить проблему издержек измерения в рыночной экономике не представляется возможным.

4. *Издержки спецификации и защиты прав собственности*, включающие в себя расходы на содержание судов, арбитража, затраты времени и денег для защиты и восстановления нарушенных в процессе осуществления хозяйственных сделок прав, затраты на спецификацию прав собственности, потери от размывания прав собственности и их ненадежной защиты.

5. *Издержки оппортунистического поведения*, включающие затраты на контроль за соблюдением условий заключенных сделок и предотвращение оппортунизма, т.е. уклонения от

этих условий. *Оппортунизмом* (от лат. слова «*opportunus*» – удобный, выгодный) в данном случае является уклонение или нарушение условий заключенных сделок одной из сторон с целью получения собственной выгоды за счет ущемления интересов и выгод другой стороны. Примерами оппортунистического поведения могут служить саботаж, шантаж, ненадлежащее исполнение обязанностей контракта, намеренное ухудшение условий работы и морально-психологического климата в коллективе и другое.

Существует еще один вид трансакционных издержек – *издержки защиты от третьих лиц*, включающие затраты на защиту от претензий лиц, не участвовавших в сделке (например, коррумпированных чиновников, мафии, рэкета, супруга в стадии развода и т.д.), на получаемый от сделки доход (прибыль).

6.12.3. Факторы роста и значение трансакционных издержек для экономики

Как видно из п. 6.12.2., трансакционные издержки принимают разную форму и сопровождают все стадии рыночной деятельности – до, во время и после заключения сделок. Величину трансакционных издержек можно оценить в стоимостных показателях, отражающих вышеуказанные затраты субъектов. Все виды трансакционных издержек увеличивают фактическую стоимость реализуемых товаров и услуг. Слишком высокие трансакционные издержки делают хозяйственную деятельность невыгодной и неэффективной, а низкие, наоборот, стимулируют деловую активность. Исходя из видов трансакционных издержек, описанных выше, можно обозначить следующие факторы их роста:

- углубление разделения труда и развитие специализации производства;
- рост числа участников рыночного обмена;
- различия экономических интересов хозяйствующих субъектов;
- размывание прав собственности;
- усугубление асимметричности информации о рынке;
- усложнение процедуры принятия экономических решений;
- усугубление оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов и другие.

Концепция трансакционных издержек органично увязывает понятия институтов и рынка. Р. Коуз полагал, что трансакционные издержки являются основой создания институтов. Институт формируется тогда, когда рыночный механизм обременен сопутствующими ему издержками, когда рыночные трансакции заведомо неэффективны. В частности, одной из форм экономических институтов является фирма (организация), которая, с одной стороны, накладывает ограничения на степень экономической свободы хозяйствующих субъектов, с другой стороны, минимизирует трансакционные издержки участников сделок. В этом случае предполагается, что общественные затраты по созданию и функционированию фирмы будут меньше затрат, возникающих при ее отсутствии. По мнению Р. Коуза, в обществе, в котором отсутствуют трансакционные издержки, социальные институты, и фирмы в том числе, стали бы ненужными, так как люди могли бы договориться о любом выгодном решении без затрат.

6.13. Внешние эффекты в экономике

Внешние эффекты, или экстерналии (от англ. слова «*externalities*» – внешние) – это прямые, неопосредованные рынком воздействия деятельности одного хозяйствующего субъекта на других субъектов или общество в целом. Внешние эффекты могут возникать как в результате производства какого-то товара, так и в результате его потребления. Неопосредованность рынком означает, что данные воздействия не учитываются в цене товара, производство которого вызвало это воздействие. Другими словами, возникновение внешних эффектов означает, что цена товара не отражает его истинную ценность для общества.

6.13.1. Положительные и отрицательные внешние эффекты

По результатам воздействия внешние эффекты могут быть положительными (приносить выгоду обществу) и отрицательными (наносить обществу ущерб). Примером положительных

воздействий может служить облагораживание или озеленение территорий, прилегающих к административному зданию фирмы, строительство или ремонт остановок, детских площадок, дорог и других объектов в зоне действия предприятия или организации и т.д. Естественно, что в данных случаях общество имеет выгоду от деятельности производящих субъектов. Если же субъект-потребитель купил автомобиль, выхлопные газы которого загрязняют окружающую среду, а шум мотора и сигнализации нарушает правила общественного порядка, режим труда и отдыха граждан, то общество несет издержки от такого потребления.

Таким образом, положительные внешние эффекты можно представить в виде разницы между общими выгодами производства (или потребления) товара, которые учитывают выгоды третьих лиц и общества в целом, и частными выгодами производящего (потребляющего) субъекта от производства (потребления) им его товара. Аналогично, отрицательные внешние эффекты равны разнице между общими издержками производства (потребления) товара, которые учитывают издержки третьих лиц и общества в целом, и частными издержками производящего (потребляющего) субъекта.

6.13.2. Последствия внешних эффектов

Последствия внешних эффектов, их влияние на экономику были впервые рассмотрены английским экономистом Артуром Пигу (1877–1959) в его книге «Экономическая теория благосостояния» (1932 г.). По мнению Пигу, проблема внешних эффектов состоит в неэффективном использовании ресурсов вследствие расхождения частных и общественных издержек (частных и общественных выгод). Рассмотрим два случая.

1. Пусть деятельность производящего субъекта наносит вред окружающей среде. Если бы общество заставило производителя компенсировать возникающие отрицательные последствия (например, построить очистные сооружения), то часть ресурсов была бы потрачена на строительство очистных сооружений, и объем производства снизился бы. Таким образом, товар производится в большем объеме по сравнению с тем, который был бы в случае отсутствия отрицательного воздействия. В данном случае говорят, что имеет место *перепроизводство товаров и услуг с отрицательными внешними эффектами*.

2. Пусть деятельность производящего субъекта приносит выгоду обществу. Если бы производитель сам получал выгоду от возникающих положительных эффектов, то его объем производства увеличился бы. Таким образом, товар производится в меньшем объеме по сравнению с тем, который был бы в случае отсутствия положительного воздействия. В данном случае говорят, что имеет место *недопроизводство товаров и услуг с положительными внешними эффектами*.

Аналогично можно рассуждать, если субъект не производит, а потребляет товар. В итоге, в рыночной экономике товаров с отрицательными внешними эффектами выпускается слишком много, а товаров с положительными внешними эффектами – слишком мало. В результате, не обеспечивается Парето-эффективность производственной структуры общества, и возникают «провалы» рынка.

6.13.3. Корректирующие налоги и субсидии А. Пигу

Для того чтобы оптимизировать производственную структуру общества, т.е. снизить производство товаров с отрицательными воздействиями и увеличить производство товаров с положительными воздействиями, необходимо перевести внешние эффекты во внутренние (частные), т.е. сделать так, чтобы производящий субъект ощутил эти внешние воздействия на себе. С этой целью Пигу рекомендовал усилить вмешательство государства в экономику и ввести корректирующие налоги и субсидии.

Корректирующий налог – это налог на производство или потребление товаров, которые вызывают отрицательные внешние эффекты. Введение корректирующего налога увеличивает частные издержки до общественного уровня, и рыночное равновесие приближается к эффективному.

Корректирующая субсидия – это субсидия производителям или потребителям товаров, которые вызывают положительные внешние эффекты. Введение корректирующей субсидии увеличивает частные выгоды до общественного уровня, и рыночное равновесие также приближается к эффективному.

Корректирующие налоги и субсидии корректируют спрос и предложение товаров с внешними эффектами так, чтобы частные выгоды и издержки совпадали с общественными, что приводит в итоге к оптимизации распределения ресурсов в обществе. Однако, в силу объективных трудностей с подсчетом ущерба и выгод общества от внешних воздействий, применение корректирующих налогов и субсидий не может полностью решить проблему внешних эффектов.

6.13.4. Теорема Р. Коуза

Р. Коуз предложил решать проблему общественных издержек от деятельности отдельных субъектов, используя понятия права собственности и трансакционных издержек. Коуз полагал, что государство не способно эффективно решить проблему внешних эффектов. Проблема может быть решена путем соглашения между заинтересованными сторонами, которое может быть достигнуто при соблюдении двух условий:

1) права собственности должны быть четко определены, начиная от права владения и использования и до обеспечения защиты и ответственности;

2) стоимость соглашения должна быть относительно невысокой. Если стоимость соглашения высока, и внешние эффекты достаточно высоки, то в этом случае целесообразно вмешательство государства.

Рассматривая побочные эффекты хозяйственной деятельности, результаты которой отражаются на тех, кто в ней совсем не участвует, Коуз пришел к выводу, который американский экономист Джордж Стиглер (1911–1991) сформулировал в 1966 г. в виде *теоремы Коуза*: «Если права собственности четко определены и трансакционные издержки равны нулю, то размещение ресурсов (структура производства) будет оставаться неизменным и эффективным независимо от изменений в распределении прав собственности». Таким образом, для нейтрализации побочных эффектов необходимо четкое распределение прав собственности и минимизация трансакционных издержек. Чем точнее определены права собственности, тем в большей степени внешние издержки превращаются во внутренние, и тем успешнее решается проблема внешних эффектов. Эту мысль Стиглер выразил следующим образом: в условиях совершенной конкуренции частные и общественные издержки равны, т.е. внешних эффектов не возникает².

Теорема Коуза опровергает мысль о том, что внешние воздействия ведут к «провалу» рынка, и по-новому раскрывает экономический смысл прав собственности.

6.14. Товар и его свойства. Стоимость товара

С понятием товара люди сталкиваются с самого детства, а товарные отношения, т.е. отношения по поводу производства, распределения, обмена и потребления товаров, сопровождают их всю жизнь. С точки зрения рынка, товар – это продукт, результат производства, созданный с целью продажи на рынке. С точки зрения потребителя, товар – это благо, созданное с целью удовлетворения какой-либо человеческой потребности. С позиции фирмы или предприятия, товар – это объект, право собственности на который переходит от одного хозяйствующего субъекта к другому в процессе осуществления товарно-денежных отношений. Существует и более упрощенное определение товара: товар – это то, что можно купить или продать на рынке.

² Блауг М. Стиглер, Джордж Дж. // 100 великих экономистов после Кейнса = Great Economists since Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. – СПб.: Экономикс, 2009. – С. 281-285. – 384 с.

Политическая экономия определяет товар как продукт, созданный человеком и обладающий двумя свойствами:

1) *потребительной стоимостью*, т.е. способностью удовлетворять потребность человека. Товар обладает *общественной* потребительной стоимостью (общественной полезностью), так как он создан в процессе общественного производства и удовлетворяет потребности не только самого производителя, но и других людей, к которым попадает посредством обмена;

2) *меновый стоимостью*, т.е. способностью товара обмениваться на другие товары. В рыночной экономике обмен происходит на эквивалентной основе: один товар обменивается на другой в определенных пропорциях, соотношениях. Например, одну куртку можно обменять на 10 килограмм мяса, а один килограмм мяса – на 16 булок хлеба и т.д. Тот факт, что разнородные предметы, количество которых выражается в различных единицах измерения (штуках, тоннах, метрах, баррелях и т.д.) могут свободно обмениваться один на другой, говорит о том, что в основе обмена лежит нечто общее, характерное для всех без исключения товаров, а именно – *стоимость* как таковая.

Понятие и содержание категории «стоимость» стали предметом острых дискуссий между представителями различных экономических школ. Так, представители классического направления придерживались *теории стоимости*: стоимость создается трудом, являющимся единственной мерой для сравнения различных товаров. Согласно Карлу Марксу, стоимость есть вещная форма затрат общественного абстрактного труда.

Представители маржинализма разработали принципиально иную концепцию – *теорию полезности*, согласно которой, стоимость понимается как ценность, имеющая субъективную оценку значимости товара для потребителя. Иными словами, стоимость (ценность) определяется субъективной полезностью товара для потребителя. Однако, при таком подходе оказалось невозможным отыскать единую – объективную – меру ценности всех товаров.

Попыткой соединить обе концепции для раскрытия содержания категории «стоимость» стала современная теория рыночного механизма, первоначально сформулированная английским экономистом Альфредом Маршаллом (1842–1924), которая обосновывает взаимовлияние полезности и издержек посредством теории спроса и предложения.

В настоящее время понятие стоимости используется всеми без исключения людьми в разных значениях: и для оценки затрат на производство, и для определения цены товара, и для указания суммы контракта и т.д. Однако, во всех случаях употребления данного понятия стоимость выступает как основа количественных соотношений при обмене товарами между собственниками.

6.15. Деньги: сущность, функции и концепции возникновения

Рыночную экономику невозможно представить без такого важнейшего ее элемента, как деньги. По сути, появление товаров и денег и сделало экономику рыночной, т.е. основанной на товарно-денежных отношениях.

Деньги – это всеобщий универсальный эквивалент стоимости всех товаров, форма меновой стоимости. Несмотря на существование множества трактовок сущности денег, определение денег как всеобщего эквивалента стоимости характерно для многих направлений экономической мысли, взглядов и школ. Назначение денег в экономике – обеспечить всеобщую обмениваемость товаров, определить меновые пропорции в каждой конкретной сделке. Следует помнить, однако, что не деньги делают товары соизмеримыми, а заключенная в товарах стоимость. Деньги всего лишь измеряют стоимость, а не создают ее.

Сущность денег проявляется в следующих выполняемых ими функциях.

1. *Мера стоимости*: деньги выражают стоимость товаров и измеряют их цены. *Цена* в рыночной экономике отражает количество денег, соответствующее рыночной стоимости единицы товара.

На основе категорий «деньги» и «цена» возникает понятие *покупательной способности денег*, подразумевающей под собой количество товаров, которое можно купить на одну де-

нежную единицу. Чем выше уровень цен, тем меньше покупательная способность каждой денежной единицы, и наоборот.

2. *Средство обращения*: деньги служат посредником при обмене товаров (по схеме «товар – деньги – товар»). Благодаря такой схеме, стало возможным разделение товарообмена во времени и в пространстве, в сотни раз повысились удобство и оперативность сделок.

3. *Средство платежа*: деньги используются как долговые обязательства, обслуживают кредитные отношения. Платеж означает покупку с отложенной или предварительной оплатой.

4. *Средство накопления и сбережения*: деньги сохраняют стоимость и увеличивают ее с целью будущего потребления. Можно сказать, что сбережения – это отложенное во времени потребление.

5. *Мировые деньги*: деньги используются для международных расчетов.

Существует две базовые концепции возникновения денег: рационалистическая и эволюционная. Рационалистическая концепция объясняет происхождение денег как результат соглашения между людьми, закрепленного в виде акта или закона с целью упрощения и облегчения процесса товарообмена. Согласно данной концепции, в основе появления денег лежат не экономические причины, а результаты психологического акта, субъективного решения людей (субъективно-психологический подход). Сторонники рационалистической концепции трактовали возникновение денег следующим образом:

◆ «В силу необходимости, обусловленной меновой торговлей, возникли деньги» (Аристотель);

◆ «Деньги – это искусственная социальная условность» (Пол Самуэльсон);

◆ «Деньги – это экспериментальная теоретическая конструкция» (Милтон Фридмен);

◆ «Закрепление денежных функций за благородными металлами и другими предметами – продукт соглашения между людьми» (Джон Гэлбрейт).

Эволюционная концепция объясняет происхождение денег объективными закономерностями развития общественного производства. В основе денег лежат экономические причины: деньги появились в истории общества как результат развития товарного хозяйства, которое объективно привело к стихийному выделению из общей массы товаров наиболее ценных и ходовых товаров, которые так или иначе сопоставляли стоимость других товаров и обеспечивали рыночный обмен (историко-материалистический подход). «Деньги есть товар, стихийно выделившийся из мира товаров на роль всеобщего эквивалента», – писал Карл Маркс. По мере развития и упорядочения рыночного обмена – от первых его стихийных форм до современного разнообразия форм торговли – эволюционировали и деньги, превращая простой товарный обмен в сложную систему товарно-денежных отношений.

Современные взгляды на происхождение и развитие денег представляют своеобразный синтез рационалистической и эволюционной концепций. Эволюционная концепция во многом объясняет историю возникновения денег, а рационалистическая – эволюцию их современных форм.

6.16. Виды денег

Деньги, выступающие мерой стоимости всех товаров, сами тоже имеют стоимость. Выделяют следующие виды стоимости денег:

❖ *номинальная стоимость* (от лат. слова «*nominalis*» – именной) – стоимость, обозначенная на деньгах и отражающая меновую стоимость (ценность) денег;

❖ *реальная внутренняя стоимость* – это затраты на изготовление денег, включающие стоимость материалов, из которых изготовлены деньги, и стоимость работ по изготовлению денег;

❖ *представительная стоимость*, т.е. возможность обмениваться на определенное количество товаров и услуг.

Как и любая другая сложная экономическая категория, деньги имеют свою классификацию. В первую очередь, выделяют два вида денег, появление и развитие которых обусловлено объективными историческими причинами: полноценные и неполноценные деньги.

6.16.1. Полноценные деньги

Полноценные (действительные, реальные) деньги – это деньги, номинальная стоимость которых равна их реальной внутренней стоимости. К полноценным относят товарные деньги и деньги из драгоценных металлов. *Товарные деньги* исторически появились первыми, стихийно выделившись из общей товарной массы как самые ходовые товары, например, меха, скот, зерно, ракушки и т.д. В дальнейшем разнородные, быстроизнашивающиеся и неудобные в обращении товарные деньги были заменены слитками и монетами из меди бронзы, а затем – из золота и серебра. Металлические деньги имели ряд преимуществ: они были удобны в обращении, узнаваемы, делимы, однородны и, что немаловажно, могли полноценно выполнять функцию накопления и сохранения стоимости, образуя сокровища.

Серебряный стандарт, т.е. денежная система, основанная на использовании серебра, существовал в Центральной Европе в VIII—XIV веках. С XV в. в денежный оборот вошло золото, которое сыграло наиболее заметную роль в развитии металлических денег. Золотой стандарт, т.е. денежная система, основанная на золоте, был впервые установлен в Англии в конце XVIII в. и просуществовал в европейских странах, России, США вплоть до XX в. В экономике золотого стандарта каждая денежная единица привязывалась к определенному количеству золота и могла свободно на него обмениваться.

6.16.2. Символические деньги

Неполноценные (символические) деньги – это деньги, номинальная стоимость которых больше их реальной внутренней стоимости. Символические деньги так названы потому, что, не обладая той реальной стоимостью, которую определяет их номинал, они выступают символами, знаками этой самой стоимости. Иными словами, затраты на их выпуск и обращение значительно меньше их номинала.

Символические деньги пришли на смену полноценным, и, несмотря на то, что некоторые их формы были известны еще в Древнем Китае и в средневековой Европе, наиболее широкое распространение они получили в XIX–XX вв. Основной причиной их появления стала возможность использования символа или знака стоимости отдельно от самой стоимости, т.е. произошел отрыв денег от их реального золотого содержания. Это существенно снизило издержки обращения денег, упростило их выпуск и использование. Еще в XVI в. английский банкир Томас Грехэм сформулировал закон вытеснения «хороших» (полноценных) денег «плохими» (неполноценными), согласно которому полноценные деньги припрятываются и становятся преимущественно объектом накопления, а не обращения. А «плохие», т.е. символические, деньги, ввиду отсутствия в них какой-либо потребительской ценности, пригодны только для обеспечения процесса обращения, вне обращения они теряют свою экономическую значимость.

Современная экономика практически любой страны использует символические деньги. Они обладают таким свойством, как *фидуциарность* (от лат. слова «*fiducia*» – доверие), отражающим всеобщее признание их в качестве платежного средства, основанное на доверии. Их можно разделить на наличные и безналичные деньги, применение которых опосредует соответственно наличные и безналичные формы расчетов. Разновидности символических денег представлены на рис. 6.2.

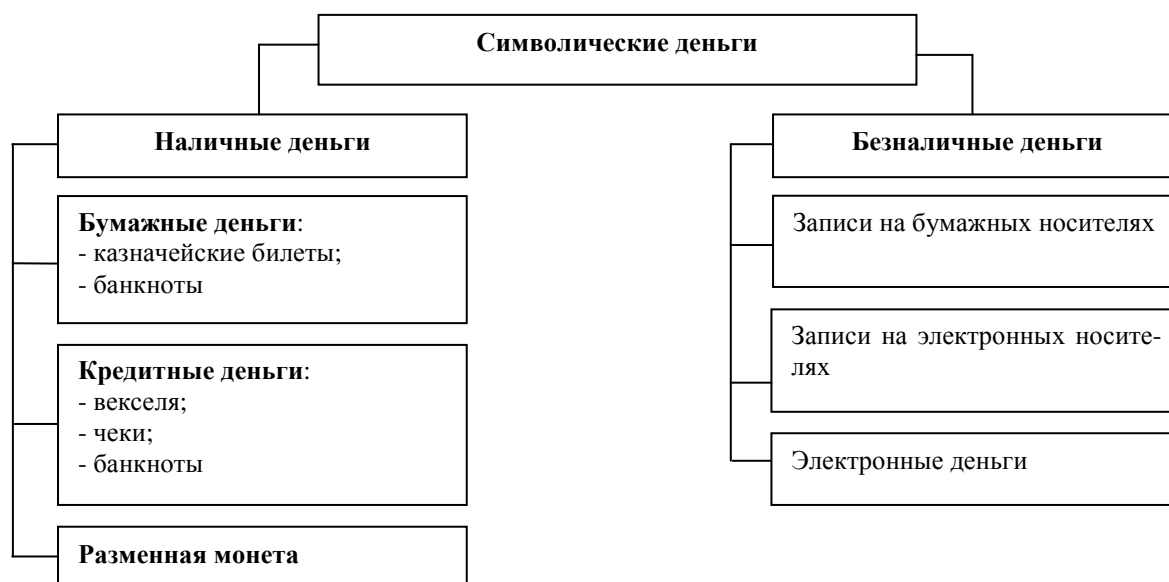


Рис. 6.2. Разновидности символических денег

Наличные деньги – это денежные средства в форме денежных знаков – бумажных денег и монет. Они обладают такими свойствами, как однородность, узнаваемость, делимость, портативность, которые делают наличные деньги удобным средством повседневного денежного обращения.

Бумажные деньги представляют собой денежные знаки (знаки стоимости), выпускаемые государством и наделенные принудительным номиналом. Исторически они возникли как знаки золота и серебра, но в настоящее время они неразменны на металл. Первые бумажные деньги появились в Китае (предположительно в X в.), в Европе впервые появились в Швеции в 1661 г., в Северной Америке – в 1690 г., в России – в 1769 г. в виде ассигнаций. Как видно из рис. 6.2, бумажные деньги представлены казначейскими билетами и банкнотами.

Казначейские билеты – вид бумажных денег, выпускаемых казначейством страны с целью финансирования государственных расходов. Это особый вид государственных обязательств, находящихся в обращении. Правительства России активно использовали этот финансовый инструмент в течение XIX–XX вв., вплоть до 1990 г. В 1993 г. казначейские билеты были полностью изъяты из российского обращения, и в настоящий момент не используются.

Банкноты (от англ. слов «*bank*» – банк и «*note*» – расписка) – бумажные деньги, выпускаемые центральным банком, наделенные принудительным номиналом и являющиеся главным законным средством обращения и платежа в стране. В денежной истории нашей страны банкноты с 1924 по 1990 гг. были представлены билетами Государственного Банка СССР достоинством от 10 рублей и выше. Все бумажные деньги, появившиеся после деноминации 1998 г., являются банкнотами Банка России.

Кредитные деньги – это платежные средства и средства обращения, возникшие на основе развития кредита и функции денег как средства платежа. Кредитные деньги тесно связаны с кругооборотом денежного капитала, который, в свою очередь, является органичной частью производственного капитала. Кредитные деньги – определенная ступень развития производственных отношений и денежного обращения, рассматриваемых вместе, неотделимо друг от друга. Формами кредитных денег выступают векселя, чеки, банкноты.

Вексель (от нем. слова «*wechsel*» – замена, обмен) – это денежный документ, содержащий обязательство заемщика (векселедателя) уплатить определенную сумму кредитору (векселедержателю) в установленный срок. Вексель является одним из наиболее старых финансовых инструментов, активно используемых в экономической практике. Обращение векселей регулируется международными и национальными нормативными актами.

Чек (от англ. слова «*check*» – проверка, контроль) – это документ, содержащий распоряжение чекодателя кредитному учреждению о выплате держателю чека указанной в нем суммы. Чек может быть использован как для получения денег из банка, так и для оплаты товаров и услуг. Обращение чеков облегчает и упрощает выполнение деньгами функции средства обращения и платежа.

Векселя и чеки служат основой для развития безналичных денег и безналичных расчетов. Что касается *банкноты*, то она тоже может выступать формой кредитных денег, если выпущена с целью кредитования сделок.

Безналичные деньги – это деньги, существующие в виде записей на расчетных, текущих, депозитных и других счетах в кредитных учреждениях и служащие основой для безналичных расчетов. Записи могут содержаться на бумажных и электронных носителях, которые и определяют особенности тех или иных форм безналичных денег. Распоряжения денежными средствами, осуществляемые с помощью бумажных документов (векселей, платежных поручений и требований, чеков и т.д.), составляют сущность бумажного безналичного оборота, а распоряжения посредством электронных платежных систем – электронного безналичного оборота. Естественно, что современную банковскую систему трудно представить без электронного денежного оборота, упрощающего и ускоряющего денежные операции, снижающего транзакционные издержки рыночных сделок.

Следует отметить также высокую социальную роль, которую стало играть такое средство операций с деньгами, как банковские карты (пластиковые карты). *Банковская карта* представляет собой пластину устойчивой к повреждениям пластмассы, в которую встроен носитель информации по банковскому счету владельца карты. С помощью карты можно осуществлять различные операции по банковскому счету, например, снимать (обналичивать) деньги со счета, оплачивать товары и услуги, осуществлять платежи и т.д. Выделяют кредитные и дебетовые карты. Кредитные карты предназначены для оплаты товаров и услуг, покупаемых в кредит, а по дебетовым картам совершаются операции в пределах суммы средств, находящихся на счете.

6.16.3. Особенности наличных и безналичных денег

Наличные и безналичные деньги – это всего лишь разновидности форм и видов денег, имеющих одинаковую природу. Они выполняют одинаковые функции, имеют одинаковую покупательную способность и могут быть использованы в одних и тех же сделках.

Вместе с тем, у обоих этих видов денег можно выделить преимущества и недостатки, которые обуславливают особенности их использования в тех или иных случаях (табл. 6.2).

Таблица 6.2.

Преимущества и недостатки наличных и безналичных денег

	Наличные деньги	Безналичные деньги
1	2	3
Преимущества	1) Осязаемость, наличие материальной формы, вызывающие психологический комфорт от обладания деньгами; 2) возможность делать покупки сразу, без обналичивания (высокий уровень ликвидности); 3) независимость от посредников в финансовых операциях, в частности, от банков.	1) Отсутствие риска утери и кражи в повседневной жизни; 2) возможность удобного и быстрого осуществления платежей, в том числе с крупными суммами и на расстоянии; 3) возможность получать проценты по банковскому счету; 4) полная прозрачность совершаемых операций.
Недостатки	1) Риск утери и кражи в повседневной жизни;	1) неосязаемость; 2) различный уровень ликвидности (от высокого до низкого);

1	2	3
	2) неудобство использования в сделках с крупными суммами и в сделках, стороны которых разделены большим расстоянием; 3) риск обесценения в условиях инфляции; 4) неконтролируемость сделок с наличностью в большинстве случаев.	3) зависимость от посредников, в частности от банков, наличие риска банковского банкротства.

Как видно из табл. 6.2, недостатки наличных денег компенсируются достоинствами безналичных, и наоборот. Можно сказать, что современные денежные системы представляют собой налично-безналичные, или бумажно-кредитные, системы, где одинаково свободно обращаются и обмениваются друг на друга различные формы символических денег. При этом, в экономиках с развитой банковской системой доля обращающихся наличных денег неуклонно сокращается, уступая место современным электронным видам денег.

6.17. Денежная масса и денежные агрегаты

Сумма наличных и безналичных денежных средств, находящихся в обращении, называется *денежной массой*. Денежная масса очень неоднородна по своему составу и состоит из денежных агрегатов. *Денежный агрегат* (от лат. слова «*aggregatus*» – соединенный, собранный) – это совокупность определенного вида денежных средств, отличающихся от других видов степенью ликвидности, т.е. возможностью быстрого превращения в наличные деньги.

Денежная масса имеет пирамидальную ступенчатую структуру, в которой каждый последующий агрегат включает в свой состав предыдущий. Всего выделяют пять денежных агрегатов, при расчете которых у каждой страны могут быть свои особенности. Банк России рассчитывает четыре денежных агрегата: M_0 , M_1 , M_2 , M_3 по следующей схеме:

M_0 = наличные деньги в обращении;

M_1 = M_0 + чеки, средства на вкладах до востребования, включая карточные счета;

M_2 = M_1 + средства на срочных вкладах + краткосрочные государственные ценные бумаги;

M_3 = M_2 + средства на сберегательных (долгосрочных) вкладах, сертификаты и государственные ценные бумаги.

В некоторых странах выделяют еще агрегат M_4 , включающий депозитные сертификаты и долгосрочные кредитные обязательства.

Чем больше видов денег включает денежный агрегат, тем «тяжелее» он становится, и тем меньше его общая ликвидность. Самые ликвидные денежные средства входят в агрегат M_0 , наименее ликвидные – в агрегат M_3 (в некоторых странах M_4). Среди последних можно выделить так называемые *квазиденьги* или *почти деньги* (от лат. слова «*quasi*» – якобы, как будто) – депозиты и другие финансовые активы, которые не являются законным средством платежа, но могут использоваться для погашения обязательств. В российской практике квазиденьги включают срочные депозиты в рублях и все депозиты в иностранной валюте. Использование квазиденег – один из инструментов денежно-кредитной политики государства, позволяющий регулировать объем наличной денежной массы в обращении.

Банк России, осуществляя расчеты денежных агрегатов M_0 – M_3 , использует для характеристики денежной массы показатель «денежная база», равный агрегату M_2 .

6.18. Закон денежного обращения

Как видно из схемы рыночного кругооборота (см. рис. 6.1), движение ресурсов и товаров в экономике сопровождается встречным движением денежных средств – доходов и расходов.

Система движения денег от одного хозяйствующего субъекта к другому, обслуживающая производство, распределение, обмен и потребление товаров и обеспечивающая выполнение деньгами их функций, называется *денежным обращением*. Закон денежного обращения показывает, сколько нужно экономике денег для выполнения ими функций средства обращения и платежа. Для определения необходимой денежной массы с целью обращения в бумажно-кредитных денежных системах применяется формула американского экономиста Ирвинга Фишера (1867–1947), внесшего весомый вклад в количественную теорию денег:

$$M \cdot V = P \cdot Q, \quad (6.1)$$

где M – это объем денежной массы в обращении, V – скорость обращения денежной единицы, или среднее количество оборотов, которое совершает денежная единица за определенный период, P – средний уровень цен в стране, Q – количество товаров и услуг, реализуемых в стране. Левая и правая части данного уравнения отражают соответственно денежную и товарную составляющую экономики, из чего можно сделать вывод, что денежная масса при данном уровне цен должна соответствовать товарной массе.

Из формулы Фишера следует, что денежная масса имеет прямую зависимость от уровня цен и количества товаров, и обратную зависимость от скорости обращения денег:

$$M = \frac{P \cdot Q}{V} \quad (6.2)$$

По мере развития кредитных денег и функции денег как средства платежа формула количественного уравнения денежной массы меняется, так как продажи в кредит уменьшают потребность в деньгах, а платежи по кредитам – ее увеличивают:

$$M = \frac{P - P_{кр} + F_{кр} - F_{вз}}{V}, \quad (6.3.)$$

где M – это количество денег для выполнения функций обращения и платежа, P – сумма цен реализуемых товаров и услуг, $P_{кр}$ – сумма цен товаров и услуг, проданных в кредит, $F_{кр}$ – сумма платежей по кредитам, $F_{вз}$ – сумма платежей, совершаемых взаимозачетом, V – количество оборотов денег как средства обращения и средства платежа.

Из формулы 6.3 следует, что:

- чем выше уровень цен, тем больше требуется экономике денег;
- чем больше товаров продается в кредит, тем меньше требуется денег в данный момент времени;
- чем более развита система безналичных платежей, тем меньше требуется экономике наличных денег.

Иными словами, денег экономике нужно столько, чтобы можно было реализовать по текущим ценам весь объем произведенных в ней товаров и услуг.

6.19. Преимущества и недостатки рыночной экономики

Подытоживая все изученное по основам рыночного хозяйства, можно выделить наиболее яркие положительные и отрицательные черты рыночной экономики. Среди *преимуществ рыночной системы хозяйства* можно выделить:

- многообразие видов производимой продукции в экономике и ее дифференциация;
- способность к наиболее полному удовлетворению разнообразных потребностей, повышению качества товаров и услуг;
- эффективное распределение ресурсов в экономике;
- мобильность и адаптивность субъектов к рыночной ситуации;
- наличие стимулов к внедрению передовых технологий в производство.

Основными *недостатками рыночной экономики* являются:

- отсутствие стимулов к сохранению невозпроизводимых ресурсов;
- отсутствие экономического механизма защиты окружающей среды;

■ отсутствие стимулов для производства общественно значимых товаров, решению общественных проблем, а также для осуществления такой деятельности, как фундаментальная наука;

■ отсутствие гарантий на занятость и доход;

■ дифференциация доходов населения, расслоение общества, социальное неравенство;

■ нестабильность (цикличность) развития;

■ стремление к монополизации;

■ инфляция;

■ возникновение отрицательных внешних эффектов.

Несмотря на наличие достаточно серьезных недостатков, преимущества современной рыночной экономики как формы развитого товарного хозяйства позволяют говорить о ней как об эффективной экономической системе. Недостатки рыночной системы в той или иной степени устранимы посредством государственного регулирования.

Контрольные вопросы по теме 6

1. Какое из определений отражает наиболее полное и современное понятие рынка как экономической категории?

2. Каковы основные условия возникновения и функционирования рынка?

3. Каким современным странам присущ регулируемый тип рынка, а каким – неразвитый тип?

4. Какой пласт экономических отношений регулирует рынок?

5. Какие процессы в обществе стимулирует развитие рынка? Кто в большей степени заинтересован в развитии рыночных отношений?

6. Является ли государство субъектом рыночных отношений? Если да, то как это проявляется в хозяйственных отношениях?

7. Какую социальную и экономическую роль выполняет конкуренция?

8. Какая конкуренция является более сильной – межотраслевая или внутриотраслевая?

9. Что означает деление рынка по объектам? Приведите примеры.

10. Какие организации можно обозначить как объекты универсальной рыночной инфраструктуры?

11. Какие показатели выступают важнейшими индикаторами рыночной конъюнктуры?

12. Чем отличаются формальные институты от неформальных?

13. Как меняются трансакционные издержки в условиях развития рыночной экономики? Какие факторы способствуют росту трансакционных издержек, а какие – их снижению?

14. Что означают внешние эффекты с точки зрения распределения ресурсов в обществе? Как корректируются положительные и отрицательные внешние эффекты?

15. Какими важнейшими свойствами обладает товар?

16. В каких случаях деньги выполняют функцию средства обращения, а в каких – средства платежа?

17. В чем состоят преимущества безналичных денег по сравнению с наличными?

18. Какую структуру имеет денежная масса, обращающаяся в стране? По какому критерию она разделяется на денежные агрегаты?

19. Какую связь устанавливает закон денежного обращения между: а) массой денег в обращении и уровнем цен; б) массой денег и реальным объемом товарного производства; в) массой денег и скоростью обращения денег?

Раздел II. МИКРОЭКОНОМИКА

ТЕМА 7. ТЕОРИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

- 7.1. Спрос и объем спроса. Закон спроса
- 7.2. Индивидуальный и рыночный спрос
- 7.3. Изменение спроса и его объема
- 7.4. Предложение и объем предложения. Закон предложения
- 7.5. Индивидуальное и рыночное предложение
- 7.6. Изменение предложения и его объема
- 7.7. Рыночное равновесие
- 7.8. Установление равновесной цены
- 7.9. Функции цены в рыночной экономике
- 7.10. Устойчивость рыночного равновесия
- 7.11. Паутинообразная модель рыночного равновесия
- 7.12. Смещение рыночного равновесия
- 7.13. Рыночное равновесие и фактор времени
- 7.14. Особые случаи рыночного равновесия
- 7.15. Излишек потребителя и излишек производителя
- 7.16. Механизм государственного воздействия на рыночное равновесие
- 7.17. Исторический аспект формирования теории спроса и предложения

7.1. Спрос и объем спроса. Закон спроса

Спрос (англ. *demand*) – намерение хозяйствующего субъекта приобрести на рынке определенное благо, подкрепленное денежной возможностью (платежеспособностью). Спрос является ключевой категорией рыночной экономики, отражающей единство потребностей субъекта и возможности их удовлетворения.

В микроэкономике спрос исследуется в виде модели, т.е. зависимости величины спроса на товар от многих факторов, главный из которых – цена. В этой модели спрос отражает количество товара, которое субъект (потребитель, покупатель) готов приобрести, имея и желание, и возможность, при определенных ценах. Данную модель можно записать в виде функции, которая упрощенно выглядит так:

$$Q_d = f(P), \quad (7.1.)$$

где Q_d – объем спроса (от англ. слов «*quantity of demand*»), P – цена товара (от англ. слова «*price*»).

Функционально *спрос* – это зависимость между ценой товара и его покупаемым количеством. Функция спроса может быть представлена в виде уравнения (формулы), таблицы и графика – кривой спроса.

От понятия «спрос» следует отличать понятия «объем спроса» и «цена спроса». *Объем (величина) спроса* – это запрашиваемое количество товара при определенной цене. Объем спроса равен значению функции спроса при конкретном значении цены и графически отражается в виде точки на кривой спроса. *Цена спроса* – это максимальная цена, которую готов заплатить потребитель за определенное количество товара. Цена спроса равна значению аргумента, при котором функция спроса принимает конкретное значение.

Рационально мыслящие потребители заинтересованы купить товар как можно дешевле, поэтому, чем выше цена товара, тем меньше объем (величина) спроса на данный товар. И наоборот, чем ниже цена, тем больше объем (величина) спроса на данный товар. Данные утверждения получили название *закона спроса*, отражающего обратную зависимость между ценой и покупаемым количеством товара. Кривая спроса – графическое выражение закона спроса (рис. 7.1).

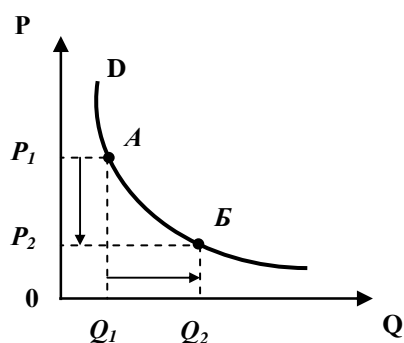


Рис. 7.1. Кривая спроса

Кривая спроса D традиционно строится в системе координат «цена – количество», где цена P выражается в денежных единицах и откладывается по вертикальной оси, а количество Q измеряется в натуральных единицах (штуках, тоннах, метрах, упаковках и т.д.) и откладывается по горизонтальной оси. Как видно из рис. 7.1, кривая спроса имеет:

а) отрицательный наклон, так как отражает обратную зависимость между P и Q . Так, при снижении цены с P_1 до P_2 покупаемое количество товара растет с Q_1 до Q_2 ;

б) форму гиперболы, описываемой функцией $Q = a/P^b$, где a и b – постоянные положительные величины, характеризующие спрос на данный товар.

Следует отметить, что с целью упрощения обучения потребительский спрос иногда представляется в виде прямой линии, описываемой линейной функцией вида:

$$Q_d = a - b \cdot P \quad (7.2)$$

или

$$P = c - (1/b) \cdot Q_d \quad (7.3)$$

Исходя из математических особенностей построения прямых линий, можно определить, что a – объем спроса при нулевой цене (графически это точка пересечения линии спроса с осью абсцисс Q), c – значение цены при нулевом объеме спроса, b – величина наклона линии спроса к вертикальной оси P , отражаемого тангенсом угла α , $1/b$ – величина наклона линии спроса к горизонтальной оси Q , отражаемого тангенсом угла β (рис. 7.2). Учитывая обратную зависимость между P и Q , коэффициент b всегда отрицателен.

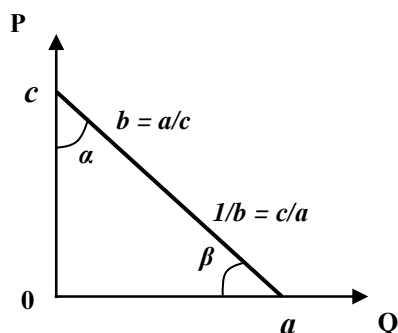


Рис. 7.2. Кривая спроса, отражаемая прямой линией

Постоянные параметры функции спроса – a и c – изначально определяются неценовыми факторами, такими как доход потребителей, вкусы, предпочтения и т.д. (см. п. 7.3.2). Коэффициент b , будучи производной функции, отражает степень реакции объема спроса на изменение цены, т.е. эластичность спроса (см. тему 8). Функция вида $P = f(Q_d)$ называется обратной функцией спроса.

Представленная и описанная выше функция спроса, в ее гиперболическом или линейном, прямом или обратном виде, является стандартной. Однако, это не исключает возможности построения принципиально иных кривых спроса, как, например, в случае товаров Гиффена и или товаров Веблена, которые будут изучены позднее.

7.2. Индивидуальный и рыночный спрос

Индивидуальный спрос – спрос, предъявляемый отдельным хозяйствующим субъектом (потребителем, покупателем). Индивидуальный спрос формируется с учетом субъективных предпочтений потребителя. *Рыночный спрос* – совокупный спрос всех потребителей на данном рынке. В простых случаях рыночный спрос рассчитывается как сумма индивидуальных спросов при каждом значении цены, а кривая рыночного спроса строится методом горизонтального суммирования всех индивидуальных кривых спроса (рис. 7.3).

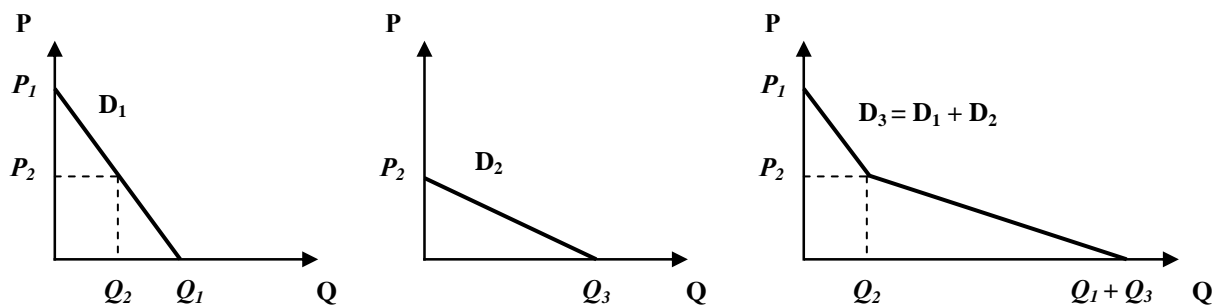


Рис. 7.3. Кривые индивидуального спроса (D_1 , D_2) и кривая рыночного спроса (D_3), построенная методом горизонтального суммирования

В определенных случаях, когда индивидуальный спрос потребителя зависит не только от цены самого товара, но и от других факторов, например, от цен других товаров или дохода, метод горизонтального суммирования не подходит. В этих случаях кривая рыночного спроса строится с учетом всего комплекса взаимосвязанных факторов. Важно помнить, что зависимость объема спроса от цены – это частный случай общей функции, учитывающей воздействие многих детерминант, как ценовых, так и неценовых.

7.3. Изменение спроса и его объема

Объем спроса на любой товар не остается неизменным, так как на спрос воздействуют различные субъективные и объективные факторы. Все факторы можно разделить на:

- *ценовые*, отражающие изменения цены товара;
- *неценовые*, т.е. не связанные с изменением цены.

7.3.1. Изменение объема спроса

Изменение цены приводит к изменению объема спроса (не самого спроса! Спрос как зависимость между ценой и покупаемым количеством товара остается прежним). Графически это отражается в скольжении точки по кривой, например, из точки *A* в точку *B*: снижение цены с P_1 до P_2 вызвало увеличение объема спроса с Q_1 до Q_2 (рис. 7.4, *a*). Причинами изменения объема спроса могут являться:

- 1) эффект дохода, или желание потребителя приобрести больше данного товара при снижении его цены, не уменьшая при этом количества других приобретаемых товаров;
- 2) эффект замещения, или готовность потребителя отдать предпочтение подешевевшему товару по сравнению с другими товарами, ставшими более дорогими;
- 3) закон убывающей предельной полезности, согласно которому каждая дополнительная единица товара приносит потребителю все меньшее удовлетворение. Потребитель согласен покупать большее количество данного товара только при условии снижения его цены.

7.3.2. Изменение спроса

Влияние неценовых факторов приводит к изменению самого спроса, изменению самой зависимости между ценой и запрашиваемым количеством товара, так как в этом случае объ-

ем спроса меняется при постоянных ценах. Графически это отражается в сдвиге кривой спроса (рис. 7.4, б).

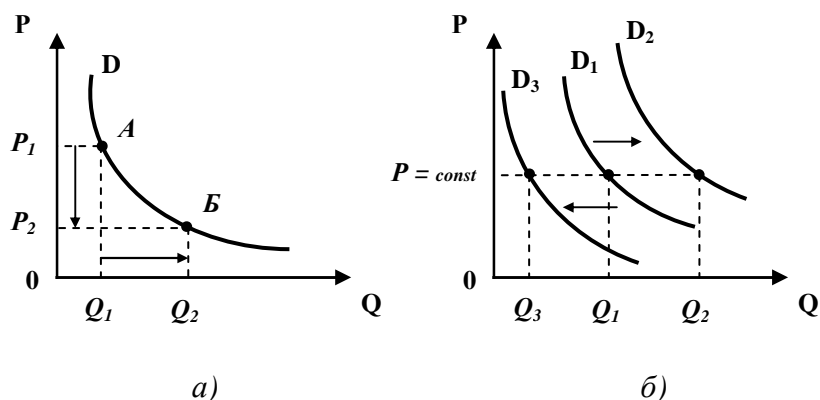


Рис. 7.4. Изменение объема спроса (а) и изменение спроса (б)

При увеличении спроса его кривая сдвигается вправо вверх, а при уменьшении – влево вниз, ближе к началу координат. Рост спроса на рис. 7.4, б отражается смещением кривой D_1 в положение D_2 и увеличением объема спроса с Q_1 до Q_2 при постоянной цене P . Снижение спроса вызывает смещение кривой D_1 в положение D_3 и уменьшение объема спроса с Q_1 до Q_3 при той же самой цене P .

Среди множества неценовых факторов (неценовых детерминант), воздействующих на спрос, можно выделить основные:

- 1) численность и структура (половозрастная, профессиональная) потребителей;
- 2) уровень доходов населения;
- 3) уровень налогообложения потребителей (все виды налогов, уплачиваемых потребителями);
- 4) сезонные колебания потребительской и деловой активности;
- 5) вкусы и предпочтения потребителей: мода, воздействие рекламы, традиции в потреблении, приверженность торговой марке, образ жизни и т.д.;
- 6) ожидания потребителей: ожидания изменения доходов, инфляционные ожидания;
- 7) цены на товары-заменители и товары-дополнители.

Факторы (1)–(4) отражают, главным образом, внешние воздействия на спрос, обусловленные какими-либо объективными причинами, а факторы (5)–(7) – в большей степени внутренние, субъективные воздействия, вызванные особенностями жизнедеятельности людей, их личностными качествами.

Механизм влияния данных факторов на спрос достаточно очевиден: если возрастает количество потребителей, увеличивается их доход и уменьшается налоговое бремя, если потребители следуют моде и сезонным ожиданиям, то, естественно, рыночный спрос на какие-либо товары будет увеличиваться. Такие факторы, как уменьшение численности населения, снижение доходов потребителей, рост налогового бремени и неблагоприятные ожидания будут сдерживать спрос или сокращать его.

7.3.3. Товары-заменители и товары-дополнители

Следует особо отметить такой фактор воздействия на спрос, как изменение цен товаров-заменителей и товаров-дополнителей. *Взаимозаменяемыми* (или *субститутами*, от лат. слова «*substitutio*» – замена) являются товары, которые схожи между собой по своим потребительским свойствам, и потому могут быть заменены друг другом, например, свинина и говядина, куртки и пальто. Такие товары называют еще товарами-конкурентами, так как они конкурируют между собой за кошелек потребителя. *Взаимодополняющими* (или *комплементарными*, от англ. слова «*complement*» – дополнение) являются товары, которые, как правило, используются или потребляются вместе, в комплекте, например, автомобиль и бензин, хлеб и масло и т.д.

Повышение цены товара-заменителя делает этот заменитель относительно дороже, а основной товар – относительно дешевле по сравнению с заменителем, поэтому потребитель склонен увеличить спрос на основной товар при прежних его ценах. Снижение цены товара-заменителя приведет к обратной ситуации – уменьшению спроса на основной товар. Например, рост цены на кефир увеличит спрос на молоко и ряженку, а снижение цены билетов на аттракционы вызовет сокращение спроса на визит в кино. Таким образом, у товаров-заменителей наблюдается *прямая связь* между ценой одного товара и объемом спроса на другой.

Повышение цены одного из взаимодополняющих товаров приводит к уменьшению объема спроса на него, поэтому спрос на все сопутствующие товары также падает. Иными словами, рост цены на один товар ведет к удорожанию всего комплекта покупаемых вместе товаров, а, значит, к уменьшению объема покупок этого комплекта. К примеру, увеличение цены билетов в кино ограничивает число посещаемых киносеансов и снижает потребление попкорна. Таким образом, у взаимодополняющих товаров наблюдается *обратная связь* между ценой одного товара и объемом спроса на другой.

7.4. Предложение и объем предложения. Закон предложения

Предложение (англ. *supply*) – намерение производителя (продавца) предоставить на продажу на рынке произведенное благо. Наряду со спросом, предложение является важнейшей категорией рыночной экономики, отражающей производство как необходимую основу для удовлетворения человеческих потребностей и развития рынка. Объем предложения зависит от объема производства (объема используемых ресурсов), но может не совпадать с ним.

В микроэкономике предложение исследуется в виде модели, т.е. зависимости объема предложения товара от многих факторов, главный из которых – цена. В этой модели предложение отражает количество товара, которое производитель (продавец) готов продать на рынке при определенных ценах. Данную модель можно записать в виде функции, которая упрощенно выглядит так:

$$Q_s = f(P), \quad (7.4.)$$

где Q_s – объем предложения (от англ. слов «*quantity of supply*»), P – цена товара (*price*).

Функционально, *предложение* – это зависимость между предлагаемым на рынок количеством товара и его ценой. Это означает, что цену товара производитель сопоставляет с издержками производства. Функция предложения может быть представлена в виде уравнения (формулы), таблицы и графика – кривой предложения.

От понятия «предложение» следует отличать понятия «объем предложения» и «цена предложения». *Объем (величина) предложения* – это предлагаемое количество товара при определенной цене. Объем предложения отражает значение функции предложения при конкретном значении цены и графически представлен в виде точки на кривой предложения. *Цена предложения* – это минимальная цена, за которую производитель готов продать определенное количество своего товара. Цена предложения равна значению аргумента, при котором функция предложения принимает конкретное значение.

Рационально мыслящие производители (продавцы) заинтересованы продать товар как можно дороже, поэтому, чем выше цена товара, тем больше объем (величина) предложения данного товара. И наоборот, чем ниже цена, тем меньше объем (величина) предложения. Данные утверждения получили название *закона предложения*, отражающего прямую зависимость между ценой и количеством предлагаемого товара. Кривая предложения – графическое выражение закона предложения (рис. 7.5).

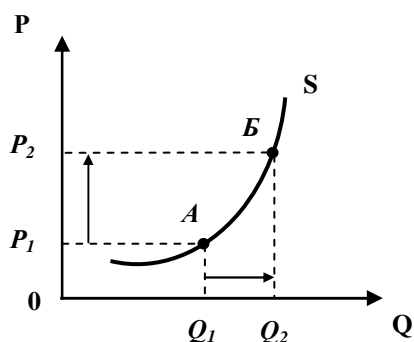


Рис. 7.5. Кривая предложения

Как и кривая спроса, кривая предложения строится в системе координат «цена – количество», где цена P выражается в денежных единицах и откладывается по вертикальной оси, а количество Q измеряется в натуральных единицах и откладывается по горизонтальной оси. Как видно из рис. 7.5, кривая предложения имеет:

а) положительный наклон, так как отражает прямую зависимость между P и Q . Так, при увеличении цены с P_1 до P_2 предлагаемое количество товара растет с Q_1 до Q_2 ;

б) имеет форму восходящей ветви параболы с вертикальной осью симметрии, которая в самом простом случае (если исходит из начала координат) описывается функцией $Q = a^{-0,5} \cdot P^{0,5}$, где a – постоянная положительная величина.

Для того, чтобы упростить изучение теории, предложение иногда представляется в виде прямой линии, описываемой линейной функцией вида:

$$Q_s = a + b \cdot P \quad (7.5)$$

или

$$P = c + (1/b) \cdot Q_s, \quad (7.6)$$

где a – объем предложения при нулевой цене (графически это точка пересечения линии предложения с осью абсцисс Q), c – значение цены при нулевом объеме предложения, b – величина наклона линии предложения к вертикальной оси P , отражаемого тангенсом угла α , $1/b$ – величина наклона линии предложения к горизонтальной оси Q , отражаемого тангенсом угла β (рис. 7.6).

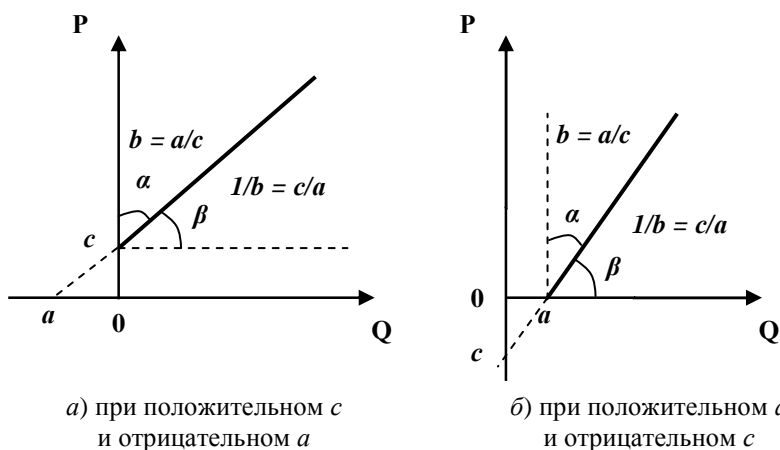


Рис. 7.6. Кривая предложения, отражаемая линейной функцией вида $Q_s = a + b \cdot P$ либо $P = c + (1/b) \cdot Q_s$

Постоянные параметры функции предложения – a и c – определяются неценовыми факторами, такими как цены ресурсов, используемые технологии и т.д. (см. п. 7.6.2). Коэффициент b , будучи производной функции, отражает степень реакции объема предложения на изменение цены, т.е. эластичность предложения (см. тему 8). Функция вида $P = f(Q_s)$ называется обратной функцией предложения.

Представленная и описанная выше функция предложения, в ее параболическом или линейном, прямом или обратном виде, является стандартной. Однако, так же, как и в случае со спросом, это не исключает возможности построения принципиально иных кривых

предложения, характеризующих, например, отрицательную зависимость между P и Q . Некоторые из таких исключительных случаев будут изучены позднее.

7.5. Индивидуальное и рыночное предложение

Индивидуальное предложение – предложение отдельного производителя (продавца). Индивидуальное предложение формируется на основе затрат ресурсов и использования мощностей конкретного производителя. *Рыночное предложение* – совокупное предложение всех производителей (продавцов) данного рынка. В простых случаях рыночное предложение рассчитывается как сумма индивидуальных предложений при каждом значении цены, а кривая рыночного предложения строится методом горизонтального суммирования всех индивидуальных кривых предложения (рис. 7.7).

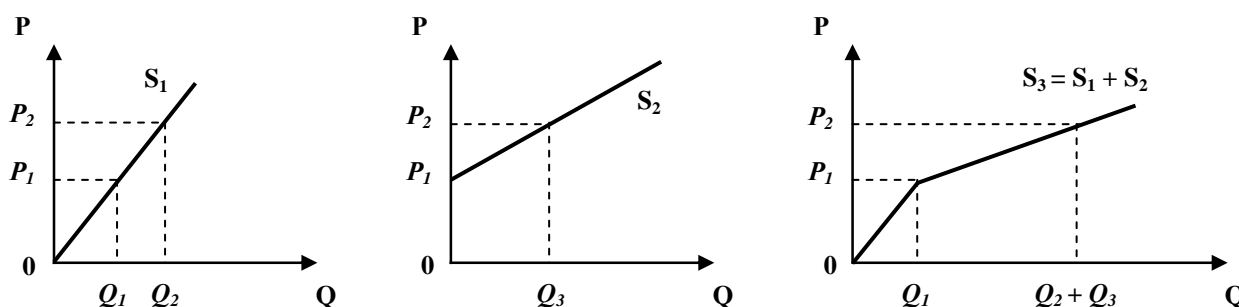


Рис. 7.7. Кривые индивидуального предложения (S_1 , S_2) и кривая рыночного предложения (S_3), построенная методом горизонтального суммирования

В определенных случаях, когда индивидуальное предложение зависит не только от цены производимого товара, но и от других факторов, например, от динамики цен используемых ресурсов или цен товаров других производителей, метод горизонтального суммирования не подходит. В этих случаях кривая рыночного предложения строится с учетом всего комплекса взаимосвязанных факторов. Здесь также важно помнить, что зависимость количества предлагаемого товара от цены – это частный случай общей функции предложения, учитывающей как ценовые детерминанты, так и неценовые.

7.6. Изменение предложения и его объема

Величина предложения любого товара не остается неизменной, так как на него воздействуют различные факторы. Как и в случае со спросом, все факторы можно разделить на:

- *ценовые*, отражающие изменения цены товара;
- *неценовые*, т.е. не связанные с изменением цены.

7.6.1. Изменение объема предложения

Изменение цены приводит к изменению объема предложения (не самого предложения! Предложение как зависимость между ценой и предлагаемым количеством товара остается прежним). Графически это отражается в скольжении точки по кривой, например, из точки A в точку B : увеличение цены с P_1 до P_2 вызывает рост объема предложения с Q_1 до Q_2 (рис. 7.8, а).

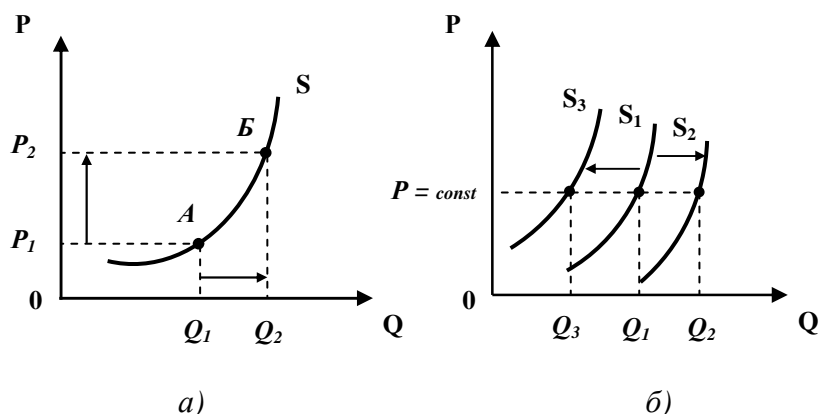


Рис. 7.8. Изменение объема (величины) предложения (а) и изменение предложения (б)

7.6.2. Изменение предложения

Влияние неценовых факторов приводит к изменению самого предложения, изменению самой зависимости между ценой и предлагаемым количеством товара, так как в этом случае объем предложения меняется при постоянных ценах. Графически это отражается в сдвиге кривой предложения (рис. 7.8, б).

При увеличении предложения его кривая сдвигается вправо вниз, дальше от начала координат, а при уменьшении – влево вверх. Рост предложения на рис. 7.8, б отражается смещением кривой S_1 в положение S_2 и увеличением объема предложения с Q_1 до Q_2 при постоянной цене P . Снижение предложения вызывает сдвиг кривой S_1 в положение S_3 и уменьшение объема предложения с Q_1 до Q_3 при той же самой цене P .

Среди множества неценовых факторов (неценовых детерминант), воздействующих на предложение, можно выделить основные:

1) цены на ресурсы, в том числе транспортные тарифы, тарифы за электроэнергию, цены на бензин, проценты по кредиту, арендная плата и т.д.;

2) уровень налогообложения предприятий и организаций (в первую очередь, налог на прибыль);

3) политика государства в части стимулирования развития малого бизнеса, поддержки отдельных отраслей, субсидирования и т.д.;

4) объем импортных закупок в стране;

5) уровень используемой производителем технологии;

6) ожидания производителей: ожидаемая норма прибыли, инфляционные ожидания;

7) цены на другие товары (конкуренты и дополнители) и товары других производителей.

Факторы (1) – (4) отражают внешние воздействия на предложение, затрагивающие каждого производителя, а факторы (5) – (7) характеризуют в большей степени внутреннее, субъективное влияние на предложение, основанное на специфике работы фирмы.

Механизм воздействия данных факторов вполне очевиден: если дорожают ресурсы, усугубляется налоговое бремя, сворачиваются масштабы поддержки предприятий, наращиваются объемы импорта, устаревают технологии производства, то деловая активность фирм будет падать, а рыночное предложение – снижаться. Напротив, снижение цен на ресурсы, смягчение налогового бремени, поддерживающая политика государства, включающая импортозамещение, совершенствование технологий и т.д. будут стимулировать рост предложения товаров и услуг.

7.7. Рыночное равновесие

Рыночное равновесие возникает в результате взаимодействия спроса и предложения, т.е. в результате действия рыночного механизма. Стремление к равновесию отражает регулируемую сущность рынка, действие его «невидимой руки». *Равновесие* – это ситуация на рынке, когда объем спроса равен объему предложения:

$$Q_d = Q_s \quad (7.7)$$

Рыночное равновесие характеризуется следующими параметрами:

- *равновесным количеством* – таким количеством товара, которое потребители желают и могут купить, а производители желают и имеют возможность продать при данной цене;
- *равновесной ценой* – ценой, при которой запрашиваемое количество товара равно предлагаемому количеству товара на рынке.

Графически равновесие отражается точкой пересечения кривых спроса и предложения (точка E (от лат. слова «*equilibrium*») на рис. 7.9), равновесное количество Q_e – проекцией этой точки на ось Q , а равновесная цена P_e – проекцией этой же точки на ось P .

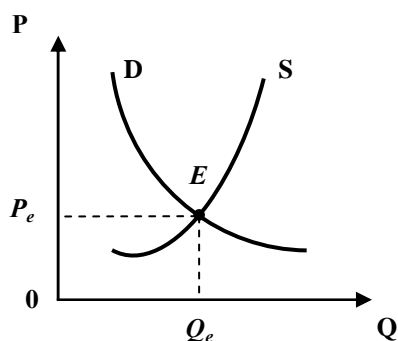


Рис. 7.9. Рыночное равновесие:
 $Q_d = Q_s$

В условиях равновесия на рынке покупается столько товара, сколько продается, и нет ни дефицита товара, ни его излишка. На рынке отсутствуют стимулы менять цену либо количество реализуемого товара.

При отклонении цены от ее равновесного уровня появляется несбалансированность между объемами спроса и предложения (рис. 7.10).

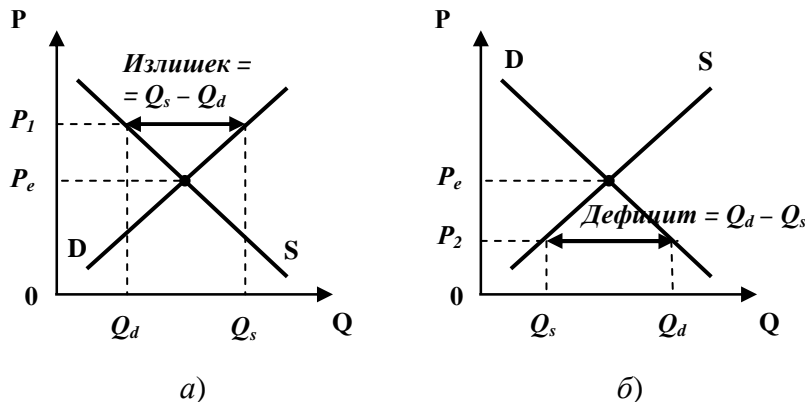


Рис. 7.10. Излишек (а) и дефицит (б) товара на рынке

Так, при цене P_1 выше равновесной объем предложения превышает объем спроса, и на рынке возникает излишек товара, или избыток предложения (рис. 7.10, а). При цене P_2 ниже равновесной объем спроса больше объема предложения, в результате чего появляется дефицит, или избыток спроса (рис. 7.10, б).

7.8. Установление равновесной цены

Каким образом действует механизм «невидимой руки», приводящий к установлению рыночного равновесия? Существует два подхода, названные в честь двух известных ученых XIX века, объяснивших данный механизм: Леона Вальраса и Альфреда Маршалла.

Л. Вальрас исходит из разницы объемов спроса и предложения на рынке, в результате которой потребители или производители вступают в конкуренцию друг с другом, влияя, в итоге, на цену. Так, при цене ниже равновесной (P_1 на рис. 7.11, а) образуется избыток спроса, и потребители конкурируют между собой до тех пор, пока он не исчезнет. В этом случае

на рынок оказывается давление «снизу», подталкивая цены вверх. При цене выше равновесной (P_2) возникает избыток предложения, который устраняется в результате конкуренции между производителями. В данном случае на рынок оказывается давление «сверху», толкая цены вниз. В конечном итоге, две противоположно направленные силы («сверху» и «снизу») уравнивают объемы спроса и предложения на определенном уровне цены P_e , называемом *равновесным* (рис. 7.11, а).

Поскольку неравновесные состояния на рынке (дефицит и излишек) исправляются посредством соответствующих изменений цены, т.е. путем подстройки количества под цену, то условие равновесия в модели Вальраса можно записать как $Q_d(P) = Q_s(P)$. Такая запись означает, что, когда объем спроса равен объему предложения, нет стимулов для изменения цены. Дефицит или излишек товара не могут существовать долгое время, поэтому данная модель характерна для краткосрочного периода.

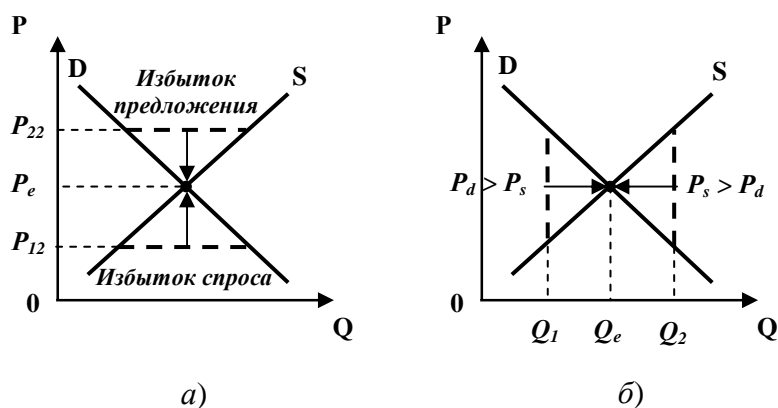


Рис. 7.11. Установление рыночного равновесия:
а) подход Л. Вальраса
б) подход А. Маршалла

А. Маршалл основывался на разнице цены спроса и цены предложения, в результате которой производители меняют объемы предложения товара до тех пор, пока эта разница не исчезнет. Так, при количестве товара ниже равновесного уровня (Q_1 на рис. 7.11, б) цена спроса превышает цену предложения, и производители наращивают объемы предлагаемой продукции. В этом случае наблюдается давление «слева», увеличивая количество товара на рынке. При количестве товара выше равновесного уровня (Q_2) цена спроса меньше цены предложения, и производители сокращают объемы предлагаемой продукции. В данном случае наблюдается давление «справа», уменьшая количество товара на рынке. В конечном итоге, две разнонаправленные силы («слева» и «справа») уравнивают цены спроса и предложения при определенном количестве товара Q_e , называемом *равновесным* (рис. 7.11, б).

Поскольку разница в ценах спроса и предложения устраняется посредством соответствующих изменений количества, т.е. путем подстройки цены под количество, то условие равновесия в модели Маршалла можно записать как $P_d(Q) = P_s(Q)$. Такая запись означает, что, когда цена спроса равна цене предложения, отсутствуют стимулы для изменения объема выпуска товара. Изменение объемов предложения на рынке не может происходить быстро, поэтому данная модель более характерна для долгосрочного периода.

7.9. Функции цены в рыночной экономике

Цена – важнейшая категория рыночной экономики, с которой так или иначе связаны все рыночные явления и процессы. Рыночный механизм называют еще механизмом ценообразования, отражая единство цены как цели и средства рыночного регулирования. Сущность цены проявляется в тех функциях, которые она выполняет в рыночной экономике:

- 1) *измерительная*: цена измеряет стоимость товара и сравнивает ее со стоимостью других товаров;
- 2) *уравновешивающая*: цена является инструментом установления рыночного равновесия, преодоления товарного дефицита и затоваривания;

3) *информационная*: цена служит основанием для принятия хозяйствующими субъектами экономических решений;

4) *направляющая (регулирующая)*: цена направляет рыночные капиталы на рынки с высоким потенциалом (спросом);

5) *стимулирующая*: цена побуждает фирмы к снижению издержек производства, повышению эффективности хозяйственной деятельности и управления;

б) *учетная*: анализ цен позволяет контролировать и вести бухгалтерский учет в фирмах;

7) *распределительная*: на основе цен осуществляется распределение ресурсов и готовой продукции между хозяйствующими субъектами в соответствии с их платежеспособностью.

Как видно, функции цены во многом повторяют функции рынка, позволяя рассматривать цену как главный инструмент рыночного саморегулирования, как на микро-, так и на макроуровнях. Выполнение данных функций предопределяет такие свойства рыночных цен, как:

📌 неразрывная связь с производством и потреблением, выражающаяся в постоянном взаимодействии и противостоянии цен спроса и цен предложения;

📌 мобильность (нестабильность), выражающаяся в склонности цен к отклонениям от равновесного уровня.

7.10. Устойчивость рыночного равновесия

Устойчивость, или *стабильность* – это важная характеристика рыночного равновесия, которая позволяет определить, вернется ли рынок в прежнее состояние равновесия, если цена в силу каких-либо причин отклонилась от первоначального значения. При отклонении цены от первоначального уровня возможны несколько вариантов развития ситуации на рынке, и, чем выше вероятность возвращения равновесия к прежнему состоянию, тем более устойчивым считается рынок, и тем мощнее силы его саморегулирования. В случае неустойчивости рынка назревает необходимость государственного вмешательства в экономику путем воздействия других – нерыночных – инструментов регулирования.

Различные модели равновесия рассматривают поведение цены во времени, описываемое функцией $P = f(t)$, где t – это фактор времени. Равновесие считается *устойчивым*, если разница между ценами спроса и предложения постепенно исчезает, а цена стремится к своему равновесному уровню. Устойчивость может быть абсолютной и относительной, глобальной и локальной. *Абсолютная устойчивость* наблюдается, когда цена после ее отклонения возвращается точно к первоначальному уровню P_e (рис. 7.12, а), а *относительная устойчивость* – когда цена стремится к первоначальному уровню, но не достигает его, совершая вокруг него незначительные колебания (рис. 7.12, б).

Если равновесие является устойчивым при всех возможных колебаниях цены, то говорят о *глобальной устойчивости* (рис. 7.13, а), а если при колебаниях только в определенных пределах (как, например, в пределах P_1P_2 на рис. 7.13, б), то говорят о *локальной устойчивости*.

В ряде случаев устойчивость рассматривают не как свойство равновесия вернуться к своему прежнему уровню, а как его способность установить новое равновесие при новом значении цены.

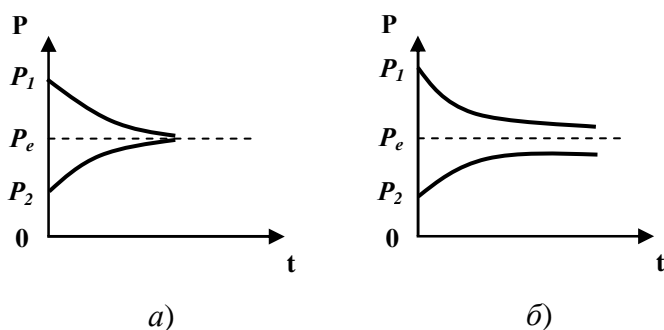


Рис. 7.12. Абсолютная (а) и относительная (б) устойчивость рыночного равновесия

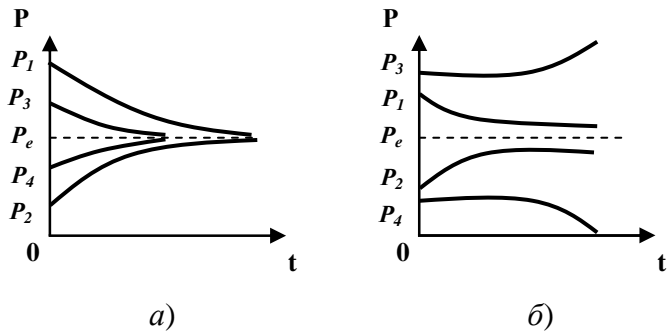


Рис. 7.13. Глобальная (а) и локальная (б) устойчивость рыночного равновесия

Если цена не возвращается к первоначальному уровню, значит, она принимает новое равновесное значение (например, P_3 или P_4 на рис. 7.14, а) или меняется неопределенно (рис. 7.14, б).

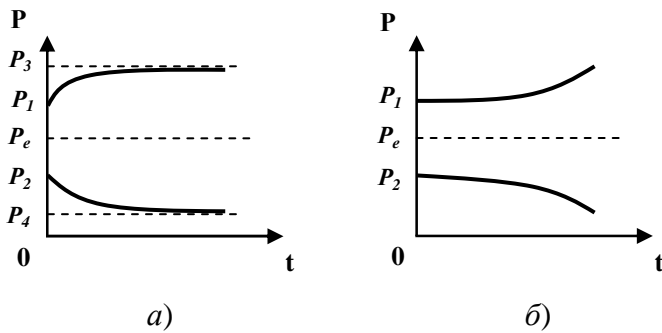


Рис. 7.14. Ситуации неустойчивого равновесия: а) установление новой равновесной цены; б) неопределенное изменение цены

7.11. Паутинообразная модель рыночного равновесия

Паутинообразная модель используется для анализа устойчивости рыночного равновесия в каком-либо конкретном случае, т.е. в случае с заданными линейными функциями спроса и предложения. Данная модель является динамической, так как учитывает фактор времени, и основывается на следующих допущениях:

- 1) величина предложения зависит от цен предыдущего периода, так как производители не могут знать цены на продукцию в период ее реализации. Фактически, объем предложения будет подстраиваться по цене спроса, фиксируемую в предыдущем периоде;
- 2) спрос и предложение не меняются во времени (их функции постоянны);
- 3) влияние на равновесие всех прочих факторов признается несущественным.

Рассмотрим три случая формирования равновесия в динамике, т.е. три пары графиков спроса и предложения (рис. 7.15).

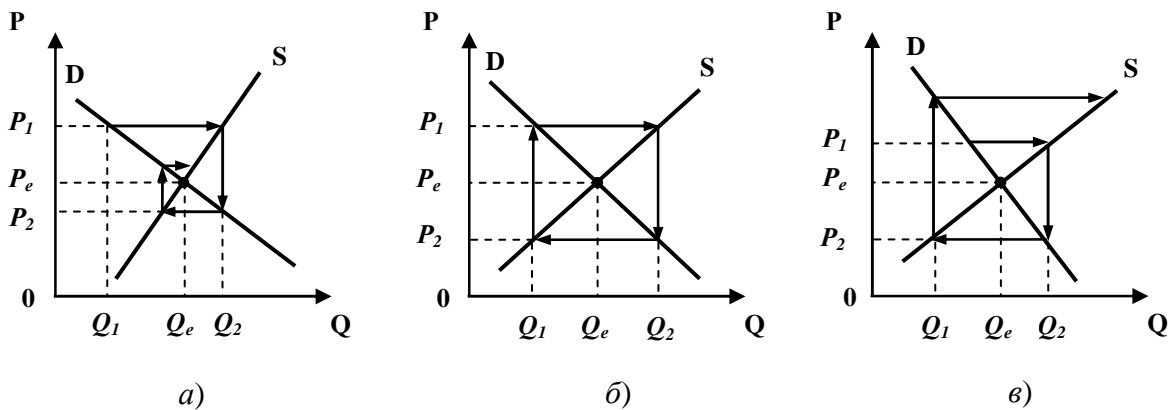


Рис. 7.15. Паутинообразная модель устойчивого (а), относительно устойчивого (б) и неустойчивого (в) рыночного равновесия

Пусть в ситуации, представленной на рис. 7.15, а, цена в некоторый начальный период была равна P_1 , и по ней было куплено Q_1 единиц товара. Тогда в следующем периоде производители, ориентируясь на цену P_1 , предложат на рынок Q_2 единиц товара. Данное количество товара потребители согласятся купить только при цене P_2 , на которую буду ориентироваться производители в следующий раз. И так далее по кругу. Чем больше проходит времени, тем в большей степени объем предложения приспособляется под объем спроса. В результате, равновесие установится в точке с равновесной ценой P_e и равновесным количеством Q_e . Данный случай отражает *затухающие колебания цены*, характерные для устойчивого равновесия. Цену P_e А. Маршалл назвал *нормальной ценой*, т.е. ценой, определяемой устойчивым равновесием. При этом, под нормальной ценой понимается не средняя, а конечная цена того периода, в котором изменился объем предложения. Колебания цены во времени представлены на рис. 7.16, а.

На рис. 7.15, б показана ситуация с *равномерными колебаниями цены*, что в большей степени характерно для относительно устойчивого равновесия, а на рис. 7.15, в – ситуация с *взрывными колебаниями*, свойственными неустойчивому равновесию. Соответствующие колебания цены, взятые во времени, представлены на рис. 7.16, б и в.

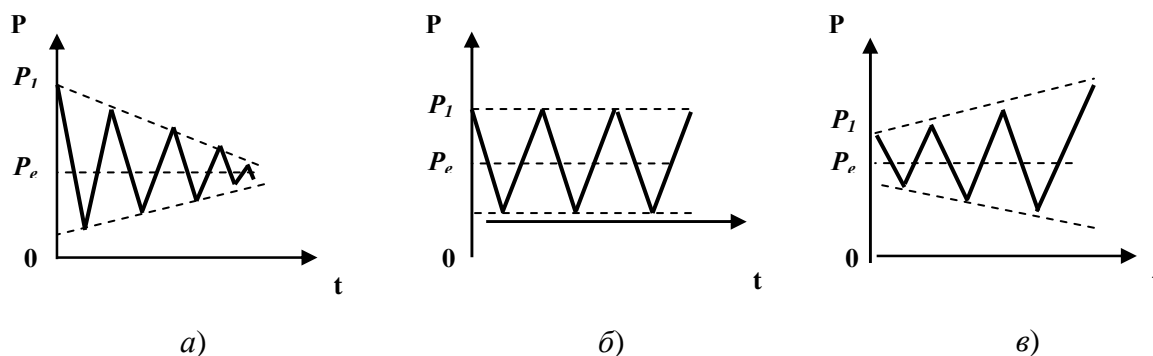


рис. 7.16. Ценовые колебания во времени: затухающие (а), равномерные (б) и взрывные (в)

Изучая устойчивость равновесия с помощью паутинообразной модели, можно заметить, что характер колебания цены зависит от наклона линий спроса и предложения. В случае устойчивого равновесия наклон линии предложения более крутой, чем у линии спроса, в случае неустойчивого равновесия – наоборот. Это позволяет сделать вывод, что на устойчивость равновесия влияет эластичность спроса и предложения, т.е. степень реакции потребителей и производителей на изменения цены (см. тему 8).

7.12. Смещение рыночного равновесия

Если в п. 7.11 рассматривались варианты отклонения равновесия в результате колебаний цены при неизменных спросе и предложении, то в данном разделе речь пойдет о нарушении равновесия вследствие воздействия каких-либо неценовых факторов. Как известно, неценовые факторы меняют спрос и предложение, соответствующим образом сдвигая их кривые. На рис. 7.17 представлены самые простые случаи смещения равновесия в результате сдвига кривых спроса и предложения.

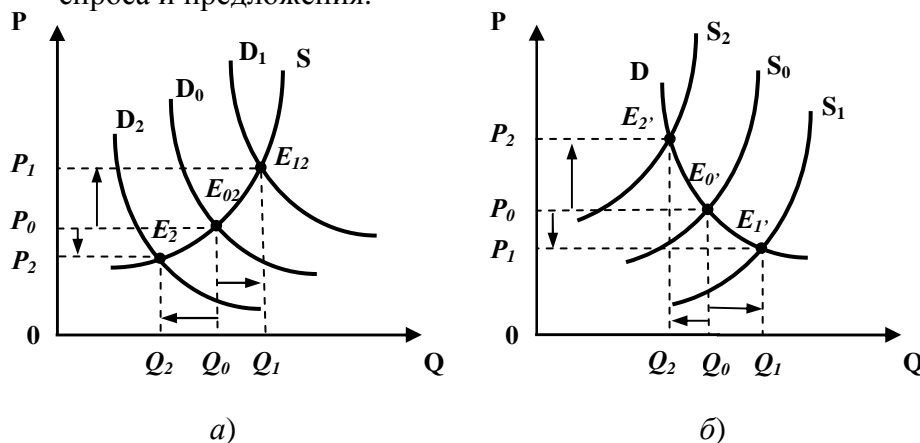


Рис. 7.17. Смещение рыночного равновесия: а) при изменении спроса; б) при изменении предложения

Увеличение спроса (рис. 7.17, а) сдвигает его кривую D_0 вправо вверх до положения D_1 , что вызывает смещение равновесия из точки E_0 в точку E_1 . Соответственно, равновесная цена увеличивается с P_0 до P_1 , а равновесное количество возрастает с Q_0 до Q_1 . Снижение спроса сдвигает его кривую D_0 влево вниз до положения D_2 , что смещает равновесие из точки E_0 в точку E_2 . При этом, равновесная цена уменьшается с P_0 до P_2 , а равновесное количество снижается с Q_0 до Q_2 .

Увеличение предложения (рис. 7.17, б) сдвигает его кривую S_0 вправо вниз до положения S_1 , что вызывает смещение равновесия из точки E_0 в точку E_1 . Соответственно, равновесная цена уменьшается с P_0 до P_1 , а равновесное количество возрастает с Q_0 до Q_1 . Снижение предложения сдвигает его кривую S_0 влево вверх до положения S_2 , что смещает равновесие из точки E_0 в точку E_2 . При этом, равновесная цена увеличивается с P_0 до P_2 , а равновесное количество снижается с Q_0 до Q_2 .

Если спрос и предложение меняются одновременно, то изменение равновесных параметров зависит от характера и степени приращения спроса и предложения. На рис. 7.18 приведены примеры смещения равновесия в случае их одновременного роста и в случае их разнонаправленного изменения.

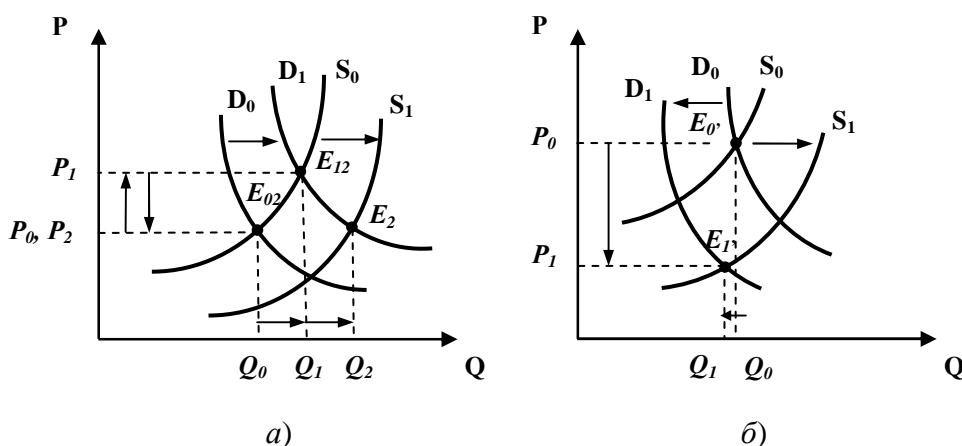


Рис. 7.18. Смещение рыночного равновесия: а) при одновременном росте спроса и предложения; б) при снижении спроса и росте предложения

Одновременный рост спроса и предложения (рис. 7.18, а) сдвигает кривую D_0 в положение D_1 , а кривую S_0 – в положение S_1 , в результате чего равновесие из точки E_0 смещается сначала в точку E_1 , а потом – в E_2 . Это соответствующим образом влияет на динамику цены и количества товара: цена сначала поднимается с P_0 до уровня P_1 , затем опускается до P_2 , примерно равному прежнему уровню P_0 ; количество постепенно увеличивается с Q_0 до Q_1 , затем – с Q_1 до Q_2 .

Одновременное уменьшение спроса и увеличение предложения (рис. 7.18, б) сдвигает кривую D_0 влево до положения D_1 , а кривую S_0 – вправо в положение S_1 , в результате чего равновесие из точки E_0 смещается в точку E_1 . При этом, равновесная цена падает с P_0 до P_1 , а равновесное количество уменьшается с Q_0 до Q_1 .

Следует отметить, что изменение цены в случае на рис. 7.18, а и изменение количества в случае на рис. 7.18, б зависят от степеней приращения спроса и предложения. Так, если спрос в ситуации 7.18, а увеличился бы в большей степени, чем предложение, то новая равновесная цена установилась бы на уровне выше первоначального (рис. 7.19, а), а если бы в меньшей степени, тогда – на уровне ниже первоначального (рис. 7.19, б).

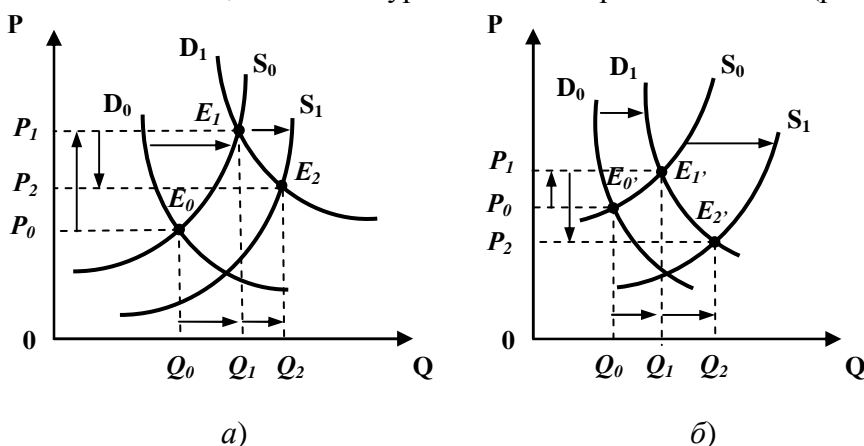


Рис. 7.19. Смещение рыночного равновесия при одновременном росте спроса и предложения: а) в случае большего прироста спроса; б) в случае большего прироста предложения

Таким образом, существует множество вариантов изменения параметров рыночного равновесия, и в каждом конкретном случае они зависят от характерных для данного случая сдвигов спроса и предложения.

7.13. Рыночное равновесие и фактор времени

Формирование рыночного равновесия обычно рассматривается в трех периодах времени: мгновенном, краткосрочном и долгосрочном. Определяющим равновесные параметры фактором является предложение, так как в разные периоды времени производители по-разному реагируют на изменение рыночной ситуации. Так, предложение не может одномоментно подстроиться под рынок: в случае роста спроса товар еще нужно произвести и привести на рынок, а в случае его снижения, наоборот, убрать излишки в запасы. Поэтому в *мгновенном периоде* объем предложения фиксирован, т.е. постоянен (Q_{const}), а кривая предложения S представляет собой вертикальную линию (рис. 7.20, а). В данном случае изменение цены товара полностью зависит от динамики спроса: при его увеличении с D_1 до D_2 цена растет с P_1 до P_2 , а при его уменьшении с D_1 до D_3 , соответственно, падает с P_1 до P_3 .

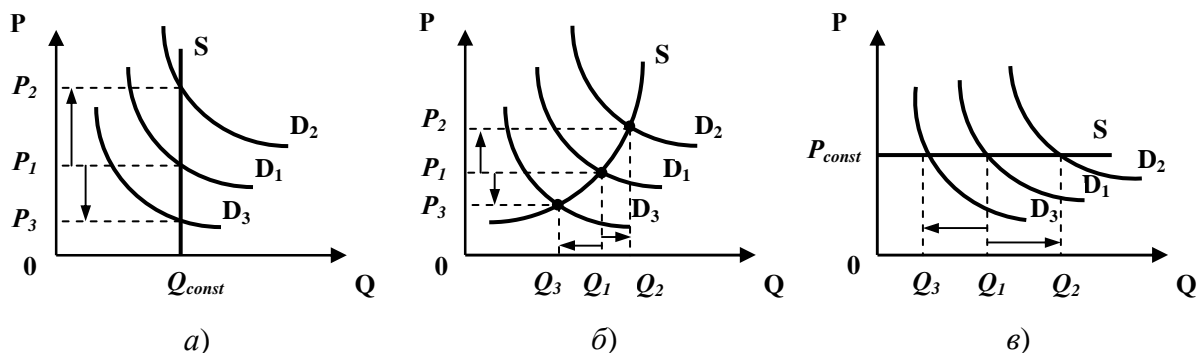


Рис. 7.20. Рыночное равновесие в мгновенном (а), краткосрочном (б) и долгосрочном (в) периодах

В краткосрочном периоде производители уже могут приспособиться под запросы рынка. При росте спроса они наращивают объем выпуска, более интенсивно используя имеющиеся производственные мощности за счет привлечения дополнительной рабочей силы, сырья или других переменных факторов. Кривая предложения приобретает положительный наклон (рис. 7.20, б). В результате, объем предложения увеличивается с Q_1 до Q_2 , частично удовлетворяя спрос, и цена товара возрастает с P_1 до P_2 не так сильно, как в мгновенном периоде. При снижении спроса производственные мощности освобождаются от излишних переменных факторов, объем предложения сокращается с Q_1 до Q_3 , и цена падает с P_1 до P_3 .

В долгосрочном периоде производители могут полностью подстроить предложение под рыночный спрос. В стабильно развивающихся отраслях фирмы расширяют свое производство, увеличивая производственные мощности и наращивая объем выпуска за счет роста масштабов деятельности. Увеличение объема предложения с Q_1 до Q_2 целиком удовлетворяет возросший спрос, поэтому цена практически не меняется, и кривая предложения имеет вид горизонтальной линии (рис. 7.20, в). Цена может варьироваться в пределах краткосрочного периода, но в долгосрочном она постоянна – P_{const} .

Если в долгосрочном периоде наблюдается стабильное сокращение спроса, то фирмы покидают отрасль и избавляются от ненужных производственных мощностей. Уменьшение объема предложения с Q_1 до Q_3 вполне соответствует снизившемуся спросу, и цена также постоянна на уровне P_{const} .

7.14. Особые случаи рыночного равновесия

Ранее рассматривались стандартные случаи рыночного равновесия, когда кривые спроса и предложения пересекаются в одной точке и формируют вполне определенные положительные равновесные параметры. Однако, существуют и другие – особые – случаи, когда кривые спроса и предложения либо не имеют общих точек (ситуации *краевого равновесия*), либо имеют несколько общих точек (*неединственность равновесия*).

Краевое равновесие может возникнуть в двух случаях:

1) если объем предложения больше объема спроса при любой неотрицательной цене, то речь идет о *свободном благе*, т.е. о таком благе, потребности в котором удовлетворяются бесплатно, а само благо находится в избытке (кривые D и S на рис. 7.21, а). Это такие блага, как воздух, природная вода, солнечный свет и другие неэкономические блага;

2) если цена спроса меньше цены предложения при любом неотрицательном объеме выпуска, то говорят о *непроизводимом благе*, т.е. о благе настолько уникальном, что его почти невозможно продать (кривые D' и S' на рис. 7.21, б). Сумма денег, которую потребители готовы заплатить за данное благо, недостаточна, чтобы компенсировать затраты на его производство. Производство такого блага технологически возможно, но экономически нецелесообразно. Примером непроизводимых благ могут служить технические новшества в самых ранних стадиях их выпуска, когда на них еще отсутствует должный спрос.

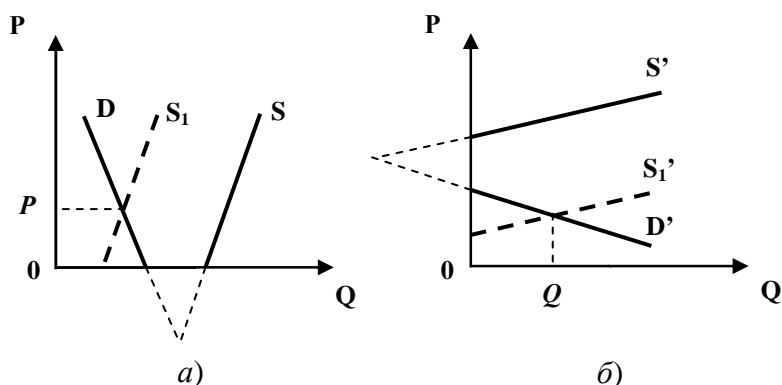


Рис. 7.21. Ситуации краевого равновесия: а) свободное благо; б) непроизводимое благо

Как видно из рис. 7.21, равновесие в случае свободного блага условно наступает при отрицательной цене, а в случае непроизводимого блага – при отрицательном количестве. Если свободное (избыточное) благо будет переходить в разряд экономических (дефицитных), то кривая предложения S будет сдвигаться влево до положения S_1 , демонстрируя ограниченность блага, и цена станет положительной P . Если затраты на производство непроизводимого блага снизятся, и предложение возрастет с S' до S_1' , то благо перейдет в разряд обычных, с положительным реализуемым количеством Q .

Что касается неединственности равновесия, то самые простые его случаи предполагают наличие общего отрезка у кривых спроса и предложения (рис. 7.22). На рис. 7.22, а кривые D и S имеют общий отрезок при равновесной цене P_e и при любом объеме в интервале от Q_1 до Q_2 . Изменение объема в этом диапазоне недостаточно чувствительно, чтобы вызвать изменения цен спроса и предложения. На рис. 7.22, б кривые D и S совпадают на отрезке при равновесном количестве Q_e и при любой цене в интервале от P_1 до P_2 . Изменение цены в этом интервале недостаточно чувствительно, чтобы вызвать изменения запрашиваемого и предлагаемого количества товара на рынке.

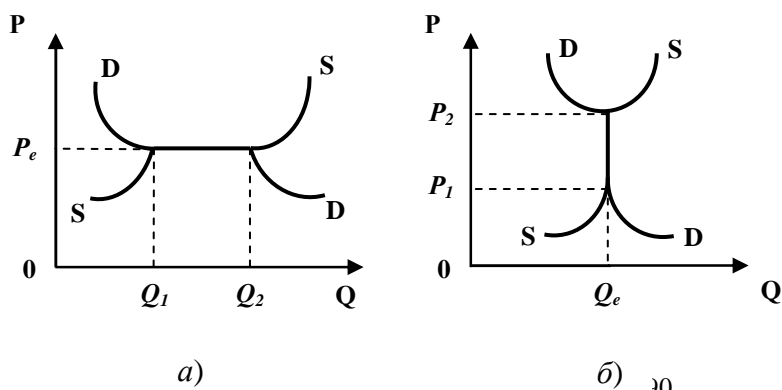


Рис. 7.22. Неединственность равновесия: а) на горизонтальном отрезке; б) на вертикальном отрезке

Существуют и другие варианты неединственности равновесия, о некоторых из которых будет сказано в других темах.

7.15. Излишек потребителя и излишек производителя

Ни одна из экономических систем так не стимулирует деловую активность хозяйствующих субъектов, как рынок. В качестве стимула для отдельного хозяйствующего субъекта выступает получение личной выгоды от рыночной деятельности. Сумма личных выгод, полученных всеми хозяйствующими субъектами, формируют общественную выгоду от рыночного обмена. Если личная выгода лежит в основе индивидуального благосостояния субъекта, то общественная выгода – в основе благосостояния общества.

Выгоду от рынка могут получать все участники – и потребители, и производители. Выгода потребителя (покупателя) образуется при покупке товара или услуги, а выгода производителя (продавца) – при продаже. Выгода потребителя называется *излишком потребителя* и представляет собой разницу между ценой, которую потребитель готов заплатить за товар (ценой спроса), и той ценой, которую он действительно платит (равновесной ценой). Термин «излишек потребителя» впервые применил французский инженер и экономист Жюль Дююи (1804–1866) в 1844 г. для оценки полезностей общественных сооружений.

Пусть цена спроса некоего потребителя, приобретающего количество товара Q , составляет P_d (рис. 7.23, а). Будучи готовым заплатить цену P_d , он, тем не менее, платит цену P_e , установившуюся на рынке. В результате, он получает излишек в размере $(P_d - P_e)$ за одну единицу товара, а за количество Q – излишек, равный $(P_d - P_e) \cdot Q$ (фигура $P_e P_d A B$). Совокупный излишек потребителей равен сумме выгод по всем приобретаемым единицам и отражается треугольником $P_e G E$.

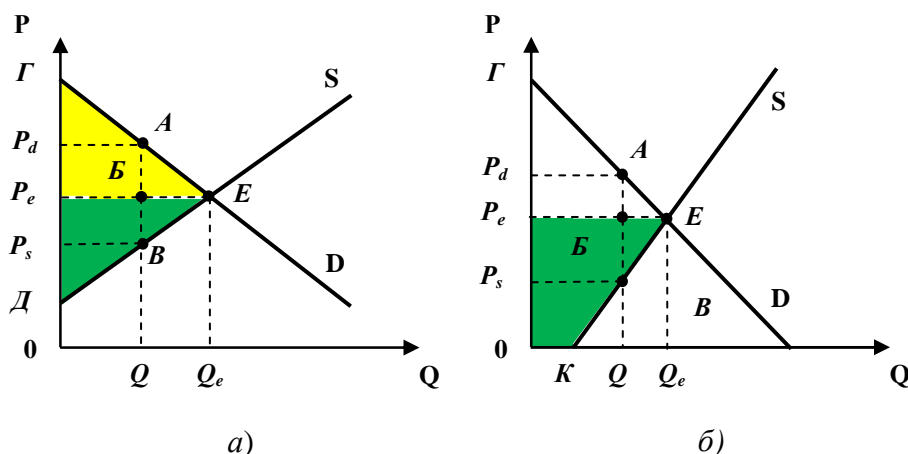


Рис. 7.23. Излишки потребителей и производителей:
а) в случае пересечения кривой предложения оси P;
б) в случае пересечения кривой предложения оси Q

Выгода производителя называется *излишком производителя* и представляет собой разницу между ценой, по которой производитель готов продать товар (ценой предложения), и той ценой, по которой действительно продает (равновесной ценой). Пусть цена предложения некоего производителя, продающего количество товара Q , равна P_s (рис. 7.23, а). Будучи готовым продать товар по цене P_s , он, тем не менее, продает по цене P_e , установившейся на рынке. В итоге, он получает излишек в размере $(P_e - P_s)$ за единицу товара, а за количество Q – излишек, равный $(P_e - P_s) \cdot Q$ (фигура $P_s P_e B B$). Совокупный излишек производителей равен сумме выгод по всем продаваемым единицам и представлен треугольником $D P_e E$. Данный излишек выражает краткосрочную прибыль конкурентного продавца, а фигура, расположенная ниже и правее излишка – $0 D E Q_e$ – его производственные издержки.

На рис. 7.23, б представлен излишек производителя, если линия его предложения пересекает ось Q. В данном случае он равен площади трапеции $0 P_e E K$.

Если кривые D и S – это не индивидуальные спрос и предложение, а рыночные, то треугольники $P_e G E$ и $D P_e E$ (либо трапеция $0 P_e E K$ на рис. 7.23, б) отражают соответствен-

но совокупные излишки потребителей и производителей на рынке. Сумма совокупных излишков потребителей и производителей (треугольник ДГЕ на рис. 7.23, а или фигура ОГЕК на рис. 7.23, б) отражает общественную выгоду, образующуюся в связи с существованием рынка.

7.16. Механизм государственного воздействия на рыночное равновесие

В предыдущих разделах механизм установления равновесия рассматривался с точки зрения рыночного саморегулирования, по принципу «невидимой руки». Однако, современные экономические системы представляют собой большей частью регулируемый рынок, т.е. рынок, функционирование которого дополняется и корректируется определенными мерами государства. Государственное регулирование рынка осуществляется в целях устранить «провалы» рынка, поддержать сбалансированное развитие экономики либо решить какие-либо значимые общественные задачи. По своему механизму государственное воздействие может быть прямым и косвенным.

Прямое регулирование предусматривает непосредственное вмешательство государства в рыночную деятельность посредством таких методов, как:

- ◆ ценовые ограничения (установление фиксированных цен – цен «пола» и «потолка»);
- ◆ количественные ограничения (квотирование);
- ◆ государственные инвестиции, государственные заказы и закупки.

Косвенное регулирование – это опосредованное воздействие государства на рынок через ряд инструментов, таких как:

- налогообложение потребителей и производителей;
- субсидирование и дотации из бюджета в поддержку потребителей и производителей;
- лицензирование отдельных видов деятельности;
- регулирование внешнеэкономической деятельности;
- денежно-кредитное регулирование и другие инструменты, изучение которых выходит за рамки данной темы.

В последующих ниже разделах рассмотрен механизм воздействия некоторых методов государственного регулирования на рыночное равновесие.

7.16.1. Воздействие на рынок фиксированных цен

Как известно, цены в рыночной экономике устанавливаются свободно, на основе взаимодействия спроса и предложения. Однако, принимая во внимание характерное для рыночной системы несовершенство системы распределения и дифференциацию доходов, сложившиеся на рынке цены далеко не всегда являются оптимальными с точки зрения отдельных групп потребителей или производителей. Это обуславливает государственное вмешательство в процесс рыночного ценообразования.

Данное вмешательство может происходить путем установления фиксированных цен, что нарушает сложившееся равновесие и определенным образом «ломает» рыночный механизм ценообразования. Как правило, фиксированные цены закрепляют максимальный или минимальный уровень цен.

Цена «потолка» – это максимально возможная цена на товар, установленная ниже равновесного уровня (рис. 7.24, а). Установление «потолка» цены P_{max} вызывает дефицит товара в размере $(Q_d - Q_s)$, так как при данном уровне цены производители лишены стимулов увеличивать предложение.

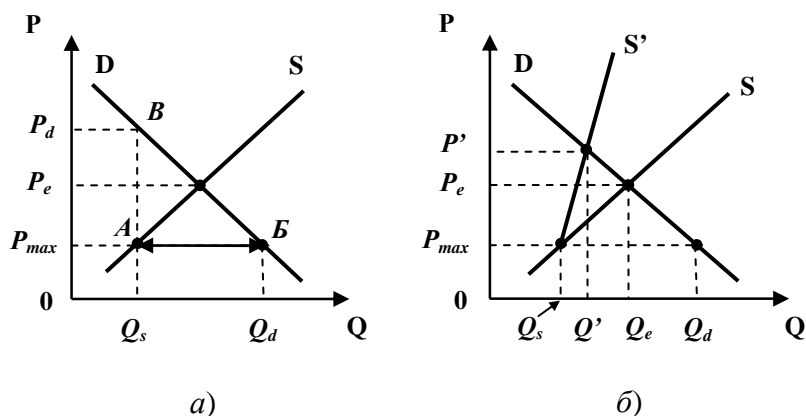


Рис. 7.24. Установление цены «потолка»: а) дефицит продукции и затраты потребителей; б) предложение нелегального рынка

«Потолочные» цены применяются в рамках социальной политики с целью поддержки потребителей и, как правило, затрагивают различные товары первой необходимости. Однако, в ряде случаев неустранимый дефицит товаров может обернуться серьезными проблемами для экономики.

1. *Возникновение неденежных затрат* потребителей (очереди, длительных поисков товаров и т.д.). Если фигура $OP_{max}AQ_s$ на рис. 7.24, а отражает денежные затраты ($P_{max} \cdot Q_s$), то фигура $P_{max}P_dBA$ – неденежные затраты, равные $(P_d - P_{max}) \cdot Q_s$, где P_d – реальная цена спроса. Превышение цены спроса над ценой предложения при количестве Q_s неизбежно приводит к появлению теневого рынка.

2. *Появление теневого рынка*, на котором производители нелегально продают свой товар по повышенной цене. На рис. 7.24, б представлена кривая нелегального предложения S' , которая начинается с точки $(Q_s; P_{max})$ и проходит выше рыночной кривой S . Положение кривой S' объясняется тем, что каждый возможный объем предложения реализуется по цене выше рыночной, так как она включает в себя плату «нелегалов» за риск, за разоблачение перед властями. Чем более строгие санкции вводит государство за работу на «темном» рынке, тем больше данная плата и выше цены. Такое явление характеризует скрытую инфляцию. В результате, на нелегальном рынке установится некая цена P' , превышающая как цену P_{max} , так и равновесную цену P_e . Объем продаж Q' больше объема Q_s , который реализуется на легальном рынке по цене P_{max} , но меньше равновесного объема Q_e .

3. *Снижение качества продукции*. В условиях дефицита производители могут снижать качество продукции, удешевляя свое производство и получая дополнительную прибыль. За счет удешевления выпуска производители увеличат предложение, а потребители, несмотря на некоторое снижение спроса вследствие ухудшения качества товара, все же склонны будут покупать дефицитный товар. В результате, возможно установление нового равновесия с ценой в интервале от P_{max} до P_e и объемом реализации в диапазоне от Q_s до Q_e .

Цена «пола» – это минимально возможная цена на товар, установленная выше равновесной (рис. 7.25). Установление цены «пола» P_{min} вызывает перепроизводство товара в размере $(Q_s - Q_d)$, так как при данном уровне цены объем спроса меньше объема предложения.

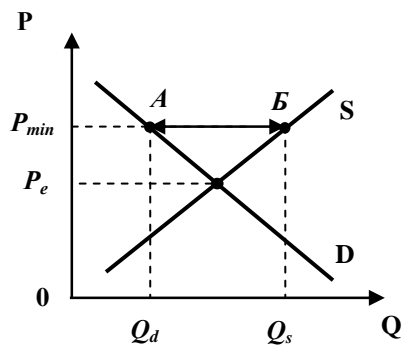


Рис. 7.25. Установление цены «пола»: излишки продукции и затраты государства

Фиксирование минимальных цен применяется для поддержки производителей отдельных видов продукции, например, сельскохозяйственной. Возникающие излишки скупаются, как

правило, государством, при этом, затраты бюджетных средств на выкуп излишней продукции отражаются фигурой Q_dABQ_s .

7.16.2. Воздействие количественных ограничений на рыночное равновесие

Количественные ограничения – это ограничения объема производства (сбора, вылова и т.д.) определенных видов продукции по физическому объему или по стоимости, вводимые государством с целью защиты природной среды и природных ресурсов, подвергающихся хищнической эксплуатации и истреблению, а также с целью регулирования внутреннего рынка. Основными мерами количественных ограничений являются квотирование и лицензирование.

Квотирование (от лат. слова «*quota*» – часть) – прямое ограничение объема предложения на внутреннем рынке. Если рынок работает в условиях ограничений Q_{lim} , установленных ниже равновесного уровня, то это приводит к разрыву цен спроса и предложения, обозначенный отрезком AB (рис. 7.26).

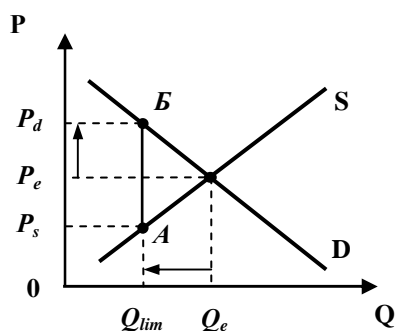


Рис. 7.26. Рынок в условиях квотирования

Последствиями установления квоты на уровне Q_{lim} являются:

а) уменьшение объема предложения на рынке с Q_e до Q_{lim} , что вызывает снижение объема потребления товара;

б) увеличение официальных продажных цен с P_e до P_d , так как рациональные производители будут продавать свой товар по максимально возможной цене, каковой и является для них P_d . Если при этом государство будет стремиться удержать цену административным путем, т.е. принудительно установив цену «потолка», есть риск, что основная часть рынка уйдет в нелегальный сектор;

в) изменение выручки продавцов, на которое одновременно воздействуют снижение объема продаж и рост цены. Величина новой выручки отражена фигурой $0P_dBQ_{lim}$. Как и насколько изменится выручка в каждом конкретном случае, зависит от степени реакции участников рынка на изменение цены, т.е. от наклона кривых спроса и предложения (см. тему 8).

Другой метод количественных ограничений – *лицензирование* (от лат. слова «*licentia*» – право, разрешение) представляет собой процесс выдачи специального разрешения (лицензии) на осуществление определенных видов деятельности. Лицензирование предусматривает осуществление мероприятий, связанных с выдачей лицензий, и соблюдение требований и условий, предусмотренных лицензией. Обычно лицензируются виды деятельности, связанных со здоровьем людей, защитой их прав, образованием, обороной, культурой и т.д.

Процедура лицензирования требует особых условий для ведения деятельности, ужесточает требования к качеству товаров и услуг, увеличивает транзакционные издержки хозяйствующих субъектов, и тем самым способствует ограничению предложения на соответствующем рынке. Будучи мерой косвенного воздействия, лицензирование сдвигает кривую предложения влево вверх по сравнению с ситуацией на нелицензируемом рынке (рис. 7.27).

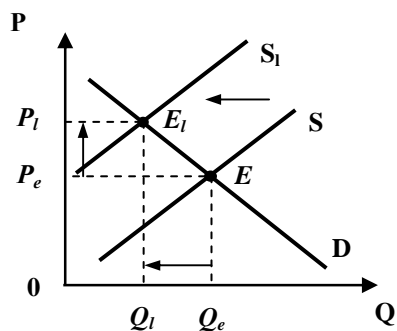


Рис. 7.27. Рынок в условиях лицензирования

В результате, на лицензируемом рынке устанавливается равновесие, для которого характерны более низкий объем предложения Q_l и более высокая цена P_l . Данная цена является вполне справедливой, так как включает в себя издержки, связанные с лицензированием и соблюдением его требований.

7.16.3. Влияние прямых ограничений на излишки потребителей и производителей

Как известно из п. 7.15, излишки потребителей и производителей составляют общественное благосостояние (выгоду общества), связанное с функционированием рынка. Государственное вмешательство в экономику и, в частности, его непосредственные ценовые и количественные ограничения, вызывают изменения ситуации на рынке, а, значит, и изменение величины общественной выгоды. Воздействие на выгоды потребителей и производителей является одновременно и следствием, и инструментом государственного регулирования, определяющим степень деловой активности на рынке.

На рис. 7.28 отражено влияние цены «потолка» и квотирования объемов выпуска на общественное благосостояние.

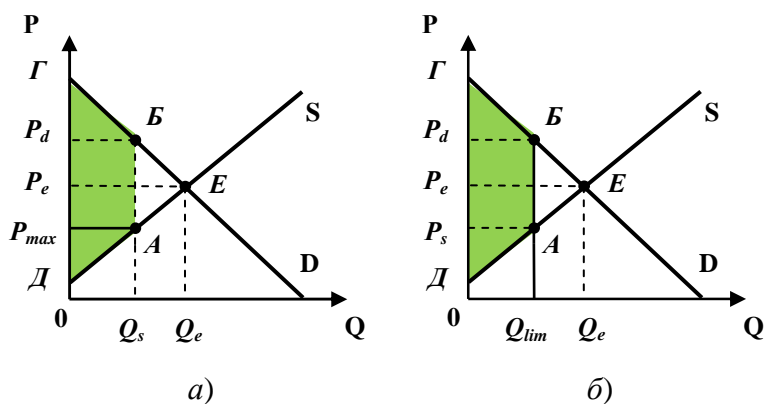


Рис. 7.28. Изменение общественной выгоды:
 а) в результате ограничения цены;
 б) в результате ограничения объемов выпуска (квотирования)

До вмешательства государства в обоих случаях излишки потребителей составляли величину, равную площади фигуры P_eGE , а излишки производителей – величину DP_eE . В целом, благосостояние общества оценивалось площадью треугольника DGE . При установлении фиксированной цены P_{max} объем реализации снизился до уровня Q_s , поэтому излишки производителей уменьшились до величины $DP_{max}A$ (рис. 7.28, а). Максимальная величина излишков потребителей ограничена площадью трапеции $P_{max}GBA$. Можно заметить, что совокупная выгода участников рынка, отмеченная заштрихованным участком, уменьшилась на величину треугольника ABE , которая представляет собой чистые потери от регулирования. Данные потери связаны с сокращением объема производства и необходимостью перераспределения высвобожденных ресурсов между другими отраслями.

При введении количественного ограничения в виде квоты Q_{lim} цена реализации возросла до уровня P_d , поэтому излишек потребителей сократился до величины P_dGB (рис. 7.28, б). Максимальная величина излишков производителей ограничена площадью трапеции DP_dBA . И здесь можно заметить, что совокупная выгода участников рынка, отраженная заштрихованным участком, уменьшилась на величину треугольника ABE , т.е. на величину чистых потерь. Таким образом, прямое вмешательство в экономику, решая насущные социально-

экономические задачи, приводит к снижению общественного благосостояния по сравнению со свободным рынком.

7.16.4. Воздействие налогов на рыночное равновесие

Налогообложение представляет собой косвенный метод государственного регулирования рынка. *Налоги* – это аккумулируемые государством платежи физических и юридических лиц, имеющие принудительный характер. Существует несколько видов налогов, различаемые по способу взимания: потоварный, адвалорный и аккордный.

1. *Потоварный налог* – фиксированный платеж с каждой единицы товара. При потоварном налоге сумма, уплачиваемая потребителем за единицу товара, будет равна: $P_d = P_s + t$, где P_s – цена, которую фактически получает продавец, а t – величина налога от каждой реализованной единицы товара в денежных единицах. Примером такого налога могут служить специфические акцизы, в частности, акцизы на спиртосодержащую продукцию, бензин, автомобили и т.д. Плательщиками потоварного налога могут быть как производители, так и потребители. Оба случая представлены на рис. 7.29.

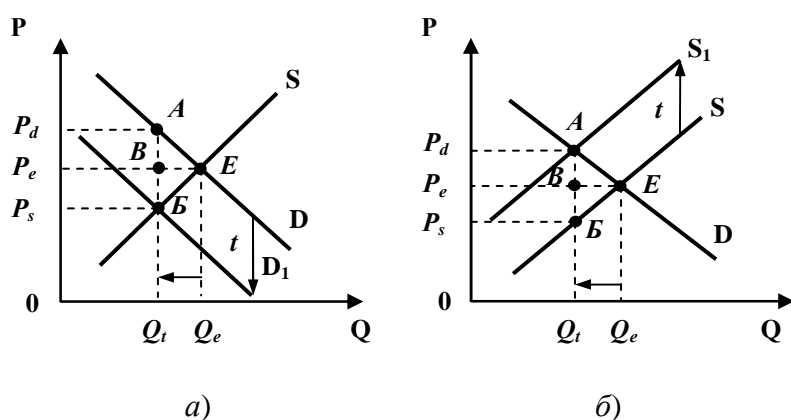


Рис. 7.29. Воздействие на рынок потоварного налога: а) уплачиваемого потребителями; б) уплачиваемого производителями

До введения налога начальное равновесие в обоих случаях представлено кривыми D и S и равновесными параметрами P_e и Q_e . Если налог вводится на потребителя, то кривая спроса сдвинется на t денежных единиц влево вниз до положения D_1 , так как потребители согласятся приобретать любое количество товара, если соответствующая каждому объему цена без налога будет на t единиц меньше (рис. 7.29, а). Если налог вводится на производителя, то кривая предложения сдвинется на t денежных единиц влево вверх до положения S_1 , так как производители согласятся предлагать любое количество товара, если соответствующая каждому объему цена без налога будет на t единиц больше (рис. 7.29, б).

В обоих случаях результат будет одинаковым. В результате сдвига кривых в каждом случае установится новое равновесие, для которого характерно: 1) снижение объема выпуска и реализации с Q_e до Q_i ; 2) цена, получаемая продавцами, меньше прежнего равновесного уровня ($P_s < P_e$); 3) цена, уплачиваемая покупателями, больше прежнего равновесного уровня ($P_d > P_e$); 4) уменьшение выручки продавцов; 5) уменьшение излишков потребителей и производителей.

Независимо от того, кто платит налог – продавцы или покупатели, налоговое бремя несут и те, и другие. Фигура $P_e P_d A B$ в обоих случаях, представленных на рис. 7.29, отражает налоговое бремя потребителей, а фигура $P_s P_e B B$ – налоговое бремя производителей. Треугольник $A B E$ соответствует избыточному налоговому бремени, т.е. чистым потерям общества, которые не достаются никому, даже государству. Рассчитать взнос потребителей (T_d) и производителей (T_s) в уплату налога можно следующим образом:

$$T_d = \frac{\Delta P_d}{t} \cdot 100\% = \frac{P_d - P_e}{t} \cdot 100\%, \quad (7.8)$$

$$T_s = \frac{\Delta P_s}{t} \cdot 100\% = \frac{P_e - P_s}{t} \cdot 100\%. \quad (7.9)$$

Кто какую долю налога уплачивает, и кто в большей степени несет налоговое бремя, зависит от наклона кривых спроса и предложения, т.е. от степени реакции участников рынка на изменение цены (см. подробнее тему 8). Общая сумма налогового сбора государства зависит от объема реализации:

$$T = t \cdot Q_t = (P_d - P_s) \cdot Q_t. \quad (7.10.)$$

и соответствует площади прямоугольника $P_s P_d A B$.

2. *Адвалорный* налог (от лат. слов «ad valorem» – соответствующий стоимости) – это платеж на основе фиксированной процентной ставки от стоимости (цены) товара. При адвалорном налоге сумма, уплачиваемая потребителем за единицу товара, будет равна: $P_d = P_s \cdot (1+t)$, где P_s – цена, которую фактически получает продавец, а t – ставка налога в процентах от цены товара. Налоговая ставка t показывает, какая доля выручки от реализации должна быть уплачена государству. Плательщиками адвалорного налога могут быть как производители, так и потребители. Примером первого варианта могут служить налог на добавленную стоимость и налог с продаж, примером второго – адвалорные акцизы. Оба варианта представлены на рис. 7.30.

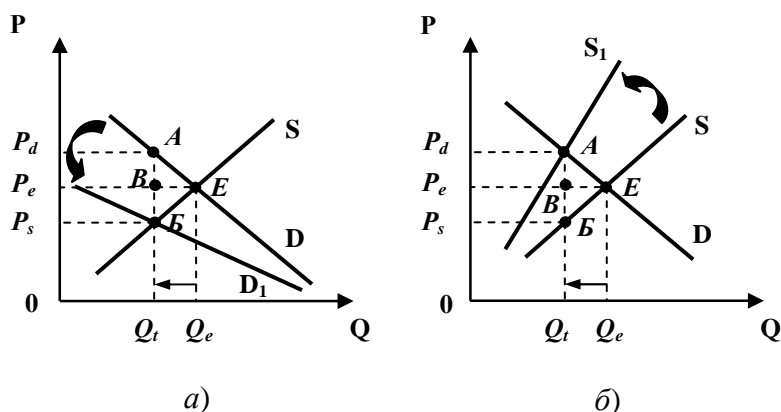


Рис. 7.30. Воздействие на рынок адвалорного налога:
а) уплачиваемого потребителями;
б) уплачиваемого производителями

Начальное равновесие в обоих случаях представлено линиями D и S и равновесными параметрами P_e и Q_e . Если адвалорный налог вводится на потребителя, то кривая спроса поворачивается влево вниз (против часовой стрелки) пропорционально ставке налога t в положение D_1 , так как потребители согласятся приобрести любое количество товара, если соответствующая каждому объему цена без налога будет в $(1+t)$ раз меньше (рис. 7.30, а). Если налог вводится на производителя, то кривая предложения поворачивается влево вверх (по часовой стрелке) пропорционально ставке налога t в положение S_1 , так как производители согласятся предлагать любое количество товара, если соответствующая каждому объему цена без налога будет в $(1+t)$ раз больше (рис. 7.30, б).

Характер изменений будет аналогичен случаю введения потоварного налога. В результате поворота кривых в каждом случае установится новое равновесие, для которого характерно: 1) снижение объема выпуска и реализации с Q_e до Q_t ; 2) цена, получаемая продавцами, меньше прежнего равновесного уровня ($P_s < P_e$); 3) цена, уплачиваемая покупателями, больше прежнего равновесного уровня ($P_d > P_e$); 4) уменьшение выручки продавцов; 5) уменьшение излишков потребителей и производителей. Взносы потребителей и производителей в уплату налога, величину налогового сбора государства и чистые потери общества можно рассчитать так же, как и в случае потоварного налога.

Таким образом, независимо от особенностей взимания налогов (адвалорных либо потоварных), общий характер изменений при налогообложении говорит о сворачивании деловой активности на рынке.

3. *Аккордный* налог – это налог в виде фиксированной суммы, величина которой не зависит от каких-либо факторов (доходов потребителей, цены, стоимости и т.д.). Особенность аккордного налога в том, что он не влияет на спрос, предложение и рыночное равновесие, но

при этом, уменьшает благосостояние потребителей (если введен на потребителей) и производителей (если введен на производителей).

7.16.5. Воздействие субсидий и дотаций на рыночное равновесие

Предоставление субсидий и дотаций – еще одно направление государственного регулирования экономики, оказывающее воздействие на рыночное равновесие.

Субсидия (от лат. слова «*subsidium*» – помощь, поддержка) – это пособие в денежной или натуральной форме, предоставляемое за счет бюджетных средств физическим, юридическим лицам и органам власти для создания, развития или поддержания какой-либо деятельности. *Дотация* (от лат. слова «*dotatio*» – пожертвование) – это безвозмездная финансовая помощь государства предприятиям, организациям, органам власти и отдельным лицам для покрытия убытков, компенсации потерь, балансирования бюджета и т.д. Субсидии и дотации очень схожи между собой с той лишь разницей, что субсидии имеют четкое целевое назначение, а дотации – нет.

Субсидия (дотация) может быть установлена в фиксированной сумме денежных единиц на единицу товара, так и в проценте от цены товара. Механизм воздействия субсидий на рынок аналогичен механизму введения потоварного или адвалорного налога, только действует не на сворачивание деловой активности, а, наоборот, на ее расширение. При потоварной субсидии сумма, уплачиваемая потребителем за единицу товара, будет равна: $P_d = P_s - s$, где P_s – цена, которую фактически получает продавец, а s – величина субсидии (рис. 7.31).

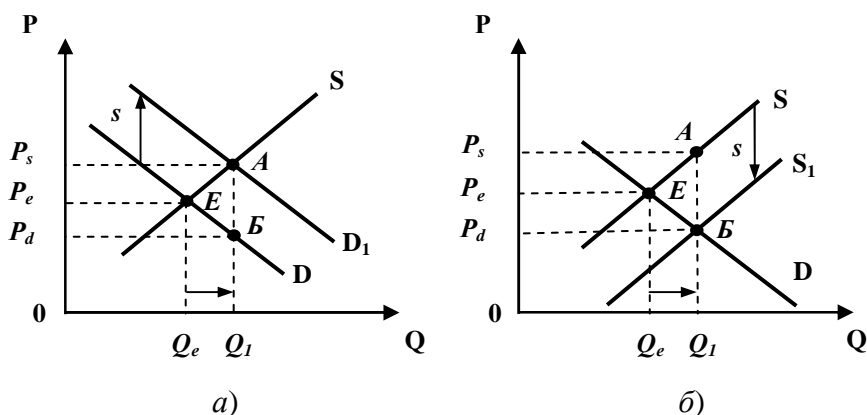


Рис. 7.31. Воздействие на рынок потоварной субсидии:

- а) предоставляемой потребителям;
- б) предоставляемой производителям

Пусть начальное равновесие представлено линиями D и S и равновесными параметрами P_e и Q_e . Если субсидия предоставляется потребителю, то кривая спроса сдвинется на s денежных единиц вправо вверх до положения D_1 , так как потребители согласятся приобретать любое количество товара, даже если соответствующая каждому объему цена без субсидии будет на s единиц больше (рис. 7.31, а). Если субсидия предоставляется производителю, то кривая предложения сдвинется на s денежных единиц вправо вниз до положения S_1 , так как производители согласятся предлагать любое количество товара, даже если соответствующая каждому объему цена без субсидии будет на s единиц меньше (рис. 7.31, б).

В результате сдвига кривых в каждом случае установится новое равновесие, для которого характерно: 1) увеличение объема выпуска и реализации с Q_e до Q_1 ; 2) цена, получаемая продавцами, больше прежнего равновесного уровня ($P_s > P_e$); 3) цена, уплачиваемая покупателями, меньше прежнего равновесного уровня ($P_d < P_e$); 4) рост выручки продавцов; 5) увеличение излишков потребителей и производителей.

Независимо от того, кто получает субсидию – продавцы или покупатели, выигрывают и те, и другие. Фигура $P_d P_e E B$ в обоих случаях, представленных на рис. 7.31, отражает выигрыш потребителей, а фигура $P_e P_s A E$ – выигрыш производителей. Рассчитать долю потребителей (S_d) и производителей (S_s) в распределении субсидии можно следующим образом:

$$S_d = \frac{\Delta P_d}{s} \cdot 100\% = \frac{P_s - P_d}{s} \cdot 100\%, \quad (7.11.)$$

$$S_s = \frac{\Delta P_s}{s} \cdot 100\% = \frac{P_s - P_e}{s} \cdot 100\%. \quad (7.12.)$$

Кому какая доля субсидии достается, и кто в большей степени выигрывает от предоставления субсидии, зависит от наклона кривых спроса и предложения, т.е. от степени реакции участников рынка на изменение цены (см. подробнее тему 8). Общая сумма предоставленной государством субсидии зависит от объема реализации Q_I :

$$S = s \cdot Q_I = (P_s - P_d) \cdot Q_I. \quad (7.13)$$

и соответствует площади прямоугольника $P_d P_s A B$.

7.16.6. Влияние налогов и субсидий на излишки потребителей и производителей

Как известно из п. 7.15, излишки потребителей и производителей составляют общественное благосостояние (выгоду общества), связанное с функционированием рынка. Государственное вмешательство в экономику вызывает изменение ситуации на рынке, а, значит, и изменение величины общественной выгоды от рыночной деятельности. Естественно предположить, что налогообложение уменьшает излишки потребителей и производителей, так как снижает деловую активность на рынке, а предоставление субсидий, дотаций и иных видов помощи хозяйствующим субъектам, наоборот, мотивирует их деятельность и увеличивает общественную выгоду.

На рис. 7.32 отражено влияние потоварного налогообложения и субсидирования на общественное благосостояние в том случае, когда воздействие осуществляется на производителя.

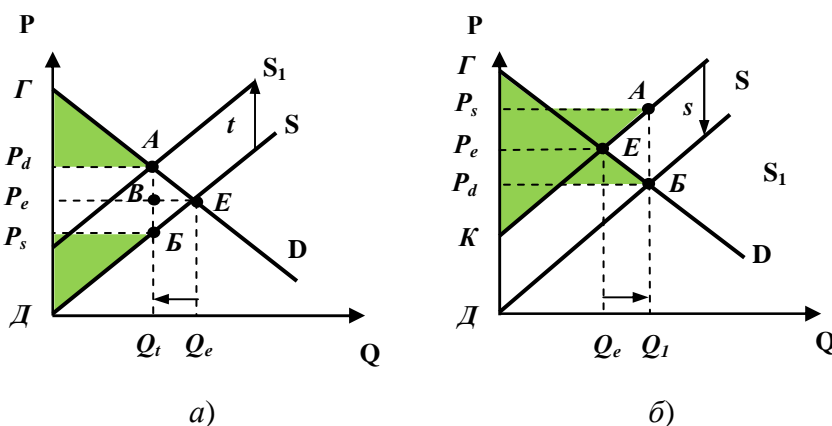


Рис. 7.32. Изменение общественной выгоды:
а) в результате потоварного налогообложения;
б) в результате потоварного субсидирования

До введения налога излишки потребителя составляли величину, равную площади фигуры $P_e G E$, а излишки производителя – величину площади фигуры $D P_e E$ (рис. 7.32, а). При введении налога налоговый сбор государства составил величину площади фигуры $P_s P_d A B$, на которую уменьшился совокупный излишек участников рынка. Однако, потери участников рынка больше суммы, собранной в бюджет, на величину площади треугольника $A B E$, которая представляет собой *чистые потери от налогообложения*, так как они не достаются никому, даже государству. Данные потери связаны с сокращением объема производства и необходимостью перераспределения высвобожденных ресурсов между другими отраслями. Конечная величина излишков потребителей отражена заштрихованной фигурой $P_d P_s A B$, а излишков производителей – заштрихованной фигурой $D P_s B$.

До предоставления субсидии излишки потребителя составляли величину, равную площади фигуры $P_e G E$, а излишки производителя – площади фигуры $K P_e E$ (рис. 7.32, б). При субсидировании общие расходы государства составили величину $P_d P_s A B$, при этом, излишки потребителей увеличились на величину $P_d P_e E B$, а излишки производителей – на величину $P_e P_s A E$. Совокупная выгода участников рынка от субсидирования соответствует площади фигуры $P_d P_s A E B$. Однако, общая выгода участников рынка меньше суммы, затраченной го-

сударством, на величину площади треугольника *АВЕ*. Треугольник *АВЕ* отражает *чистые потери общества от субсидирования*, связанные с перераспределением ресурсов из других отраслей в производство данного товара.

7.16.7. Государственное регулирование и экономическая эффективность

Если сравнить механизмы воздействия прямых и косвенных методов государственного регулирования на рыночное равновесие, можно отметить их важное существенное сходство. В независимости от выбранных методов (ценовых либо неценовых) и характера воздействия (ограничивающего либо расширяющего деловую активность участников рынка) регулирующие действия государства приводят к возникновению чистых потерь общественного благосостояния. Следует отметить, что речь идет не о потерях каждого конкретного участника, а о потерях в целом. Кто-то выигрывает от государственного вмешательства, а кто-то проигрывает, но выигрыш первых не компенсирует проигрыш вторых, и в результате общество теряет часть своего совокупного излишка. Чистые потери общества, обозначенные треугольниками *АВЕ* на рис. 7.28 и 7.32, представляют собой разницу между совокупными выгодами и совокупными потерями, которые получают либо несут участники рынка.

Чистые потери несут все участники – и потребители, и производители. Доли тех и других в общем объеме чистых потерь зависят от степени их реакции на изменения цены, т.е. от наклонов кривых спроса и предложения (см. подробнее тему 8). Производители несут чистые потери от перепроизводства продукции (нижняя часть треугольников *АВЕ* на рис. 7.28 и 7.32), а потребители – от ее недопотребления (верхняя часть треугольников *АВЕ* на тех же рисунках). В обоих случаях напрасно расходуются ограниченные ресурсы, что означает относительную неэффективность государственного вмешательства в экономику с позиций свободного рынка. При этом, нельзя забывать, что такая неэффективность может быть многократно скомпенсирована той положительной ролью, которую государственное регулирование играет в стабилизации экономического развития, сфере занятости, антимонопольной политике и в решении других общественно важных задач. В этих случаях эффективность государственного вмешательства оценивается совсем другими критериями. Подробнее об этом можно будет узнать из курса макроэкономики.

7.17. Исторический аспект формирования теории спроса и предложения

Рыночная экономика в слабых или ярких ее проявлениях возникла не сегодня и даже не тогда, когда начала бурно развиваться в результате промышленной революции XVIII века. Элементы рыночной экономики, обмен, торговля в тех или иных формах характерны для любого общества, для каждой цивилизации. Понятия потребностей, производства, ресурсов, спроса, предложения, цены и т.д. объективно существовали всегда и использовались для описания и объяснения закономерностей хозяйственной жизни людей.

Так, средневековый арабский мыслитель, философ и общественный деятель Ибн Хальдун (1332–1406), сформулировавший целый ряд важнейших экономических постулатов, определил очевидную связь между количеством товара на рынке и его ценой: если товар редок и пользуется спросом, его цена высока, а если товара много и он не пользуется спросом, то его цена будет низкой. Ибн Хальдун рассуждал о деньгах, политике фиксирования цен, государственном регулировании хозяйственной деятельности, разделении труда и появлении излишков у участников обмена. Его взгляды удивительным образом сочетаются с реалиями сегодняшнего дня, сохраняя свою полезность и актуальность.

Испано-перуанский юрист и экономический деятель Хуан де Матьенсо (1520–1579) в своей теории стоимости и справедливой цены близко подошел к субъективному понятию полезности, которая определяет стоимость товара исходя из его нужности (по сути, выражает спрос), и проводит различие между ней и внутренней стоимостью, основанной на затратах, выражающей предложение. Дальнейшая эволюция экономических взглядов в этом направлении затрагивает учения целого ряда ученых-классиков и маржиналистов о природе стоимости, которая в итоге привела к созданию основ современной, математически обоснованной

теории спроса и предложения английским экономистом-неоклассиком Альфредом Маршаллом (1842–1924).

А. Маршалл построил свою теорию, соединив в ней понятия полезности и издержек как основ стоимости и придав им одинаковую значимость при определении цены товара. По Маршаллу, существует «цена спроса», определяемая полезностью, и существует «цена предложения», определяемая издержками производства. Их столкновение и взаимодействие составляет суть рыночного механизма, формирующего в итоге равновесную рыночную цену. Маршалл сравнивал полезность и издержки с двумя лезвиями ножниц, которые соединяются «гвоздиком». В экономической интерпретации лезвиями служат кривые спроса и предложения, а «гвоздем» – цена равновесия. Поэтому классический график рыночного равновесия (как на рис. 7.9) называют ножницами, или «крестом» Маршалла.

Теория спроса и предложения, а также другие взгляды Маршалла представлены в его книге «Принципы экономики», выдержавшей множество изданий на протяжении всего XX века. Современная экономическая мысль активно пользуется наследием Маршалла, расширяя, углубляя и дополняя его анализ новыми методами, новыми открытиями.

Контрольные вопросы по теме 7

1. В каких случаях используют понятие «спрос», а в каких – «объем спроса»?
2. Какую связь устанавливает закон спроса между ценой и количеством покупаемого товара?
3. Какие факторы вызывают изменение спроса? В каких случаях они приводят к росту спроса, а в каких – к его снижению?
4. Какую связь устанавливает закон предложения между ценой и предлагаемым на рынок количеством товара?
5. Какие факторы вызывают изменение предложения? В каких случаях они приводят к росту предложения, а в каких – к его снижению?
6. При каком условии наступает рыночное равновесие? Отрадите равновесие графически. Какими параметрами оно характеризуется?
7. Что возникнет на рынке, если цена установится на уровне выше равновесного? А если ниже равновесного? Что означают понятия «неудовлетворенный спрос» и «затоваривание»?
8. В чем состоят отличия между подходами к установлению равновесной цены Л. Вальраса и А. Маршалла?
9. Какие функции выполняет цена в рыночной экономике?
10. В каких случаях рыночное равновесие устойчиво, а в каких – нет?
11. Какая модель является простым и наглядным отражением процесса формирования рыночного равновесия во времени?
12. Что происходит с равновесными параметрами, если увеличивается (уменьшается) спрос? А если увеличивается (уменьшается) предложение?
13. За счет чего меняется рыночное равновесие в краткосрочном периоде времени? А за счет чего – в долгосрочном периоде?
14. Чем обосновано возникновение излишка потребителя и излишка производителя? Как можно найти совокупные излишки потребителей и производителей?
15. Каковы последствия установления государством «потока» цен?
16. Поясните, насколько может быть обосновано применение каждого из обозначенных случаев государственного вмешательства: а) фиксирование цен; б) ограничение выпуска продукции; в) введение потоварного налога; г) предоставление субсидии производителям.
17. Как меняется благосостояние общества вследствие государственного регулирования рынка? Обоснуйте ответ, во-первых, с точки зрения экономической эффективности, во-вторых, с позиций социальной защиты населения.

Тема 8. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

- 8.1. Понятие эластичности в экономике
- 8.2. Понятие эластичности спроса по цене
- 8.3. Методы расчета ценовой эластичности спроса
- 8.4. Оценка эластичности спроса по цене
- 8.5. Факторы ценовой эластичности спроса
- 8.6. Эластичность и кривая спроса
- 8.7. Влияние ценовой эластичности спроса на выручку продавца
- 8.8. Понятие эластичности спроса по доходу
- 8.9. Оценка эластичности спроса по доходу
- 8.10. Закон Энгеля
- 8.11. Особенности товаров Гиффена
- 8.12. Понятие перекрестной эластичности спроса и ее оценка
- 8.13. Понятие эластичности предложения по цене
- 8.14. Оценка эластичности предложения по цене
- 8.15. Факторы ценовой эластичности предложения
- 8.16. Эластичность предложения и фактор времени
- 8.17. Практическая значимость теории эластичности

8.1. Понятие эластичности в экономике

Эластичность (от англ. слова «*elasticity*» – гибкость, эластичность) как экономическая категория представляет собой меру чувствительности одной экономической переменной к изменению другой. Степень чувствительности измеряется с помощью коэффициента эластичности, рассчитываемого как отношение процентного изменения зависимой переменной к процентному изменению определяющего его фактора. Данный коэффициент показывает, как и насколько изменится зависимая переменная при изменении фактора на 1%.

Изучение чувствительности влияния переменных друг на друга очень важно в экономической теории, потому что позволяет правильно определить дальнейшее поведение заинтересованных хозяйствующих субъектов.

В теории спроса и предложения рассматриваются следующие виды эластичности:

- эластичность спроса по цене;
- эластичность спроса по доходу;
- перекрестная эластичность спроса;
- эластичность предложения.

8.2. Понятие эластичности спроса по цене

Эластичность спроса по цене (ценовая эластичность спроса) – это степень изменения объема спроса на товар в результате изменения цены. Эластичность показывает степень чувствительности потребителей к колебаниям цены. Чувствительным (гибким, эластичным) можно назвать спрос, если его объем может значительно измениться даже при небольшом изменении цены. И, наоборот, если изменение цены не особенно сильно влияет на объемы покупок, то такой спрос можно назвать жестким, неэластичным.

Эластичность спроса по цене измеряется с помощью *коэффициента эластичности* E_{dp} , который показывает, на сколько процентов изменится объем покупок, если цена изменится на 1%. Данный коэффициент представляет собой отношение процентного изменения объема спроса $\Delta Q_{d\%}$ к процентному изменению цены $\Delta P\%$:

$$E_{dp} = \frac{\Delta Q_{d\%}}{\Delta P\%}. \quad (8.1)$$

Процентные изменения объема спроса и цены рассчитываются следующим образом:

$$\Delta Q_{d\%} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \cdot 100\%; \quad \Delta P\% = \frac{P_2 - P_1}{P_1} \cdot 100\%, \quad (8.2)$$

где Q_1 и Q_2 – первоначальный и текущий объемы спроса; P_1 и P_2 – первоначальная и текущая цена. Подставляя формулы (8.2.) в формулу (8.1.), можно вывести коэффициент эластичности через абсолютные значения объемов спроса и цены:

$$E_{dp} = \frac{\Delta Qd}{\Delta P} \cdot \frac{P_1}{Q_1} = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \cdot \frac{P_1}{Q_1}. \quad (8.3)$$

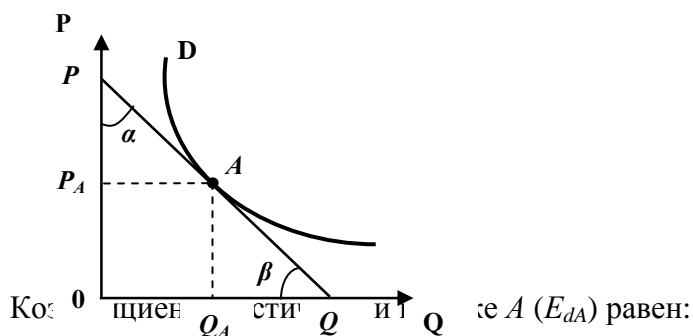
Поскольку зависимость между ценой и объемом спроса обратная, то коэффициент ценовой эластичности спроса всегда отрицателен. Для анализа степени реакции потребителей на колебания цены важен модуль коэффициента.

8.3. Методы расчета ценовой эластичности спроса

Существует два способа измерения эластичности, применение которых зависит от исходных данных и амплитуды колебания цены: расчет точечной эластичности и дуговой.

8.3.1. Точечная эластичность

Точечная эластичность (эластичность в точке) – точный способ измерения реакции потребителей на колебания цены, применяемый в случаях незначительных изменений цены (обычно до 5%) или в задачах с четко заданными, непрерывными функциями спроса. Точечная эластичность измеряется в заданной точке и может быть определена, если провести касательную к кривой спроса (рис. 8.1).



$$E_{dA} = \frac{\Delta Qd}{\Delta P} \cdot \frac{PA}{QA}, \quad (8.4)$$

где первый множитель отражает наклон касательной к оси P:

$$\frac{\Delta Qd}{\Delta P} = \operatorname{tg} \alpha = \frac{1}{\operatorname{tg} \beta}, \quad (8.5)$$

а второй множитель определяется отношением координат точки A.

Если спрос задан линейной функцией вида $Q_d = a - b \cdot P$, в которой b – производная функции, равная $\frac{\Delta Qd}{\Delta P}$, то коэффициент эластичности можно рассчитать:

$$E_{dp} = b \cdot \frac{P}{Qd}, \quad (8.6)$$

где Q_d и P – объем спроса и значение цены в точке, в которой определяется эластичность.

8.3.2. Дуговая эластичность

Дуговая эластичность – это способ примерной (ориентировочной) оценки степени реакции спроса на изменения цены, который используется в случаях с относительно большими изменениями цен (более 5%), а также, если в задаче недостаточно данных.

Дуговая эластичность определяется как средняя эластичность, или эластичность в середине хорды, соединяющей две точки на кривой (рис. 8.2).

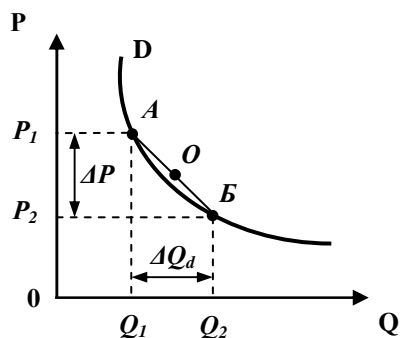


Рис. 8.2. Расчет дуговой эластичности спроса по цене

При колебаниях цены от P_1 до P_2 объем спроса будет меняться от Q_1 до Q_2 . Средняя степень реакции спроса на изменение цены на отрезке AB рассчитывается так:

$$E_{dp} = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \cdot \frac{P_{cp}}{Q_{cp}} = \frac{(Q_2 - Q_1)}{(P_2 - P_1)} \cdot \frac{(P_2 + P_1)/2}{(Q_2 + Q_1)/2} = \frac{(Q_2 - Q_1)}{(P_2 - P_1)} \cdot \frac{(P_2 + P_1)}{(Q_2 + Q_1)}, \quad (8.7)$$

где $\Delta Q_d = Q_2 - Q_1$ это разница между текущим и первоначальным объемом спроса, $\Delta P = P_2 - P_1$ это разница между текущей и первоначальной ценой, P_{cp} и Q_{cp} — средние значения цены и количества на отрезке AB .

Коэффициент дуговой эластичности лежит между двумя показателями точечной эластичности, рассчитываемой для точек A и B , но не всегда посередине между ними. Погрешность в расчетах будет тем больше, чем более вогнутой к началу координат является дуга AB .

Следует отметить, что при значительных изменениях цены (более 10%), например, на 20%, 50%, 100%, а может, и в несколько раз, формулой (8.1) нужно пользоваться с осторожностью. Так, согласно (8.1), при коэффициенте эластичности, равном 2, 100%-е повышение цены приводит к 200%-му сокращению спроса, что выглядит неправдоподобным. При больших приращениях цены необходимо использовать понятие «количество раз». Будет уместным сказать, например: при двукратном росте цены объем спроса снизился в 3 раза, и это отражает эластичный спрос с коэффициентом $E_{dp} = -3/2 = -1,5$ (а не $E_{dp} = -67\%/100\% = -0,67$).

8.4. Оценка эластичности спроса по цене

Отношение $\frac{\Delta Q_d\%}{\Delta P\%}$ позволяет сопоставить динамику объема спроса и цены и сделать соответствующие выводы о характере спроса. Спрос называют *эластичным по цене*, если изменение объема покупок больше изменения цены ($\Delta Q_d\% > \Delta P\%$), а коэффициент эластичности больше единицы ($\square E_{dp} \square > 1$). Спрос называют *неэластичным по цене*, если изменение объема покупок меньше изменения цены ($\Delta Q_d\% < \Delta P\%$), а коэффициент эластичности меньше единицы ($\square E_{dp} \square < 1$). Спрос имеет единичную эластичность, если изменение объема покупок равно изменению цены ($\Delta Q_d\% = \Delta P\%$), а коэффициент эластичности равен единице ($\square E_{dp} \square = 1$).

Существуют крайние случаи реакции потребительского спроса. Спрос является *абсолютно эластичным*, если бесконечно малое изменение цены вызывает бесконечно большое изменение объема спроса ($\square E_{dp} \square \rightarrow \infty$). Спрос является *абсолютно неэластичным*, если изменение цены не вызывает никакого изменения объема покупок ($\square E_{dp} \square = 0$).

Степень эластичности имеет конкретное графическое отражение. В одной и той же системе координат линия спроса, расположенная более полого, имеет более высокую эластичность по сравнению с той, которая расположена более круто. Абсолютно эластичный спрос представлен горизонтальной линией, а абсолютно неэластичный спрос — вертикальной (рис. 8.3).

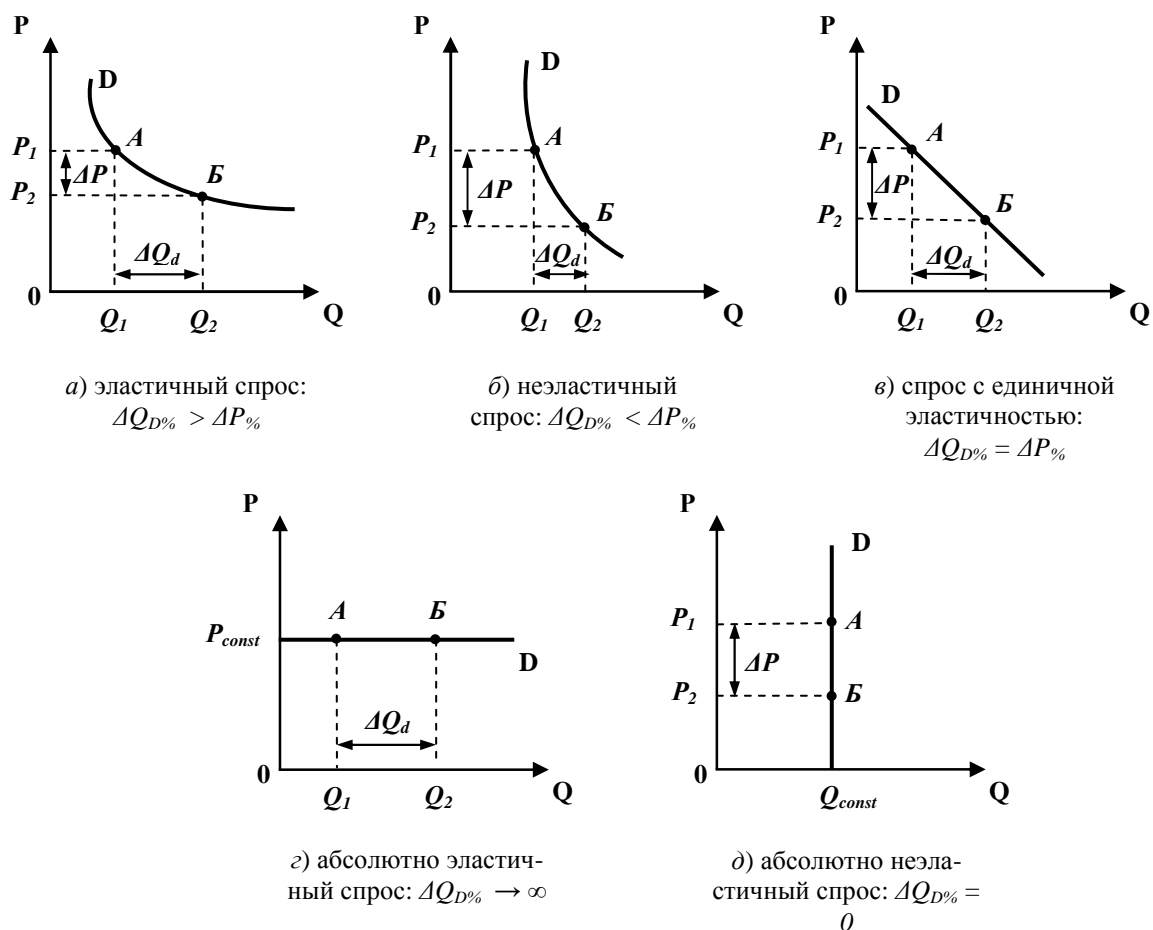


Рис. 8.3. Графическое отражение степени эластичности спроса на основе наклона кривых

Следует помнить, что использовать наклон кривой спроса в качестве критерия оценки эластичности можно лишь при сравнении кривых, построенных в одной системе координат. В зависимости от шкалы осей наклон кривой может и не отражать действительную степень эластичности. Для оценки степени реакции потребительского спроса необходим точный расчет коэффициента эластичности.

8.5. Факторы ценовой эластичности спроса

Существует большое число факторов, определяющих особенности реакции потребителей на изменения цен. В общем, ценовая эластичность спроса на какой-либо товар тем выше, чем больше потребитель стремится заменить его другими товарами, а именно:

- чем больше заменителей имеет данный товар;
- чем выше доля расходов на приобретение товара в общем объеме доходов потребителя;
- чем более длительный период берется к рассмотрению;
- чем менее насущной является потребность, удовлетворяемая данным товаром;
- чем более удовлетворенным является человек от потребления данного товара;
- чем менее выражены потребительские предпочтения данному товару;
- чем меньше доход потребителя;
- чем больше абсолютное значение цены на товар в денежном выражении;
- чем больше существует ограничений в доступе к товару.

На основе обозначенных факторов можно выделить следующие типы товаров с относительно высокой эластичностью спроса по цене.

1. *Легкозаменяемые товары.* Например, творожный сырок «Родная сторонка» легко можно заменить аналогичным сырком «Чудо» или «Веселый молочник», а холодильник «Samsung» вполне заменим на холодильник «LG». Получается, что, чем менее агрегированным является товар, т.е. чем больше у него видов, марок, вкусов и т.д., тем выше эластичность спроса на каждый из этих видов и марок. Но если рассматривать более агрегированные товары, например, творог в целом или холодильники в целом, то спрос на них малоэластичен, так как творог – труднозаменяемая вещь в питании человека, а холодильники – просто незаменимы в современном быту.

2. *Товары с ощутимой для бюджета стоимостью.* При дорогостоящих покупках, например, бытовой техники, мебели или автомобиля, потребитель склонен придирчиво выбирать покупаемую им вещь из нескольких взаимоисключающих друг друга альтернатив и очень чувствительно реагирует на цены.

3. *Относительно ненужные товары.* Ненужные товары (либо товары, потребность в которых уже удовлетворена) – это товары, которые потребитель с легкостью меняет на нужные. Даже при незначительном росте их цены потребитель может резко уменьшить объем их покупок. Следует отметить, что степень нужности товара определяется субъективно каждым потребителем, ведь один и тот же товар может быть очень нужным для одного потребителя и совершенно ненужным для другого.

4. *Товары роскоши.* Дорогие и качественные вещи, символизирующие красивую жизнь (брендовая одежда, мебель, недвижимость, автомобили и т.д.) притягивают потребителей, которые охотно наращивают объемы их покупок при снижении цен. Однако, потребители так же охотно сокращают их потребление в случае повышения цен, предпочитая накопить денег или подождать новой волны снижения цен.

Также выделются типы товаров с относительно низкой эластичностью спроса по цене.

1. *Труднозаменяемые, нужные товары.* Трудно заменить такие товары, как хлеб, молоко, мясо, лекарства, общественный транспорт, услуги образования, медицинские услуги и т.п., так как они объективно необходимы для нормальной жизнедеятельности людей. Конечно, речь идет здесь об агрегированных товарах: к примеру, спрос на хлеб в целом является низкоэластичным, а вот спрос на хлеб марки «Зерновой» может иметь высокую эластичность, так как вполне заменим на хлеб марки «Любимый».

С нужными товарами тесно связаны *товары первой необходимости*, которые удовлетворяют первичные потребности человека: продукты питания, необходимая одежда, вода, электричество и т.д. Спрос на данные группы товаров низкоэластичен, так как даже при существенном повышении цен потребители будут продолжать покупать их.

2. *Товары с незначительной, неощутимой стоимостью*, например, мыло, носки, зубные щетки, варежки, пирожки и т.д.

8.6. Эластичность и кривая спроса

Кривая спроса достаточно неоднородна: в каждой ее точке наблюдается разный угол наклона касательной и разные значения цены и количества. Принимая во внимание формулу (8.4), можно сказать, что в разных точках кривой будет разный коэффициент эластичности. Даже если кривая спроса имеет вид прямой с одинаковым в каждой точке наклоном, равном

отношению $\frac{\Delta Qd}{\Delta P}$, то соотношение $\frac{P}{Qd}$ будет определять разную степень эластичности в разных точках. Наклон $\frac{\Delta Qd}{\Delta P}$ отражает отношение приращения абсолютных показателей, а показатель эластичности $\frac{\Delta Qd\%}{\Delta P\%}$ – отношение приращения относительных показателей.

Действительно, кривую спроса можно условно разделить на несколько участков, характеризующихся разной степенью эластичности (рис. 8.4).

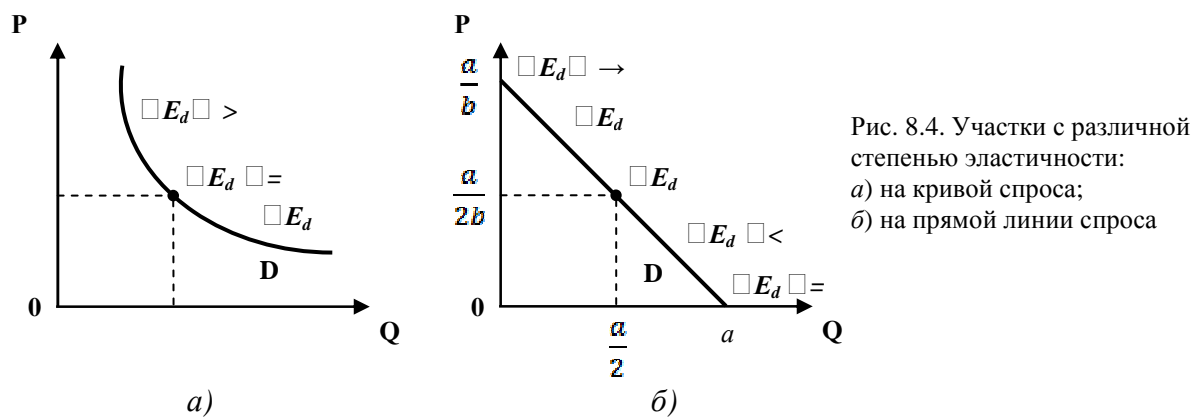


Рис. 8.4. Участки с различной степенью эластичности:
 а) на кривой спроса;
 б) на прямой линии спроса

Как видно из рис. 8.4, по мере движения по кривой спроса из левого верхнего угла в правый нижний коэффициент эластичности принимает весь спектр значений от $-\infty$ до нуля. В левом верхнем углу значение эластичности по модулю очень велико, а в правом нижнем углу – очень низко. Это связано с тем, что при малых значениях Q_d потребители очень чутко реагируют на любое изменение цены, а при больших значениях Q_d , т.е. при достаточной насыщенности рынка, изменения цены не вызывают отклика у потребителей. В первом случае арифметически это выражается в большом процентном изменении количества покупаемого товара и малом процентном изменении цены, а во втором случае – в малом процентном изменении количества и большом процентном изменении цены. Отсюда возникает существенная разница в степени эластичности на разных участках кривой.

Участки эластичного и неэластичного спроса разделены точкой единичной эластичности. Если спрос задан линейной функцией типа $Q_d = a - b \cdot P$, то можно определить координаты данной точки. Как известно, формула точечной эластичности имеет вид $E_{dp} = b \cdot \frac{P}{Q_d}$, тогда в

точке с единичной эластичностью $E_{dp} = b \cdot \frac{P}{a - b \cdot P} = -1$, откуда

$$P = \frac{a}{2b}, \quad (8.8)$$

$$Q_d = a - b \cdot \frac{a}{2b} = \frac{a}{2}. \quad (8.9)$$

Таким образом, точка единичной эластичности имеет координаты $\left\{ \frac{a}{2}, \frac{a}{2b} \right\}$, т.е. находится строго посередине линии спроса (рис. 8.4, б).

Следует отметить, что существуют случаи, в которых спрос имеет постоянную эластичность в каждой точке. Это такие случаи, как:

а) ситуация с *абсолютно эластичным спросом*, график которого представляет собой горизонтальную линию. В каждой точке такой линии приращение цены стремится к нулю ($\Delta P \rightarrow 0$), поэтому коэффициент ценовой эластичности стремится к бесконечности;

б) ситуация с *абсолютно неэластичным спросом*, график которого представляет собой вертикальную линию. В каждой точке такой линии приращение количества стремится к нулю ($\Delta Q_d \rightarrow 0$), поэтому коэффициент ценовой эластичности стремится к нулю;

в) ситуация с функцией спроса, заданного уравнением гиперболы вида $Q_d = a \cdot P^b$, где $a > 0$, $b < 0$. Эластичность спроса с данной функцией равна:

$$E_{dp} = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q_d} = a \cdot b \cdot P^{b-1} \cdot \frac{P}{a \cdot P^b} = b. \quad (8.10)$$

Таким образом, эластичность в каждой точке гиперболы вида $Q_d = a \cdot P^b$ одинакова и равна коэффициенту b . Частным случаем такой гиперболы является простая функция $Q_d = 1 / P$, где коэффициент $b = E_{dp} = -1$.

8.7. Влияние ценовой эластичности спроса на выручку продавца

Оценка степени эластичности спроса на товар при разных уровнях цен имеет важное практическое значение, так как позволяет определить динамику выручки производителя. Выручка (англ. *Total Revenue*, или *TR*) равна произведению цены товара P и количества Q :

$$TR = P \cdot Q. \quad (8.11)$$

Судя по формуле 8.8, изменения цены и количества покупаемого товара непосредственно влияют на величину выручки. Как именно изменится выручка при изменении цены, зависит от характера эластичности спроса. Если спрос эластичный, то выручка будет меняться в большей степени за счет изменения объема продаж, а если неэластичный – то, в основном, за счет изменения цены. Возможные варианты влияния колебаний цен на выручку представлены в табл. 8.1.

Таблица 8.1

Влияние ценовой эластичности спроса на выручку продавца

Характер спроса	Значение E_{dp} по модулю	Динамика выручки при снижении цены	Динамика выручки при повышении цены
Эластичный	$ E_{dp} > 1$	Увеличивается за счет роста объема продаж	Уменьшается за счет снижения объема продаж
Неэластичный	$ E_{dp} < 1$	Уменьшается за счет снижения цены	Увеличивается за счет роста цены
С единичной эластичностью	$ E_{dp} = 1$	Не меняется и достигает максимума	
Абсолютно эластичный	$ E_{dp} \rightarrow \infty$	Увеличивается в неопределенной степени	Неограниченно снижается
Абсолютно неэластичный	$ E_{dp} = 0$	Уменьшается пропорционально снижению цены	Увеличивается пропорционально росту цены

Динамику выручки при определенных изменениях цен можно наглядно представить графически (рис. 8.5).

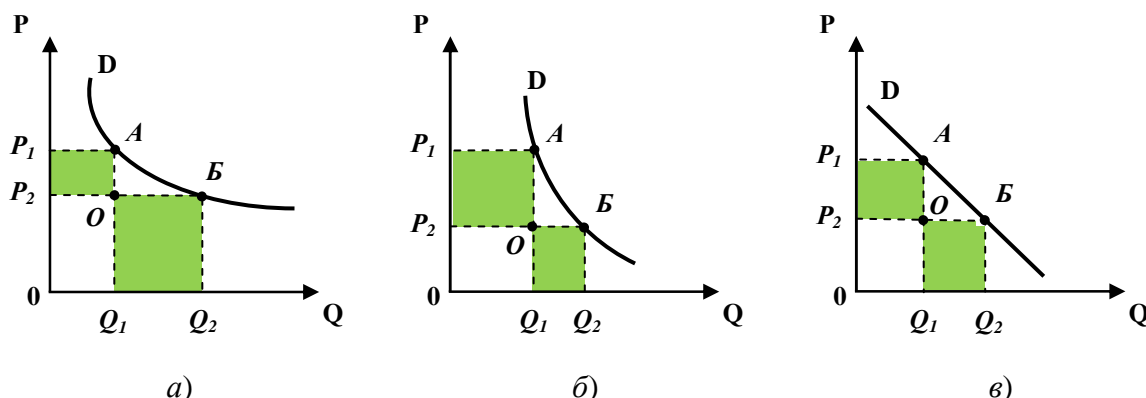


Рис. 8.5. Изменение выручки на различных участках кривой спроса
а) на эластичном; б) неэластичном; в) с единичной эластичностью

Пусть во всех случаях потребительский спрос движется из точки A в точку B , т.е. снижение цены с P_1 до P_2 приводит к росту объема продаж с Q_1 до Q_2 . В точке A выручка производителя равна произведению $P_1 \cdot Q_1$ и отражается площадью прямоугольника OP_1AQ_1 , а в точке

B – равна произведению $P_2 \cdot Q_2$ и отражается прямоугольником OP_2BQ_2 . В случае эластичного спроса (рис. 8.5, а) продавец за счет снижения цены теряет часть выручки, равную площади заштрихованной фигуры P_2P_1AO , но за счет роста объема продаж увеличивает выручку на величину, равную площади другой заштрихованной фигуры Q_1OBQ_2 . Выигрыш от роста объема реализации перевешивает потери от снижения цены, так как площадь Q_1OBQ_2 больше площади P_2P_1AO , и, в результате, выручка производителя увеличивается. Таким образом, при эластичном спросе снижение цены ведет к росту объема выручки.

Аналогичным образом можно прийти к выводу, что в случае неэластичного спроса (рис. 8.5, б) продавец больше теряет от снижения цены, чем выигрывает (площадь Q_1OBQ_2 меньше площади P_2P_1AO), и потому снижение цены приводит к уменьшению выручки. При спросе с единичной эластичностью (8.5, в) выигрыш продавца равен его потерям, поэтому объем выручки не меняется.

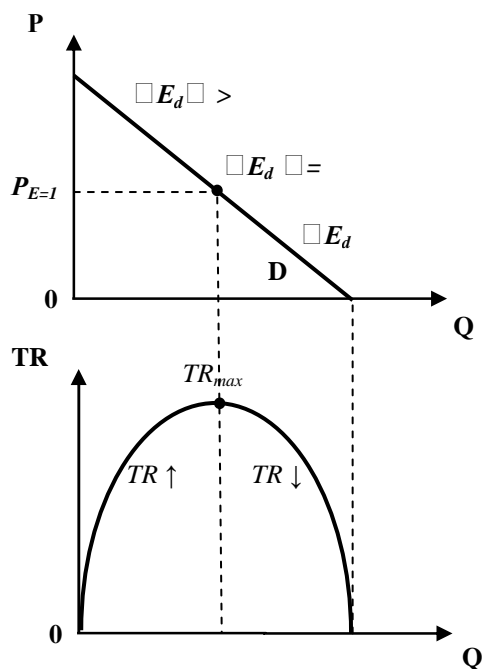


Рис. 8.6. Влияние ценовой эластичности спроса на динамику выручки продавца

Учитывая наличие на кривой спроса нескольких участков с различной степенью эластичности, можно предположить, что продавцы стараются избегать участка с неэластичным спросом и стремятся увеличить свою выручку вплоть до точки, в которой $\square E_{dp} \square = 1$. На нижнем графике рис. 8.6 представлена кривая выручки, положительная динамика которой соответствует эластичному участку линии спроса, отрицательная динамика – неэластичному участку, а максимальная величина выручки – точке $\square E_{dp} \square = 1$. Таким образом, для продавца снижение цены может быть выгодно только до уровня $P_{E=1}$, так как при данной цене выручка достигает максимума TR_{max} .

8.8. Понятие эластичности спроса по доходу

Кроме цены, на спрос воздействуют множество других факторов, важнейшим из которых является доход потребителей. Как известно, увеличение дохода приводит к росту потребительского спроса, а уменьшение дохода – к его снижению. Однако, спрос на различные товары по-разному реагирует на изменение дохода. Характер и степень изменения спроса на какой-либо товар под влиянием дохода может многое сказать и о товаре, и о потребителе.

Эластичность спроса по доходу – это мера реакции объема спроса на изменение дохода, измеряемая коэффициентом эластичности E_{dl} :

$$E_{dl} = \frac{\Delta Q_d \%}{\Delta I \%} \quad (8.12)$$

или

$$E_{dl} = \frac{\Delta Q_d}{\Delta I} \cdot \frac{I_1}{Q_1} = \frac{Q_2 - Q_1}{I_2 - I_1} \cdot \frac{I_1}{Q_1}, \quad (8.13)$$

где $\Delta Q_d\%$ и $\Delta I\%$ – процентные (относительные) изменения объема спроса и уровня дохода соответственно, ΔQ_d и ΔI – приращения объема спроса и дохода в абсолютных показателях, Q_1 и Q_2 – первоначальный и текущий объемы спроса, I_1 и I_2 – первоначальный и текущий уровень дохода.

По способу расчета эластичность спроса по доходу может быть точечной ($E_{точ}$) и дуговой ($E_{дуг}$):

$$E_{точ} = \frac{\Delta Q_d}{\Delta I} \cdot \frac{I}{Q_d}, \quad (8.14)$$

$$E_{дуг} = \frac{Q_2 - Q_1}{I_2 - I_1} \cdot \frac{I_2 + I_1}{Q_2 + Q_1}, \quad (8.15)$$

где Q_d и I – объем спроса и уровень дохода в точке, в которой измеряется точечная эластичность.

Как и в случае с ценовой эластичностью спроса, использование точечной или дуговой эластичности зависит от точности исходных данных и амплитуды колебания величины дохода.

8.9. Оценка эластичности спроса по доходу

Для оценки степени чувствительности спроса на изменение дохода важно как значение коэффициента по модулю, так и его знак. Положительный коэффициент эластичности спроса по доходу ($E_{dl} > 0$) означает прямую связь между динамикой спроса и динамикой дохода: при росте дохода потребитель наращивает потребление товара, а при снижении дохода – сокращает его. Отрицательный коэффициент ($E_{dl} < 0$) характеризует обратную зависимость между объемом спроса и доходом, когда при росте дохода потребитель сокращает потребление товара, замещая его другими товарами. В соответствии с этим все товары можно разделить на две категории: нормальные и третьесортные.

Нормальные (обычные, высшей категории) товары – это товары, спрос на которые увеличивается в результате роста дохода. *Третьесортные (низшей категории) товары* – это товары, спрос на которые уменьшается вследствие роста дохода. Для нормальных товаров характерен положительный коэффициент эластичности спроса по доходу, а для третьесортных – отрицательный.

В рамках каждой из категорий товарная масса также неоднородна. Характеристика различных групп нормальных и третьесортных товаров представлена в табл. 8.2.

Таблица 8.2

Группы товаров в зависимости от степени эластичности спроса по доходу

Группы товаров	Коэффициент E_{dl}	Характер зависимости ΔQ от ΔI	Примеры товаров
1	2	3	4
<i>1. Нормальные товары: $E_{dl} > 0$</i>			
1.1 Нормальные товары с неэластичным спросом по доходу	$0 > E_{dl} > 1$	При росте дохода объем спроса увеличивается медленнее, чем доход. Как правило, увеличение спроса ограничено естественными потребностями человека	<i>Товары первой необходимости:</i> продукты питания, верхняя одежда и обувь, необходимые предметы домашнего обихода, бытовые услуги

1	2	3	4
1.2 Нормальные товары с эластичным спросом по доходу	$E_{dl} \geq 1$	При росте дохода объем спроса увеличивается быстрее, чем доход. Увеличение спроса ограничено только пределом роста доходов	<i>Товары роскоши:</i> недвижимость, автомобили, мебель, брендовая одежда, книги, бытовая техника, путешествия и т.п.
1.3 Нормальные особые товары	$E_{dl} = 0$	При росте дохода объем спроса не меняется	Товары, спрос на которые строго фиксирован либо обусловлен жизненной необходимостью: питьевая вода, соль, спички, лекарства и т.п.
<i>2. Третьесортные товары: $E_{dl} < 0$</i>			
2.1 Третьесортные товары с неэластичным спросом по доходу	$-1 > E_{dl} > 0$	Объем спроса уменьшается медленнее, чем растет доход	<i>Третьесортные товары:</i> сублимированная лапша, маргарин, дешевая одежда и обувь, серая бумага и т.п.
2.2 Товары низшей категории с эластичным спросом по доходу	$E_{dl} \leq -1$	Объем спроса уменьшается быстрее, чем растет доход	Третьесортные товары, которым трудно найти замену в условиях низкого уровня доходов – так называемые товары Гиффена

8.10. Закон Энгеля

Закон Энгеля – это экономическая закономерность, демонстрирующая непропорциональность изменения объема потребления различных благ вследствие роста дохода. Потребительская корзина включает в себя различные товары и услуги (предметы первой необходимости, предметы роскоши, третьесортные товары, товары Гиффена), и рост дохода по-разному отражается на динамике спроса на указанные блага.

Первоначально данный закон, сформулированный немецким экономистом Эрнстом Энгелем (1821–1896), обосновывал обратную зависимость между уровнем дохода и долей расходов на продукты питания: чем меньше уровень дохода, тем больше удельный вес расходов на питание и на другие базовые блага. Данная зависимость подтверждалась эмпирическими данными за длительный период социального развития западных стран.

Современный математический аппарат существенно расширил и дополнил идеи Энгеля. Во-первых, на основе расчета коэффициентов эластичности было выявлено, что при росте уровня дохода расходы на товары первой необходимости, удовлетворяющие первичные потребности (питание, одежда), возрастают в меньшей степени, чем расходы на товары и услуги, удовлетворяющие вторичные потребности (предметы роскоши, комфорта, путешествия, образование, медицинские услуги и т.п.). Во-вторых, рост дохода приводит к увеличению потребления высококачественных товаров и одновременно – к сокращению низкокачественных. Это объясняется, с одной стороны, ограниченным потенциалом роста первичных потребностей, и, с другой стороны, неограниченным ростом потребностей более высокого уровня.

Отношение потребителей к определенным товарам наглядно может быть представлено на графике. В системе координат «доход (I) – количество (Q)» объем спроса на разные категории товаров имеет различную динамику (рис. 8.7).

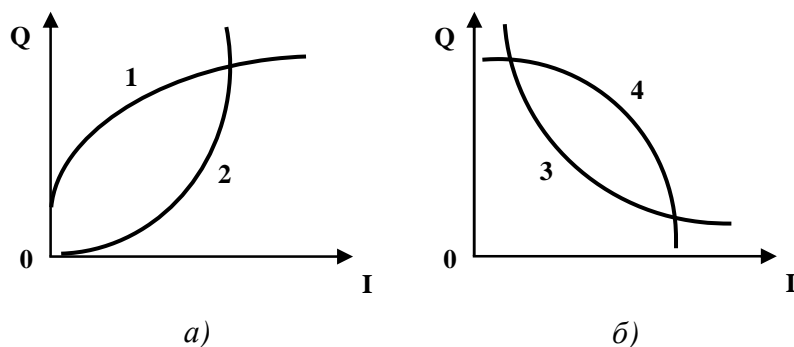


Рис. 8.7. Зависимость объема спроса от уровня дохода потребителя:
 а) на нормальные товары;
 б) на третьесортные товары

Графиком 1 на рис. 8.7 отражается динамика спроса на товары первой необходимости: при росте дохода темпы роста их потребления замедляются. График 2 демонстрирует все возрастающие темпы роста объема спроса на товары роскоши. График 3 характеризует динамику спроса на обычные третьесортные товары: с ростом дохода их потребление постепенно снижается. График 4 отражает быстро убывающий спрос на товары Гиффена.

Вообще, графики, иллюстрирующие зависимость между объемом потребления товаров и доходом потребителя при неизменных ценах и предпочтениях, называются *кривыми Энгеля*. В современной экономической теории они имеют много интерпретаций.

8.11. Особенности товаров Гиффена

Товары Гиффена – это особые товары активного спроса, потребление которых увеличивается при повышении цены. Впервые явление роста объема спроса при росте цены было отмечено английским статистиком Робертом Гиффеном (1837–1910) во второй половине XIX века: во время голода в Ирландии объем спроса на картофель, цена которого выросла, существенно увеличился. Гиффен связал это с тем, что в бюджете бедных семей расходы на картофель занимали значительную долю, и повышение цен на данный товар привело к падению реальных доходов этих семей. В результате, они вынуждены были сокращать покупки других, более дорогих и ценных товаров и увеличивать потребление картофеля, чтобы выжить и не умереть от голода. В силу этого кривая спроса на картофель имела положительный наклон. Долгое время данное явление считалось парадоксом, исключением из закона спроса, отражавшим прямую связь между ценой и объемом спроса: при повышении цен на дешевые, но необходимые товары их покупаемое количество не уменьшается, а возрастает.

Современная экономическая теория рассматривает явление, описанное Гиффеном, не как парадокс, а как вполне обычную ситуацию, поддающуюся логическому объяснению. Такой анализ основывается на трехмерной модели спроса, в которой при построении кривой спроса учитывает зависимость объема потребления от уровня дохода. Товары Гиффена – это необходимые товары низшей категории, занимающие большую долю в структуре потребления малоимущих слоев населения, поэтому при низких уровнях дохода повышение цен увеличивает объем спроса на данные товары, и кривая спроса имеет восходящий вид (*участок Гиффена*). В условиях роста дохода потребитель стремится заменить товары Гиффена на другие, более качественные товары, поэтому при дальнейшем повышении их цены объем спроса на них падает в соответствии с классическим законом спроса (рис. 8.8).

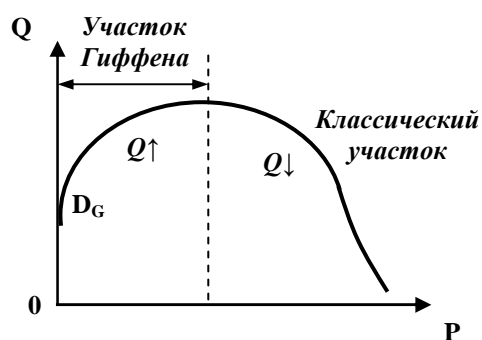


Рис. 8.8. Современное представление кривой спроса на товар Гиффена

Кривая спроса на товар Гиффена D_G на рис. 8.8 представлена в математически корректной системе координат, в которой параметр цены откладывается по горизонтальной оси, а параметр количества – по вертикальной. Данный график является отражением трехмерной модели на плоскости.

Таким образом, товары Гиффена рассматриваются в контексте низких доходов, присущих бедным слоям населения. К ним можно отнести многие товары из корзины бедных людей: крупы, картофель, хлеб, искусственные жиры, синтетическую одежду, овощи и т.п. Рост доходов приводит к быстрому снижению объема спроса на них и наращиванию потребления нормальных товаров, т.е. коэффициент эластичности спроса на товары Гиффена по доходу, во-первых, отрицателен, во-вторых, имеет модуль больше единицы.

8.12. Понятие перекрестной эластичности спроса и ее оценка

Зачастую блага, которые потребляют люди, связаны друг с другом, поэтому спрос на один товар может меняться в результате колебаний цен на другие товары. Перекрестная эластичность – это мера реакции спроса на один товар в результате изменения цены на другой товар. Коэффициент перекрестной эластичности E_{AB} показывает, как и насколько изменится объем спроса на один товар (например, на товар А) при изменении цены другого товара (товара Б) на 1%:

$$E_{AB} = \frac{\Delta Q_A\%}{\Delta P_B\%} \quad (8.16)$$

или

$$E_{AB} = \frac{\Delta Q_A}{\Delta P_B} \cdot \frac{P_{B1}}{Q_{A1}} = \frac{Q_{A2} - Q_{A1}}{P_{B2} - P_{B1}} \cdot \frac{P_{B1}}{Q_{A1}}, \quad (8.17)$$

где $\Delta Q_A\%$ и $\Delta P_B\%$ – процентные (относительные) изменения объема спроса на товар А и цены товара Б соответственно, ΔQ_A и ΔP_B – приращения объема спроса на товар А и цены товара Б в абсолютных значениях, Q_{A1} и Q_{A2} – первоначальный и текущий объемы спроса на товар А, P_{B1} и P_{B2} – первоначальная и текущая цена товара Б.

Взаимосвязь между товарами может выражаться в их заменяемости или их дополняемости. Если коэффициент перекрестной эластичности положительный ($E_{AB} > 0$), то товары А и Б являются взаимозаменяемыми, так как повышение цены товара Б ведет к повышению спроса на товар А. Отрицательный коэффициент ($E_{AB} < 0$) говорит о том, что товары А и Б являются дополняемыми, так как повышение цены товара Б ведет к снижению спроса на товар А. Если коэффициент E_{AB} равен нулю, то товары А и Б являются независимыми, т.е. изменение цены товара Б никак не влияет на изменение спроса на товар А.

Чем выше значение коэффициента перекрестной эластичности по модулю, тем теснее связь между товарами. Существуют и предельные случаи перекрестной эластичности. Так, для абсолютно заменяемых товаров (совершенных субститутов) $E_{AB} \rightarrow \infty$, а для абсолютно дополняемых товаров (совершенных комплементов) $E_{AB} \rightarrow -\infty$.

Перекрестная эластичность широко применяется в экономической практике. В частности, она используется в ценовой политике и при планировании объема продаж в условиях конкурентного рынка, а также в антимонопольной политике. Для того, чтобы доказать, что фирма не является монополистом в производстве своего товара, фирма должна обосновать положительную перекрестную эластичность своего товара с товарами других производителей.

8.13. Понятие эластичности предложения по цене

Предложение различных товаров, так же, как и спрос на них, может по-разному реагировать на изменение их цены. Предложение тоже имеет чувствительность, которая может быть оценена с помощью показателей эластичности. *Эластичность предложения* – это мера реак-

ции предложения на изменение цены товара, измеряемая коэффициентом эластичности предложения E_{sp} :

$$E_{sp} = \frac{\Delta Q_s\%}{\Delta P\%} \quad (8.18)$$

или

$$E_{sp} = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \cdot \frac{P_1}{Q_1} = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \cdot \frac{P_1}{Q_1}, \quad (8.19)$$

где $\Delta Q_s\%$ и $\Delta P\%$ – процентные (относительные) изменения объема предложения и цены соответственно, ΔQ_s и ΔP – приращения объема предложения и цены в абсолютных показателях, Q_1 и Q_2 – первоначальный и текущий объемы предложения; P_1 и P_2 – первоначальная и текущая цена.

Коэффициент ценовой эластичности предложения показывает, на сколько процентов изменится объем предложения при изменении цены на 1%. Данный коэффициент рассчитывается так же, как и коэффициент эластичности спроса E_{dp} , только вместо величин спроса берутся величины предложения. По способу расчета эластичность предложения может быть точечной ($E_{точ}$) и дуговой ($E_{дуг}$):

$$E_{точ} = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q_s}, \quad (8.20)$$

$$E_{дуг} = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \cdot \frac{P_2 + P_1}{Q_2 + Q_1}, \quad (8.21)$$

где Q_s и P – объем предложения и значение цены в точке, в которой измеряется точечная эластичность. Если предложение задано линейной функцией вида $Q_s = a + b \cdot P$, где b – производная функции, равная $\frac{\Delta Q_s}{\Delta P}$, то коэффициент эластичности в точке можно рассчитать:

$$E_s = b \cdot \frac{P}{Q_s}. \quad (8.22)$$

Как и в случае с эластичностью спроса, использование точечной или дуговой эластичности предложения зависит от точности исходных данных и амплитуды колебания цены.

Поскольку зависимость между ценой и объемом предложения прямая, то коэффициент ценовой эластичности предложения всегда положителен. Для анализа степени реакции производителей на колебания цены важен модуль коэффициента.

8.14. Оценка эластичности предложения по цене

Отношение $\frac{\Delta Q_s\%}{\Delta P\%}$ позволяет сопоставить динамику объема предложения и цены и сделать соответствующие выводы о характере предложения. Предложение называют *эластичным по цене*, если изменение количества предлагаемого товара больше изменения цены ($\Delta Q_s\% > \Delta P\%$), а коэффициент эластичности больше единицы ($E_{sp} > 1$). Предложение называют *неэластичным по цене*, если изменение количества предлагаемого товара меньше изменения цены ($\Delta Q_s\% < \Delta P\%$), а коэффициент эластичности меньше единицы ($E_{sp} < 1$). Предложение имеет единичную эластичность, если изменение количества предлагаемого товара равно изменению цены ($\Delta Q_s\% = \Delta P\%$), а коэффициент эластичности равен единице ($E_{sp} = 1$).

Существуют крайние случаи реакции производителей. Предложение является *абсолютно эластичным*, если бесконечно малое изменение цены вызывает бесконечно большое изменение количества предлагаемого товара ($E_{sp} \rightarrow \infty$). Предложение является *абсолютно неэластичным*, если изменение цены не вызывает никакой реакции производителей ($E_{sp} = 0$).

Степень эластичности предложения имеет конкретное графическое отражение. В одной и той же системе координат линия предложения, расположенная более полого, имеет более высокую эластичность по сравнению с той, которая расположена более круто. Абсолютно эластичное предложение представлено горизонтальной линией, а абсолютно неэластичное – вертикальной (рис. 8.9).

Следует помнить, что использовать наклон кривой предложения в качестве критерия оценки эластичности можно лишь при сравнении кривых, выполненных в одной системе координат. В зависимости от шкалы осей наклон кривой может и не отражать действительную степень эластичности. Для оценки степени реакции производителей необходим точный расчет коэффициента эластичности.

8.15. Факторы ценовой эластичности предложения

Существует большое число факторов, определяющих особенности реакции производителей на изменения цен. В целом, ценовая эластичность предложения на какой-либо товар тем выше, чем больше возможностей у производителя быстро и гибко адаптироваться к ценовым колебаниям посредством увеличения или снижения объема выпуска.

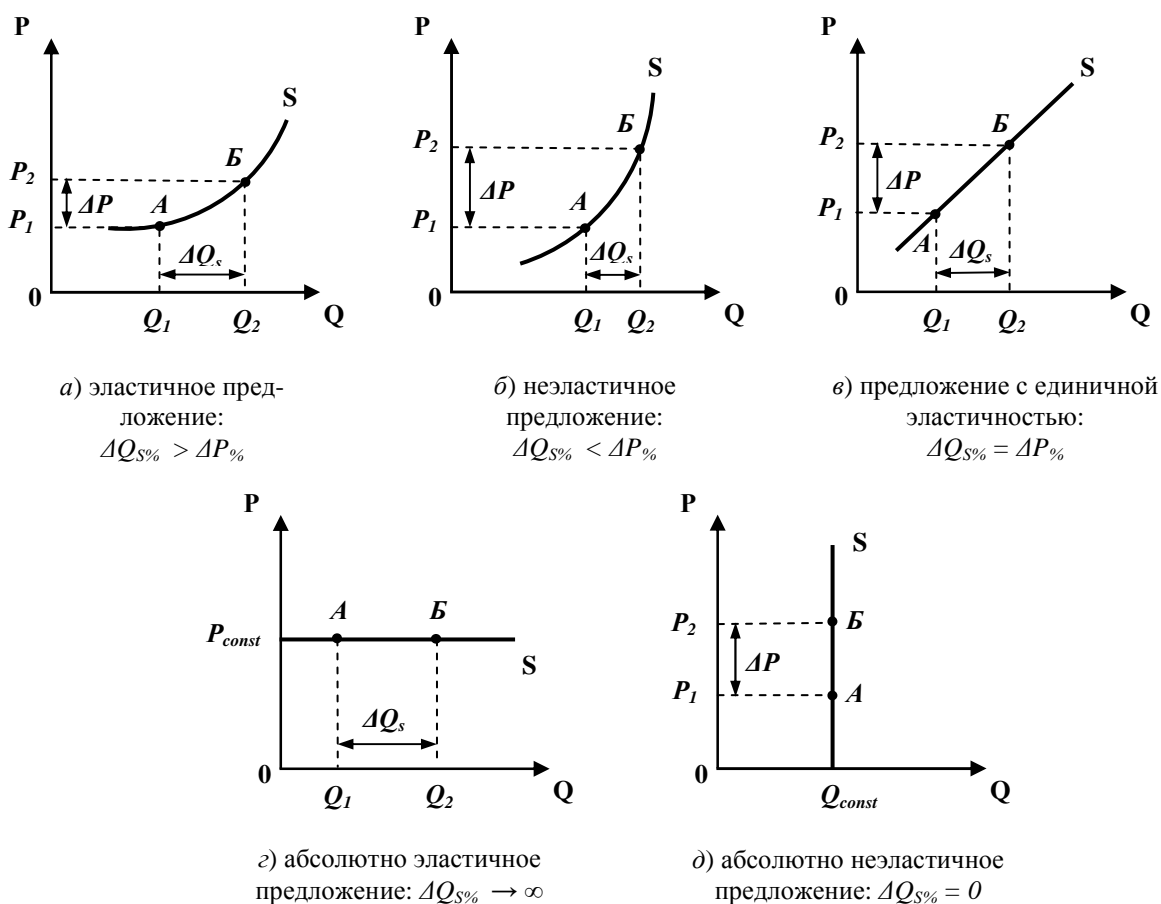


Рис. 8.9. Графическое отражение степени эластичности предложения на основе наклона кривых

Быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры могут предприятия, у которых:

- выше мобильность ресурсов;
- больше издержки производства;
- меньше масштабы производства;

- универсальнее используемые технологии, т.е. больше возможностей использовать одно и то же оборудование в различных производствах и сферах деятельности;
- больше рассматриваемый временной период.

Таким образом, относительно высокой эластичностью выпуска обладают, главным образом, малые предприятия либо фирмы, не обремененные наличием специализированного оборудования и особыми технологиями.

8.16. Эластичность предложения и фактор времени

Время, а именно, длительность рассматриваемого периода является одним из главных факторов в определении эластичности предложения. Это объясняется отставанием реагирования предложения на изменение потребительского спроса и, соответственно, на изменение цены. По способности производителя приспособливаться к новым ценам, реагировать на изменение рыночной конъюнктуры выделяют три периода:

✓ *мгновенный*, в котором отсутствуют возможности подстроить предложение под спрос и соответствующим образом изменить количество предлагаемого товара. В данном периоде предложение абсолютно неэластично, т.е. $E_{sp} = 0$;

✓ *краткосрочный*, в котором производители меняют объем предложения, увеличивая или уменьшая выпуск в рамках имеющихся мощностей. В этом периоде эластичность предложения становится положительной, т.е. $E_{sp} > 0$;

✓ *долгосрочный*, в котором производители могут существенно изменить объем предложения путем наращивания или реструктуризации своих производственных мощностей, увеличив свою долю на данном рынке либо вовсе его покинув. В данном периоде эластичность предложения очень высока, т.е. $E_{sp} \rightarrow \infty$.

Более подробно влияние фактора времени на рыночное предложение и, соответственно, рыночное равновесие отражено в п. 7.13 и графически представлено на рис. 7.20. С позиции теории эластичности можно лишь добавить, что на рис. 7.20, *а* отражено абсолютно неэластичное предложение, на рис. 7.20, *б* – относительно эластичное, а на рис. 7.20, *в* – абсолютно эластичное.

8.17. Практическая значимость теории эластичности

Эластичность как важнейшая характеристика спроса и предложения имеет большое практическое значение. Принимая во внимание степень эластичности:

а) производители осуществляют ценовую политику, оценивают и планируют динамику выручки;

б) потребители сознательно или неосознанно моделируют свое поведение в отношении различных групп товаров, осуществляют выбор товаров;

в) государство осуществляет политику по регулированию рынков, просчитывает возможные последствия проведения таких мер, как установление фиксированных цен, квотирование, введение налогов и субсидий и других.

Рассмотрим самые распространенные ситуации – случаи влияния эластичности на устойчивость равновесия и последствия налогообложения.

8.17.1. Эластичность и устойчивость равновесия

В п. 7.11 на основе паутинообразной модели были рассмотрены три случая формирования равновесия в динамике, отраженных на графиках рис. 7.15. Также было отмечено, что характер колебания цены зависит от наклона линий спроса и предложения: в случае устойчивого равновесия наклон линии предложения более крутой, чем у линии спроса, в случае неустойчивого равновесия – наоборот. С точки зрения теории эластичности, устойчивое равновесие наступает, если кривая спроса более эластична, чем кривая предложения, а неустойчивое – если более эластичной является кривая предложения.

Действительно, классическая теория рынка основывается на предположении о некотором запаздывании реакции предложения на изменение спроса. Стабильным рыночное равновесие делает ценовая и количественная подстройка предложения под спрос, и это говорит о меньшей гибкости поведения производителей по сравнению с поведением потребителей, т.е. о более низкой эластичности предложения по сравнению с эластичностью спроса (рис. 7.15, а).

Если же производители сильнее и гибче реагируют на изменение цены, чем потребители (т.е. эластичность предложения выше эластичности спроса), то опережающая реакция предложения наряду с запаздывающим спросом приведет к дестабилизации отрасли, скачкам цен с увеличивающейся амплитудой (рис. 7.15, в). В результате цена удалится от равновесной настолько, что возможно разрушение данного рынка и создание нового, с более эластичным спросом.

Практический смысл эластичности применительно к проблеме устойчивости равновесия состоит в определении необходимости регулирования рынка и степени регулирующего вмешательства. Так, если рыночное равновесие является стабильным, то дополнительное регулирование рынка не требуется, так как рынок способен сам поддерживать свою стабильность. Если же рыночное равновесие не обладает стабильностью, то в этом случае целесообразно вмешательство регулирующих сил государства.

8.17.2. Эластичность и установление налога с продаж

В п. 7.16.4 были рассмотрены ситуации введения государством различных видов налогов с продаж и механизм влияния налогообложения на рыночное равновесие. Было выявлено, что введение налога с продаж влечет за собой снижение реализуемого объема товара, рост цен для потребителей, снижение цен для продавцов и общее уменьшение выручки производителей. Совокупные потери благосостояния общества (уменьшение совокупных излишков) в результате налогообложения отражают налоговое бремя, которое несут хозяйствующие субъекты. В какой степени распределяется налоговое бремя между потребителями и производителями в случаях с различной эластичностью спроса и предложения?

Рассмотрим ситуации потоварного налогообложения с эластичным и неэластичным спросом (рис. 8.10). Эластичность предложения принимается одинаковой в обоих случаях.

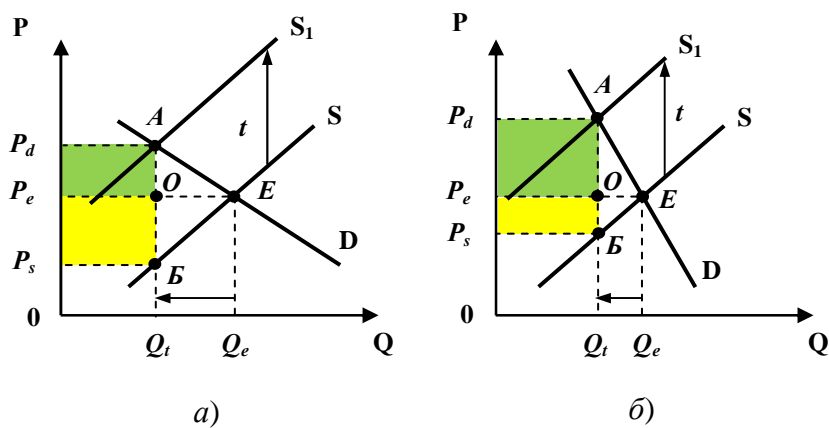


Рис. 8.10. Распределение налогового бремени:
а) в случае с эластичным спросом;
б) в случае с неэластичным спросом

При введении потоварного налога с продаж t кривая предложения S сдвигается влево вверх до положения S_1 , в результате чего цена, уплачиваемая потребителем, поднимается с P_e до P_d , а цена, получаемая продавцом, снижается с P_e до P_s . *Налоговое бремя потребителей* – это сумма, на которую увеличиваются потребительские расходы населения в результате налогообложения. Данная сумма в обоих случаях отражается заштрихованной фигурой $P_e P_d A O$, площадь которой равна произведению $(P_d - P_e)$ и Q_t . *Налоговое бремя производителей* – это часть выручки, которую теряют производители в результате налогообложения. Данная часть выручки в обоих случаях отражается заштрихованной фигурой $P_s P_e O B$, площадь которой равна произведению $(P_e - P_s)$ и Q_t .

Из рис. 8.10 видно, что в случае эластичного спроса основную часть налогового бремени несут производители, а в случае неэластичного спроса – потребители. Это связано с тем, что при росте цены потребители товара с эластичным спросом стремятся переключиться на товары-заменители, т.е. уплачиваемая ими цена P_d и, соответственно, рост потребительских расходов не так высоки (рис 8.10, а). Поэтому большую часть налогового бремени производители берут на себя. Найти замену товарам с неэластичным спросом труднее, поэтому потребители таких товаров платят более высокую цену P_d и несут большую часть налогового бремени (рис. 8.10, б).

Схожие результаты распределения налогового бремени дает анализ потоварного налогообложения с эластичным и неэластичным предложением (рис. 8.11). Эластичность спроса принимается одинаковой в обоих случаях.

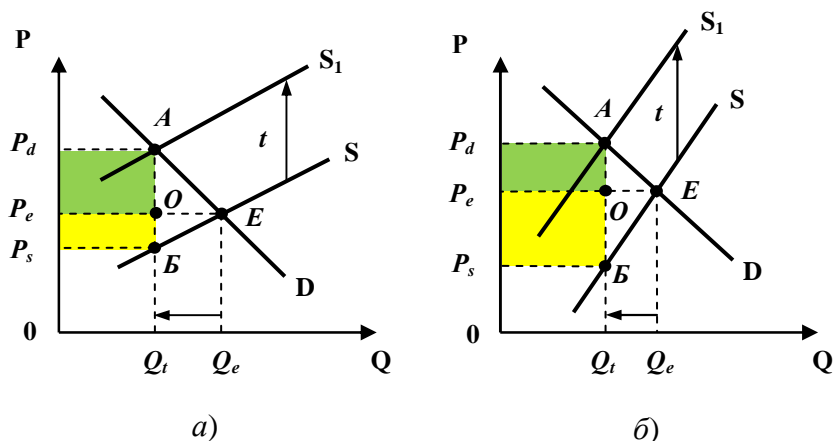


Рис. 8.11. Распределение налогового бремени:
а) в случае с эластичным предложением;
б) в случае с неэластичным предложением

Из рис. 8.11 видно, что в случае эластичного предложения основную часть налогового бремени несут потребители, а в случае неэластичного предложения – производители. Это связано с тем, что в случае с эластичным предложением производители, теряющие выручку от налогообложения, могут достаточно легко переключиться на производство других товаров и услуг, поэтому основное бремя несут потребители, предъявляющие спрос на нужный им товар (рис. 8.11, а). В случае неэластичного предложения производители не могут быстро отреагировать на падение выручки и направить свои ресурсы на другие рынки, поэтому они и несут большую часть налогового бремени (рис. 8.11, б).

Следует помнить, что в результате налогообложения общество несет чистые потери (см. п. 7.16.7). Доли излишков, которые при этом теряют хозяйствующие субъекты, пропорциональны налоговому бремени: чем ниже эластичность спроса, тем больше величина налогового бремени потребителей и, соответственно, выше доля теряемых ими излишков в общей сумме чистых потерь. Аналогично: чем ниже эластичность предложения, тем больше величина налогового бремени производителей и, соответственно, выше доля теряемых ими излишков в общей сумме чистых потерь. Это легко увидеть на всех графиках рис. 8.10 и 8.11: площадь треугольников OAE , отражающих чистые потери потребительских излишков, тем выше, чем больше налоговое бремя потребителей. Аналогично: площадь треугольников BOE , отражающих чистые потери излишков производителей, тем выше, чем больше налоговое бремя последних.

Говоря о влиянии эластичности на последствия регулирующих мер, необходимо отметить, что государственные решения могут быть не только ограничивающими, но и расширяющими возможности хозяйствующих субъектов, например, субсидии, дотации, льготное налогообложение и т.д. В этом случае выигрыш также получает тот хозяйствующий субъект, спрос (предложение) которого является менее эластичным.

Для оценки возможных последствий тех или иных решений государство обязательно учитывает эластичность спроса и предложения на регулируемом рынке как важнейший фактор, влияющий на деловую активность субъектов рынка. В конечном счете, последствия принятия регулирующих решений должны совпадать с теми целями, с которыми осуществляется регулирование: расширение или ограничение потребления и производства различных товаров и услуг, поддержка потребителей или производителей, повышение эффективности развития отраслей или рост их социальной ответственности.

Контрольные вопросы по теме 8

1. Что такое понятие эластичности в экономике?
2. Какие существуют методы расчета ценовой эластичности спроса? В каких случаях применяют расчет точечной эластичности, а в каких – дуговой?
3. Может ли коэффициент ценовой эластичности (по модулю) стремиться к бесконечности? А быть равным нулю? Если да, приведите примеры таких случаев.
4. Как степень эластичности спроса отражается графически?
5. По каким признакам (факторам) можно отличить товар с высокоэластичным спросом от товара с низкоэластичным спросом?
6. Какова динамика выручки продавца при снижении цены на товар с высокоэластичным спросом? А на товар с низкоэластичным спросом?
7. Как можно охарактеризовать товар, если он имеет положительную эластичность спроса по доходу? А если он имеет отрицательную эластичность спроса по доходу?
8. Какие товары называются нормальными? А какие – третьесортными? Обоснуйте ответ с точки зрения теории эластичности.
9. Какую зависимость отражают кривые Энгеля?
10. Как отражается степень эластичности спроса по доходу на конфигурации кривой Энгеля?
11. Какую эластичность спроса по доходу имеют товары Гиффена?
12. О чем свидетельствует положительный коэффициент перекрестной эластичности спроса? А о чем говорит отрицательный? В каких случаях коэффициент перекрестной эластичности равен нулю?
13. Как связаны понятие ценовой эластичности предложения и мобильность ресурсов?
14. Приведите примеры абсолютно неэластичного предложения.
15. В каких аспектах проявляется практическая значимость теории эластичности?

Тема 9. ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

- 9.1. Что изучает теория потребительского поведения
- 9.2. Особенности формирования потребительского спроса
- 9.3. Понятие полезности и методы ее оценки
- 9.4. Понятия общей и предельной полезности
- 9.5. Закон убывающей предельной полезности
- 9.6. Потребительское равновесие в теории предельной полезности
- 9.7. Понятие набора безразличия
- 9.8. Кривые безразличия и их свойства
- 9.9. Особые случаи кривых безразличия
- 9.10. Бюджетные ограничения и бюджетная линия
- 9.11. Свойства бюджетных линий
- 9.12. Потребительское равновесие в ординалистской теории
- 9.13. Реакция потребителя на изменение цены товара
- 9.14. Понятия эффекта дохода и эффекта замещения в теории потребительского поведения
- 9.15. Реакция потребителя на изменение дохода

9.1. Что изучает теория потребительского поведения

Теория потребительского поведения – раздел микроэкономики, изучающий влияние рыночных цен и величины доходов на потребительский выбор в условиях стремления потребителя к максимизации своей выгоды. Предметом изучения данной теории являются особенности формирования индивидуального спроса отдельного потребителя, структура спроса и его динамика в зависимости от изменения цен товаров и доходов потребителя.

Изучение потребительского поведения основывается на следующих предположениях:

- 1) потребитель действует в условиях рыночной экономики, имеет право и возможность для выбора товаров и услуг. При этом, в каждый момент времени существуют несколько альтернативных вариантов для выбора;
- 2) поведение потребителя рационально, т.е. он стремится к максимизации своей выгоды (максимизации общей полезности);

- 3) потребитель имеет свои предпочтения, которые определяются субъективной ценностью потребляемых товаров, а также степенью удовлетворения потребности в них;
- 4) спрос определяет предложение, а именно: производители не оказывают давления на потребителей, и цены товаров не зависят от объема индивидуального спроса;
- 5) доход (бюджет) потребителя ограничен.

На базе указанных допущений потребитель решает насущные вопросы, стоящие перед ним, а теория потребительского поведения помогает ему найти верные с точки зрения экономической эффективности ответы (табл. 9.1).

Таблица 9.1.

Ключевые вопросы потребителя и ответы со стороны теории потребительского поведения

Ключевые вопросы потребителя	В качестве ответа теория потребительского поведения
Какие товары купить?	Рассматривает понятие полезности
Какой товар самый предпочтительный?	Определяет норму замещения одного товара другим
Сколько стоят товары?	Изучает влияние цен на потребительский выбор
Хватит ли денег?	Изучает влияние дохода на потребительский выбор
Сколько каждого товара купить?	Изучает различные комбинации товаров и определяет условия потребительского равновесия
Сколько и каких товаров можно будет купить, если цена хотя бы одного из них изменится?	Исследует изменения потребительского выбора при изменении цен товаров
Сколько и каких товаров можно будет купить, если изменится доход?	Исследует изменения потребительского выбора при изменении дохода

9.2. Особенности формирования потребительского спроса

В теме 7 (п. 7.1) потребительский спрос был определен как зависимость между ценой и количеством покупаемого потребителями товара. Наряду с объективными принципами потребительского выбора (согласно закону спроса), существуют некоторые субъективные особенности поведения потребителей, которые влияют на характер и количество покупаемой ими продукции. Американский экономист Харви Лейбенстайн (1922–1992) разделил весь спрос на функциональный и нефункциональный.

Функциональный спрос обусловлен потребительскими свойствами приобретаемого товара, которые удовлетворяют какую-либо насущную потребность индивида. *Нефункциональный спрос* обусловлен какими-либо факторами, непосредственно не связанными с потребительскими свойствами товара. Наиболее типичные виды спроса, формируемого такими факторами, представлены на рис. 9.1.

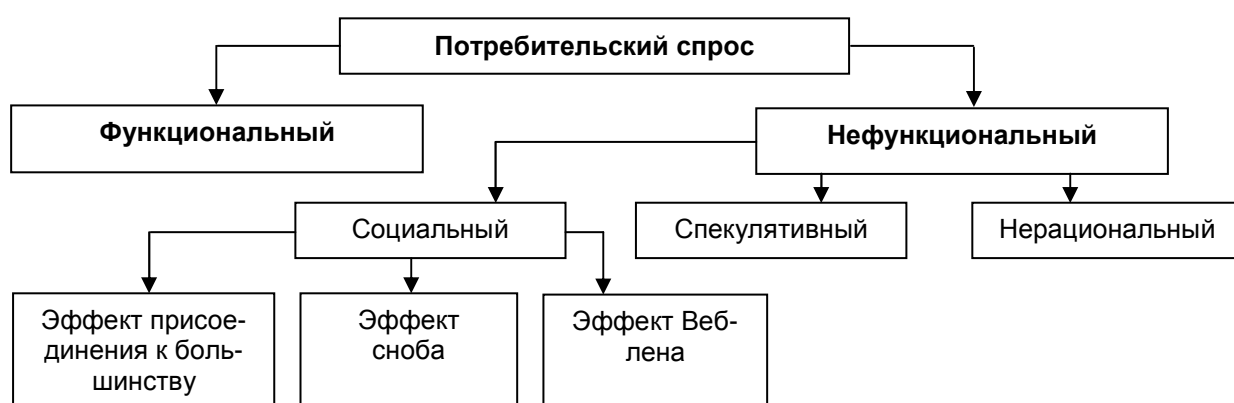


Рис. 9.1. Различные виды потребительского спроса (классификация Х. Лейбенстайна)

Спекулятивный спрос – это явление, возникающее в связи с высокими инфляционными (или иными неблагоприятными) ожиданиями населения, которые стимулируют ажиотаж на потребительском рынке. *Нерациональный спрос* – спрос, возникающий под влиянием эмоций, стрессов и сиюминутных желаний людей. *Социальный спрос* – это спрос, обусловленный действием социальных эффектов, т.е. факторами, формирующимися под влиянием социальных ролей и статуса потребителя.

Так, *эффект присоединения к большинству* возникает из-за желания потребителя быть как все остальные члены его социальной группы: спрос на товар формируется под влиянием других, важных для него людей. *Эффект сноба*, наоборот, возникает из-за желания не быть как все, выделиться из толпы: спрос потребителя формируется обратно спросу большинства людей.

Эффект Веблена, или демонстративное, престижное потребление – это увеличение объема спроса, связанное с повышением цены, а не с ее снижением, как в случае действия классического закона спроса. Данный эффект получил свое название в честь американского экономиста и социолога Торстейна Веблена (1857–1929), который ввел в науку понятие «престижного» и «показного» потребления. Эффект Веблена отражает ситуацию, когда снижение цены товара воспринимается как сигнал об ухудшении его качества или престижности, а повышение цены, наоборот, определяет товар как статусный и первоклассный. Эффект Веблена иногда называют парадоксом в связи с наличием на кривой спроса участка прямой связи между ценой и объемом спроса (рис. 9.2).

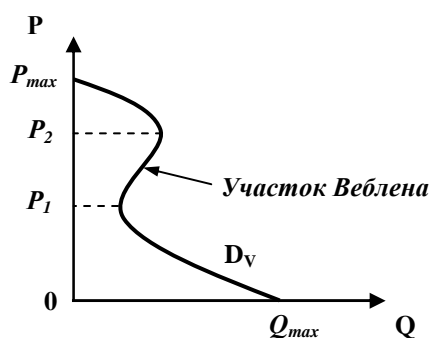


Рис. 9.2. Кривая спроса на товар Веблена

Как видно из рис. 9.2, кривая спроса D_v на товар, подверженный эффекту Веблена, имеет смешанный наклон: два участка с отрицательным наклоном, характерным для обычной кривой спроса, и участок Веблена с положительным наклоном. Считается, что кривая D_v не может иметь монотонно возрастающий характер, так как, во-первых, существует определенная максимальная цена P_{max} , которая ограничивает спрос уровнем дохода потребителя, во-вторых, существует определенное максимальное количество товара Q_{max} , отражающее точку полного насыщения данным товаром. Таким образом, эффект Веблена действует в определенном ценовом интервале P_1P_2 . Примерами такого эффекта могут служить многие разновидности товаров роскоши: автомобили, телефоны, дома, предметы быта, искусства и т.д.

9.3. Понятие полезности и методы ее оценки

Полезность – ключевая категория теории потребительского поведения, обозначающая способность блага удовлетворять какую-либо человеческую потребность. Понятие полезности было введено в науку английским философом Иеремией Бентамом (1748–1832), который сформулировал принцип пользы на основе стремления людей избежать страданий и увеличить удовольствие (счастье).

Полезность как экономическая категория обладает рядом важных свойств.

■ Полезность *абстрактна*. Полезность не имеет физического воплощения, ее можно рассматривать как некую психологическую характеристику, измеряющую ожидаемую степень удовлетворения от потребления блага.

■ Полезность *субъективна*. При определении полезности того или иного блага потребитель руководствуется личными (т.е. субъективными) вкусами и предпочтениями. Благо, об-

ладающее высокой полезностью для одного потребителя, может вовсе не иметь полезности для другого. Для оценки полезности определенного блага каждый потребитель использует свои собственные критерии.

■ *Полезность не всегда полезна.* Когда потребление блага наносит вред потребителю, можно сказать, что она принимает отрицательные значения. Такое наблюдается не только при потреблении заведомо вредных благ (алкоголь, сигареты и т.п.), но и в случае, если индивид потребляет слишком большое количество нормальных благ, например, когда он ест много мучного или пьет слишком много кофе и т.д.

Оценка полезности благ очень важна как для отдельного индивида, так и для рынка в целом, поскольку лежит в основе формирования потребительского спроса. В теории потребительского поведения выделяют два направления – кардинализм и ординализм, которые по-разному подходят к вопросу оценки полезности и, в соответствии с этим, предлагают для этого различный методологический аппарат.

Исторически и методологически первой появилась *кардиналистская (количественная) теория*, возникшая во второй половине XIX века. Ее предшественником явился немецкий экономист Генрих Госсен (1810–1858), а основоположниками – представители математической (Уильям Джевонс, Леон Вальрас) и австрийской школ (Карл Менгер, Ойген фон Бем-Баверк, Фридрих фон Визер и другие) маржинализма. Кардиналистская теория предполагает возможность измерения полезности в конкретных количественных единицах удовлетворения (ютилях) и опирается, главным образом, на принцип убывания предельной полезности.

Ординализм как самостоятельная теория оформилась в 1930-х годах. Ее основоположниками стали экономисты Френсис Эджуорт, Вильфредо Парето, Ирвинг Фишер, а представителями и систематизаторами – российский математик и экономист Евгений Слуцкий, Рой Аллен, Джон Хикс. *Ординалистская (порядковая) теория*:

- считает невозможным количественно измерить степень полезности, но считает возможным сравнивать и ранжировать наборы благ по их предпочтительности;
- опирается на постулаты о том, что люди всегда предпочитают большее количество благ меньшему, и что потребитель может указать, какое из благ имеет большую для него полезность (какое благо лучше);
- использует графический анализ потребительского поведения (через кривые безразличия и бюджетные линии).

9.4. Понятия общей и предельной полезности

Теория предельной полезности основывается на методологическом фундаменте кардинализма, важнейшими понятиями которого являются общая и предельная полезности.

Общая (совокупная) полезность TU (от англ. слов *Total Utility*) – это суммарная полезность, которую получает индивид от потребления всего количества какого-либо товара. Общая полезность может быть измерена количественно, и конкретной единицей степени полезности (удовлетворения) является ютиль (от англ. слова «*utility*» – польза, полезность). Математически общая полезность может быть представлена в виде функции, т.е. зависимости степени полезности TU от потребляемого количества товара Q :

$$TU = f(Q) . \quad (9.1)$$

Предельная полезность MU (от англ. слов *Marginal Utility*) – это полезность, приносимая потреблением каждой последующей, дополнительной единицы товара:

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = \frac{TU_2 - TU_1}{Q_2 - Q_1} , \quad (9.2)$$

где ΔTU – приращение общей полезности в результате приращения потребляемого количества товара ΔQ , TU_1 и TU_2 – первоначальный и текущий уровень общей полезности, Q_1 и Q_2 – первоначальный и текущий объем потребления товара. Общая полезность представляет собой сумму предельных полезностей каждой потребляемой единицы товара:

$$TU = MU_1 + MU_2 + \dots + MU_n, \quad (9.3)$$

где MU_1 , MU_2 и MU_n – предельные полезности первой, второй и последней единицы потребляемого товара.

Предельная полезность отражает скорость изменения функции $TU(Q)$, являясь в непрерывном случае ее производной:

$$MU(Q) = TU'(Q). \quad (9.4)$$

Общая и предельная полезности, как и любые другие функции, могут быть представлены в виде таблицы (аналитически), уравнения и графика.

9.5. Закон убывающей предельной полезности

Функции $TU(Q)$ и $MU(Q)$ демонстрируют вполне определенные зависимости динамики общей и предельной полезности от потребляемого количества товара. Чем больше количество потребляемого товара, тем выше общая полезность, получаемая индивидом. Однако, по мере потребления дополнительных единиц товара индивид чувствует все более полное насыщение, более высокую степень удовлетворенности, поэтому полезность каждой последующей единицы товара уменьшается, и общая полезность возрастает замедляющимися темпами.

Принцип снижения полезности каждой последующей единицы потребляемого товара получил название *закона убывающей предельной полезности* (первого закона Госсена). Итак, чем большее количество товара потребляется, тем меньше полезность каждой последующей его единицы. И наоборот: чем меньшее количество товара остается у потребителя, тем больше полезность каждой последующей единицы товара. Действие данного закона отражается на графиках общей и предельной полезностей (рис. 9.3, а).

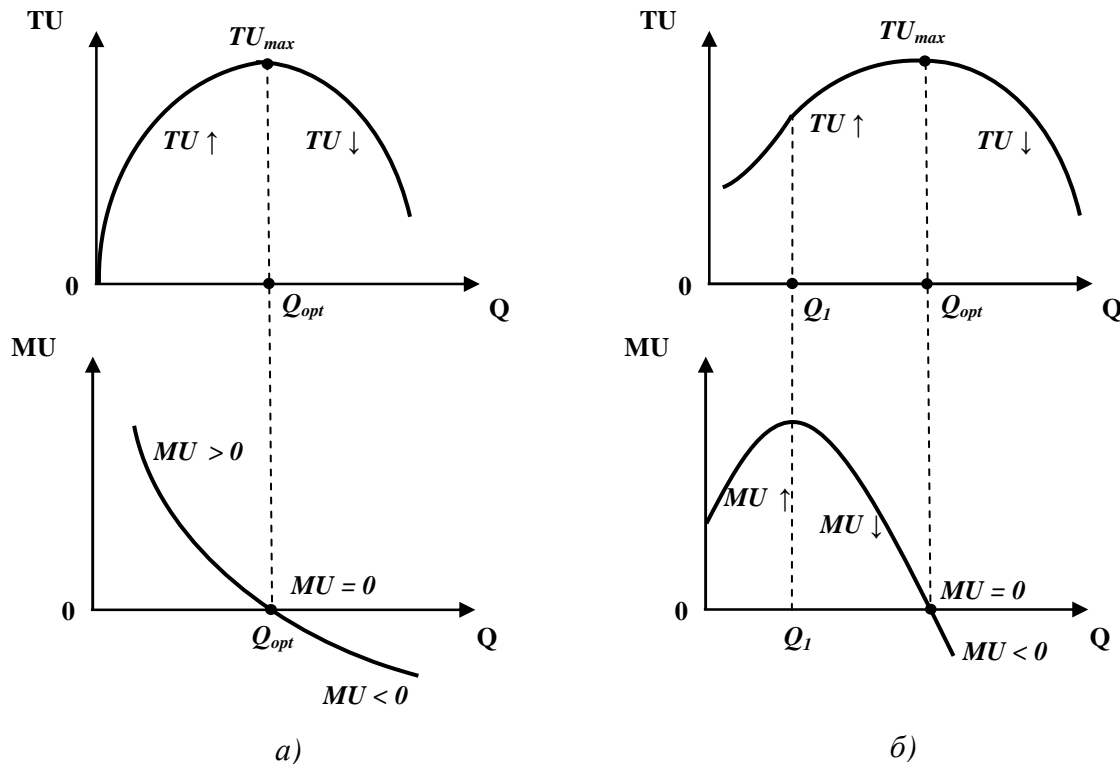


Рис. 9.3. Динамика общей и предельной полезностей: а) в случае монотонно убывающей предельной полезности; б) в случае возрастания предельной полезности на начальном этапе потребления

Как видно из рис. 9.3, а, общая полезность TU возрастает на участке, на котором предельная полезность положительна ($MU > 0$), убывает на участке, на котором она отрицательна ($MU < 0$), и достигает максимума, когда предельная полезность равна нулю ($MU = 0$). Поскольку максимизация общей полезности является главной задачей рационального потребителя, то количество товара, соответствующее точке TU_{max} , является для него оптимальным (Q_{opt}). При объеме Q_{opt} потребность в товаре считается удовлетворенной.

Для большинства товаров закон убывающей предельной полезности начинает действовать со второй единицы товара, т.е. при приобретении дополнительной, очередной единицы. Но возможны и другие варианты динамики MU . В некоторых случаях предельная полезность может сначала возрастать, а затем начать снижаться, например, при употреблении воды, витаминов, занятии спортом и т.д. В соответствии с этим график общей полезности будет иметь более изогнутый вид: при увеличении MU функция TU возрастает ускоряющимися темпами, а при снижении MU – замедляющимися, вплоть до наступления своего максимума (рис. 9.3, б). Объем потребления, с которого начинается падение предельной полезности, обозначен как Q_1 .

В особых случаях, когда для индивида важен не только результат потребления, но и сам процесс, например, в случае коллекционирования, предельная полезность может оставаться на одном уровне или даже возрастать.

9.6. Потребительское равновесие в теории предельной полезности

Потребительским равновесием называется ситуация, когда потребитель с ограниченным бюджетом не может увеличить общую полезность, расходуя меньше средств на приобретение одного товара и больше средств – на приобретение другого. Иными словами, в условиях бюджетного ограничения потребитель будет приобретать такое количество каждого товара, чтобы полезности, получаемые от затрат последних денежных единиц, израсходованных на приобретение всех потребляемых товаров, были одинаковыми.

Стремление к равенству предельных полезностей всех потребляемых товаров получило название *второго закона Госсена*. Данный закон определяет следующие основания для равновесия:

- потребитель в первую очередь приобретает товары, имеющие наибольшую предельную полезность;
- приобретаемый набор товаров должен принести максимальную общую полезность;
- в условиях полного насыщения предельные полезности всех товаров равны между собой и равны нулю: $MU_1 = MU_2 = \dots = MU_n = 0$.

В силу ограниченности дохода, потребитель, как правило, не достигает точки полного насыщения, поэтому он стремится максимизировать общую полезность в рамках имеющегося дохода. Для этого он последовательно отдает предпочтение тем товарам, которые приносят максимальную полезность на рубль понесенных затрат. Таким образом, последние денежные единицы, затраченные на каждый товар (1, 2, ..., n), должны принести одинаковую полезность, т.е.:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}, \quad (9.5)$$

где MU_1, MU_2, \dots, MU_n – предельные полезности, а P_1, P_2, \dots, P_n – цены 1-го, 2-го, ..., n-го потребляемых товаров. Отношения $\frac{MU_1}{P_1}, \frac{MU_2}{P_2}, \dots, \frac{MU_n}{P_n}$ представляют собой *взвешенные предельные полезности*, т.е. полезности, взвешенные на один рубль затрат, или предельные полезности одной денежной единицы потребителя.

Равенство (9.5) называется *условием равновесия потребителя*, а структура потребления, сформированная на основе этого равенства, является оптимальной. Любые ситуации неравновесия разрешаются путем оптимизации структуры потребления. Так, если $\frac{MU_1}{P_1} > \frac{MU_2}{P_2}$, то

последняя денежная единица, потраченная на первый товар, приносит большую полезность, чем последняя денежная единица, потраченная на второй товар. В этом случае потребитель будет восстанавливать равновесие, увеличивая потребление первого товара, имеющего большую предельную полезность.

Уравнение потребительского равновесия можно записать по-другому:

$$\frac{MU_1}{MU_2} = \frac{P_1}{P_2}, \quad (9.6)$$

и тогда будет видно, что в условиях равновесия отношение предельных полезностей двух товаров равно отношению их цен.

9.7. Понятие набора безразличия

Если количественная теория пыталась оценивать уровень полезности с помощью абсолютных показателей, то порядковая теория описывает поведение потребителя посредством выявления предпочтений среди наборов благ и их ранжирования. Фактически, потребитель делает выбор не между двумя благами, а между наборами двух благ, количество которых можно отложить на координатных осях. В этом случае задача максимизации полезности сводится к выбору наиболее предпочтительного набора товаров. Если все соотношения количеств двух товаров для потребителя равноценны, т.е. имеют одинаковую совокупную полезность, то они принадлежат набору безразличия.

Набор безразличия – это набор альтернативных вариантов потребительского выбора (комбинаций двух товаров), каждый из которых имеет одинаковую совокупную полезность и поэтому не имеет предпочтения перед другими вариантами. Иными словами, если бы не бюджетные ограничения, индивиду было бы безразлично, какой из наборов потреблять. Поиск оптимального набора благ предполагает:

- 1) сравнение и ранжирование наборов благ по их предпочтительности на основе кривых безразличия;
- 2) изучение влияния доходов на потребительский выбор с помощью бюджетных линий.

9.8. Кривые безразличия

9.8.1. Понятие кривых безразличия

Наборы безразличия графически отражаются на кривых безразличия. Кривые безразличия строятся индивидуально для каждого потребителя на основе его вкусов и предпочтений в системе координат, в которой по оси абсцисс откладывается количество одного товара (например X), а по оси ординат – количество другого товара (например Y). *Кривая безразличия* – это непрерывное множество точек, каждая из которых показывает комбинацию двух товаров с одинаковой совокупной полезностью. Впервые анализ предпочтений потребителя с помощью кривых безразличия был осуществлен в 1881 г. английским экономистом Френсисом Эджуортом (1845–1926).

Кривая безразличия может быть проведена через любую точку в пространстве благ, т.е. в пространстве, ограниченном осями координат (рис. 9.4, а). Данная кривая отражает уровень общей полезности U. Естественно, что разный уровень полезности представляется различными кривыми безразличия. Чем правее и выше расположена кривая безразличия, тем больший уровень совокупной полезности она отражает, так как в каждый набор входит большее количество товара X и/или товара Y.

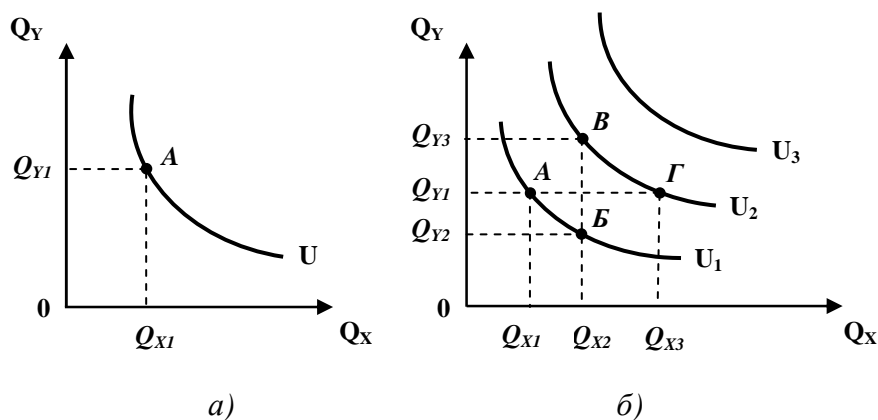


Рис. 9.4. Построение кривых безразличия:
 а) через точку;
 б) карта кривых безразличия

Совокупность кривых безразличия, соответствующих различным уровням полезности, составляет карту безразличия потребителя, в которой $U_3 > U_2 > U_1$ (рис. 9.4, б).

На рис. 9.4, а набор А включает в себя Q_{x1} единиц товара X и Q_{y1} товара Y, которые и формируют полезность U. На рис. 9.4, б наборы А и Б представляют собой различные комбинации товаров X и Y, но они рассматриваются потребителем как равноценные, так как лежат на одной кривой безразличия. Набор В включает в себя такое же количество товара X, как и набор Б, но большее количество товара Y, поэтому набор В считается более предпочтительным, чем набор Б. Аналогично, набор Г включает такое же количество товара Y, как и набор А, но большее количество товара X, поэтому он считается более предпочтительным, чем набор А. Поскольку наборы В и Г лежат на одной кривой, т.е. имеют одинаковую общую полезность, то набор В более предпочтителен по сравнению с А, а набор Г – более предпочтителен, чем Б.

Таким образом, все наборы товаров, лежащие выше и правее данной кривой безразличия, имеют большую совокупную полезность и потому более предпочтительны для потребителя. И наоборот, все наборы товаров, лежащие ниже и левее кривой безразличия, имеют меньшую совокупную полезность и потому являются менее предпочтительными.

9.8.2. Свойства кривых безразличия

Стандартные кривые безразличия обладают рядом важных свойств.

1. *Кривые безразличия имеют отрицательный наклон.* Отрицательный наклон объясняется обратной зависимостью между количествами двух товаров: чтобы сохранить общий уровень полезности своего набора, при уменьшении потребления одного товара, потребитель должен компенсировать это уменьшение увеличением потребления другого товара, и наоборот.

2. *Две кривые безразличия не могут пересекаться,* т.е. иметь общую точку, так как один и тот же набор товаров не может иметь два различных уровня полезности.

3. *Кривая безразличия является не набором дискретных точек, а непрерывной функцией полезности вида $U = f(Q_x; Q_y)$,* где Q_x и Q_y – количества товаров X и Y, которые составляют потребительскую корзину индивида.

4. *Тип функции полезности, отражаемой кривой безразличия, зависит от характера взаимосвязи товаров,* т.е. от степени их взаимной заменяемости либо дополняемости. Самым простым случаем функции безразличия является $U = Q_x \cdot Q_y$. Если в данном случае выразить объем товара Y через объем товара X, то функция кривой безразличия будет иметь вид:

$$Q_y = \frac{U}{Q_x}, \quad (9.7)$$

где U – постоянная величина общей полезности для всех наборов $(Q_x; Q_y)$. Графически такая функция отражается обычной гиперболой.

Существуют и другие функции полезности, тип которых зависит как от потребительских предпочтений, так и от особенностей взаимосвязи товаров. Некоторые особые случаи рассмотрены в п. 9.9.

5. Наклон и форма кривой безразличия определяются субъективными предпочтениями индивида. Наиболее часто для анализа потребительских предпочтений используется функция Кобба – Дугласа, имеющая вид $U = Q_X^a \cdot Q_Y^b$, где a и b – положительные константы в интервале $(0; 1)$, отражающие предпочтения потребителя. Естественно, что разные значения a и b обуславливают различие форм кривых безразличия. Например, если $a = 0,5$ и $b = 0,5$, то предпочтения потребителя одинаковы для товара X и товара Y , и кривая безразличия будет иметь симметричную форму относительно биссектрисы, проведенной из точки 0 (рис. 9.5, а). Если $a = 0,8$ и $b = 0,2$, то потребитель предпочитает товар X , и левая ветвь кривой безразличия будет более вытянута по сравнению с правой, и наклон кривой станет более крутым (рис. 9.5, б). А если $a = 0,2$ и $b = 0,8$, то потребитель определенно предпочитает товар Y , и вытянутой является правая ветвь кривой, а наклон становится более пологим (рис. 9.5, в).

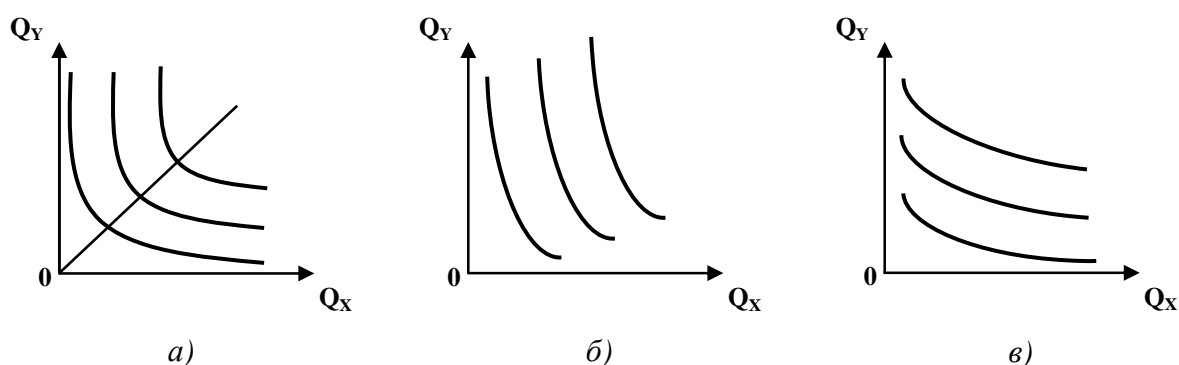


Рис. 9.5. Формы кривых безразличия Кобба-Дугласа: а) при равных предпочтениях к товару X и товару Y ; б) при выраженном предпочтении товару X ; в) при выраженном предпочтении товару Y

6. Потребительские предпочтения и взаимоотношение товаров формируют норму замещения, в соответствии с которой один товар может быть заменен другим товаром без изменения общей полезности. Абсолютная величина наклона кривой безразличия (тангенс угла наклона ее касательной к оси абсцисс) в какой-либо точке равна предельной норме замещения.

9.8.3. Зона субституции и предельная норма замещения

Если наборы товаров, расположенные на одной кривой безразличия, имеют одинаковую общую полезность, то потребитель может спокойно замещать один набор другим. Но, несмотря на равноценность таких наборов, эффективная замена одного товара другим, предполагающая сохранение общей полезности, возможна только на участке, ограниченном точками, в которых количество одного из товаров является минимально допустимым. *Минимально допустимое количество* – это такое количество товара, от которого потребитель никогда и ни за что не откажется. Например, сколько бы ни предлагали индивиду хлеба, ему невозможно отказаться от мяса, и наоборот. Поэтому замещение одного товара другим возможно только в пределах участка, соединяющего точки минимума количества товаров. Такой участок называется *зоной замещения (субституции)* и отражен на рис. 9.6 отрезком $АБ$.

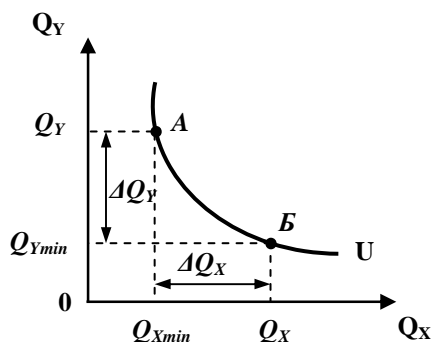


Рис. 9.6. Зона замещения на кривой безразличия

Таким образом, зона замещения рассматривается как участок кривой безразличия, на которой возможна эффективная замена одного товара другим, т.е. такая замена, которая сохраняет общую полезность набора товаров. За пределами зоны замещения замещение товаров перестает быть эффективным, и они рассматриваются как независимые блага.

В какой мере один товар можно эффективно заменить на другой, показывает норма замещения. *Предельная норма замещения* – это количество одного товара, от которого потребитель готов отказаться, чтобы получить дополнительную единицу другого блага. Иными словами, это прирост полезности замещающего блага, который компенсирует потерю полезности замещаемого блага. При замещении товара Y товаром X, т.е. при движении потребительского выбора из точки A в точку B (рис. 9.6.), формула предельной нормы замещения имеет вид:

$$MRS_{XY} = \frac{\Delta Q_Y}{\Delta Q_X}, \quad (9.8, a)$$

где MRS_{XY} (англ. *Marginal Rate of Substitution*) – предельная норма замещения товаром X товара Y, ΔQ_X и ΔQ_Y – абсолютные значения изменений (приращений) количества товаров X и Y. Важно отметить, что в числителе формулы MRS_{XY} фигурирует именно ΔQ_Y , отражающее количество *жертвуемого* товара.

По своему экономическому смыслу предельная норма замещения тесно связана с понятием предельной полезности. Учитывая, что $MU_X = \Delta TU_X / \Delta Q_X$ и $MU_Y = \Delta TU_Y / \Delta Q_Y$, то формулу MRS можно записать следующим образом:

$$MRS_{XY} = \frac{\Delta TU_Y}{\Delta Q_Y} : \frac{\Delta TU_X}{\Delta Q_X} = \frac{MU_X}{MU_Y}. \quad (9.8, б)$$

Аналогично можно найти предельную норму замещения в случае замещения товара X товаром Y:

$$MRS_{YX} = \frac{\Delta Q_X}{\Delta Q_Y} = \frac{MU_Y}{MU_X}, \quad (9.8, в)$$

где MRS_{YX} – предельная норма замещения товаром Y товара X. В данном случае в числителе формулы MRS_{YX} фигурирует именно ΔQ_X , отражающее количество жертвуемого товара.

9.8.4. Свойства предельной нормы замещения

Предельная норма замещения имеет следующие свойства.

1. Поскольку MRS выражает отношение приращений количеств двух товаров ΔQ_X и ΔQ_Y , то для непрерывного случая предельная норма замещения является производной функции, отражаемой кривой безразличия:

$$MRS_{XY} = U' = \frac{dQ_Y}{dQ_X}; \quad MRS_{YX} = U' = \frac{dQ_X}{dQ_Y}. \quad (9.9)$$

Графически это значит, что в любой точке кривой безразличия предельная норма замещения равна абсолютному значению тангенса угла наклона касательной к оси, по которой откладывается количество замещающего товара. Тангенс угла наклона касательной всегда отрицателен, так как зависимость между ΔQ_X и ΔQ_Y обратная. Значение же MRS является положительным, поскольку характеризует некое жертвуемое количество товара, и равно абсолютной величине угла наклона кривой.

2. Величина предельной нормы *зависит от субъективных предпочтений потребителя*: каждый индивид имеет свою норму замещения для одних и тех же товаров. В одной и той же системе координат можно построить абсолютно разные кривые безразличия для разных потребителей. Так, индивид, предпочитающий товар X товару Y, готов пожертвовать достаточно большим количеством товара Y ради дополнительной единицы товара X, поэтому его MRS_{XY} будет относительно большой, MRS_{YX} – маленькой, а форма кривой безразличия – более крутой (рис. 9.7, а). Индивид, предпочитающий товар Y товару X, наоборот, склонен пожертвовать достаточно большим количеством товара X ради дополнительной единицы товара Y, поэтому его MRS_{XY} будет относительно невелика, MRS_{YX} – большой, а форма кривой безразличия – более полой (рис. 9.7, б).

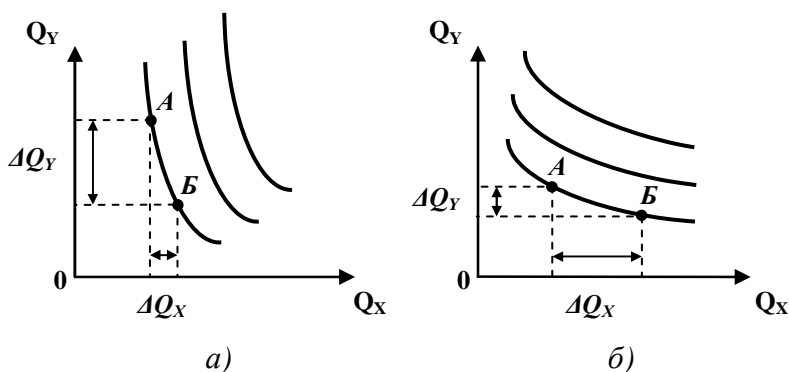


Рис. 9.7. Графическое отражение предельной нормы замещения: а) в случае предпочтения товара X; б) в случае предпочтения товара Y

3. С ростом потребления товара X *предельная норма замещения товара Y товаром X уменьшается*: чем больше потребляется товара X, тем более ценным становится товар Y, и от меньшего его количества потребитель готов отказаться ради дополнительной единицы товара X. Принцип уменьшения MRS по своему экономическому смыслу соответствует закону убывающей предельной полезности и графически отражается уменьшением величины ΔQ_Y при увеличении количества товара X (рис. 9.8).

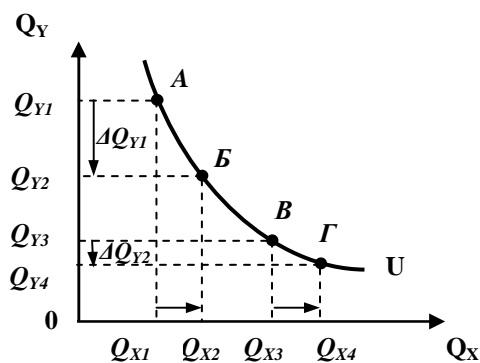


Рис. 9.8. Уменьшение предельной нормы замещения

На рис. 9.8 видно, что на низком уровне потребления товара X (наборы А и Б) при росте его количества с Q_{X1} до Q_{X2} индивид готов уменьшить потребление товара Y с Q_{Y1} до Q_{Y2} , т.е. пожертвовать величиной ΔQ_{Y1} . На высоком уровне потребления товара X (наборы В и Г) при росте его количества с Q_{X3} до Q_{X4} индивид готов уменьшить потребление товара Y с Q_{Y3} до Q_{Y4} , т.е. на величину ΔQ_{Y2} , и данная жертва существенно меньше первой. Принимая приращение товара X как постоянную величину ΔQ_X при движении из точки А в Б и из В в Г, данную ситуацию можно отразить неравенством:

$$MRS_{XY1} > MRS_{XY2}, \text{ или } \frac{\Delta Q_{y1}}{\Delta Q_x} > \frac{\Delta Q_{y2}}{\Delta Q_x}. \quad (9.10)$$

Следует отметить, что описанные выше свойства кривых безразличия и предельной нормы замещения характерны, главным образом, для стандартных случаев. Имеет смысл рассмотреть два особых случая кривых безразличия.

9.9. Особые случаи кривых безразличия

9.9.1. Кривые безразличия для товаров – совершенных заменителей

В случае, когда набор потребителя состоит из товаров – абсолютных заменителей, проблема сохранения какого-либо минимального количества товара отсутствует. Товары могут замещаться друг другом на любом участке кривой безразличия, и потребитель готов заменять их друг на друга в постоянном соотношении. Функция полезности имеет линейный вид $U = aQ_X + bQ_Y$, где Q_X и Q_Y – количества товаров X и Y, а постоянные коэффициенты a и b характеризуют пропорцию замещения. Кривая безразличия в данном случае имеет вид прямой линии (рис. 9.9).

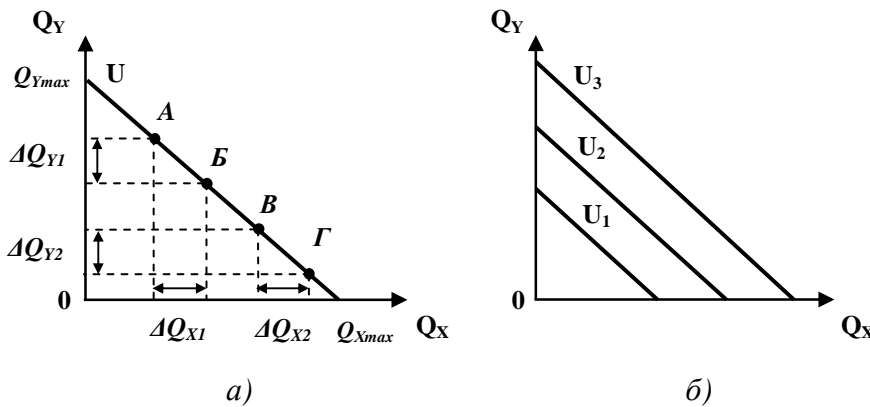


Рис. 9.9. Кривая безразличия для товаров – совершенных заменителей:
а) постоянный наклон кривой;
б) карта кривых безразличия

На рис. 9.9, а видно, что на любых уровнях потребления одного из товаров потребитель жертвует одинаковым количеством другого товара. Зона замещения представляет собой отрезок $Q_{Xmax}Q_{Ymax}$, где Q_{Xmax} и Q_{Ymax} – точки полного насыщения соответствующими товарами. Функцию полезности можно представить следующим образом:

$$Q_Y = Q_{Ymax} - \frac{b}{a} \cdot Q_{Xmax} \quad (9.11, a)$$

или аналогично,

$$Q_X = Q_{Xmax} - \frac{a}{b} \cdot Q_{Ymax}. \quad (9.11, б)$$

Отношение коэффициентов a и b характеризует предельную норму замещения:

$$MRS_{XY} = \frac{b}{a} = const; \quad MRS_{YX} = \frac{a}{b} = const, \quad (9.12)$$

где MRS_{XY} – норма замещения товара Y товаром X, а MRS_{YX} – норма замещения товара X товаром Y. Учитывая, что a и b – величины постоянные, то и значение MRS является постоянным. Самым простым случаем абсолютной заменяемости товаров является значение MRS, равное 1, когда товары замещаются в пропорции один к одному, как, например, в наборе ручек синего и черного цветов.

Если рассматривать карту кривых безразличия в случае товаров – совершенных заменителей (рис. 9.9, б), то, как и в стандартных случаях, кривые с более высоким уровнем полезности располагаются выше и правее кривых с меньшим уровнем полезности. Все кривые безразличия параллельны друг другу, т.е. предельная норма замещения, определяемая потребительскими предпочтениями, одинакова на любых уровнях полезности.

9.9.2. Кривые безразличия для товаров – совершенных дополнителей

Товары – совершенные дополнители потребляются вместе в строго заданных пропорциях, например, фонарик и батарейки, трусы и майка и т.д. Самый простой случай совершенного дополнения представляет собой пропорция 1:1, когда одна единица количества товара X потребляется с одной единицей товара Y. Добавление к набору $(Q_X; Q_Y)$ дополнительного количества одного из товаров не увеличит совокупную полезность потребителя, поэтому все наборы типа $(2Q_X; Q_Y)$, $(3Q_X; Q_Y)$, $(nQ_X; Q_Y)$ или $(Q_X; 2Q_Y)$, $(Q_X; 3Q_Y)$, $(Q_X; nQ_Y)$ будут находиться на одной кривой безразличия с исходным набором $(Q_X; Q_Y)$, а сама кривая будет иметь вид буквы L (рис. 9.10).

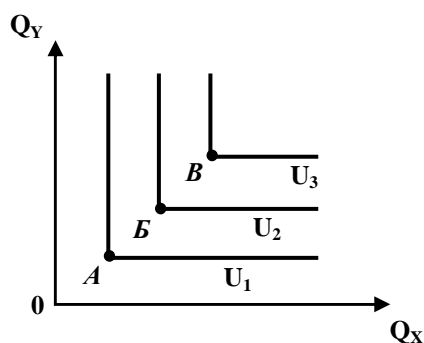


Рис. 9.10. Кривые безразличия для товаров – совершенных дополнителей

Очевидно, что выбор потребителя в точке A, а затем в B и B, является единственно оптимальным. Функция полезности в данном случае имеет вид функции Леонтьева: $U = \min \{aQ_X, bQ_Y\}$, где a и b характеризуют пропорцию дополнения. Совершенное дополнение предполагает выполнение условия

$$a \cdot Q_X = b \cdot Q_Y, \quad \text{или} \quad Q_X/Q_Y = b/a. \quad (9.13)$$

Поскольку факт замещения товарами друг друга отсутствует, то увеличение количества одного товара не сопровождается уменьшением количества другого:

$$MRS = \frac{0}{\Delta Q_X} = \frac{0}{\Delta Q_Y} = 0, \quad (9.14)$$

т.е. предельная норма замещения равна нулю.

9.10. Бюджетные ограничения и бюджетная линия

Анализ кривых безразличия имеет дело с потребительскими предпочтениями и не затрагивает такой аспект, как доход. Вместе с тем доход является одним из главных факторов, формирующих модель потребительского поведения и определяющих равновесие потребителя. Получение фиксированного дохода ограничивает возможности индивида по наращиванию общей полезности, поэтому всю совокупность наборов товара X и товара Y, доступных потребителю при данном уровне доходов и данном уровне цен, можно обозначить как *бюджетные ограничения*. Все бюджетные ограничения можно записать уравнением:

$$P_X \cdot Q_X + P_Y \cdot Q_Y \leq I, \quad (9.15)$$

где P_X и P_Y – цены товаров X и Y, Q_X и Q_Y – количества товаров X и Y, приобретаемых на полученный доход, I (от англ. слова *Income*) – доход потребителя. Произведения $P_X \cdot Q_X$ и $P_Y \cdot Q_Y$ характеризуют общие суммы затрат потребителя на покупку товаров X и Y соответственно.

Границу бюджетных ограничений графически можно представить бюджетной линией. *Бюджетная линия* – это множество точек, характеризующих все наборы, которые может приобрести потребитель, полностью израсходовав свой доход. Соответственно, уравнение бюджетной линии имеет вид:

$$P_X \cdot Q_X + P_Y \cdot Q_Y = I. \quad (9.16)$$

Если выразить количество одного товара через количество другого, то получится следующий вид уравнения бюджетной линии:

$$Q_Y = \frac{I}{P_Y} - \frac{P_X}{P_Y} \cdot Q_X \quad (9.17, a)$$

или

$$Q_X = \frac{I}{P_X} - \frac{P_Y}{P_X} \cdot Q_Y. \quad (9.17, б)$$

Уравнения 9.16 и 9.17 отражают линейный тип обратной зависимости, поэтому бюджетная линия – это ниспадающая прямая (рис. 9.11). Параметры $\frac{I}{P_X}$ и $\frac{I}{P_Y}$ в уравнениях показывают максимальные количества товаров X и Y – Q_{Xmax} и Q_{Ymax} , которые может купить потребитель на свой доход при текущих ценах. На рис. 9.11 видно, что линия пересекает ось абсцисс в точке с координатами $(Q_{Xmax}, 0)$ и ось ординат – в точке с координатами $(0, Q_{Ymax})$.

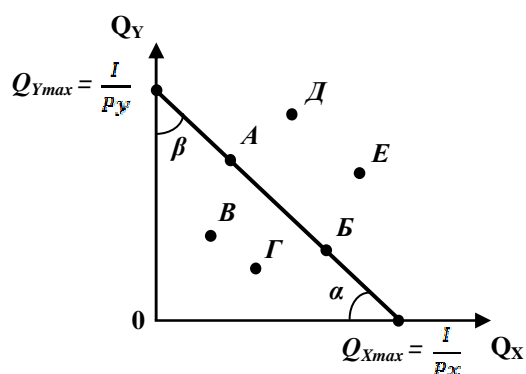


Рис. 9.11. Бюджетная линия и зона бюджетных ограничений

Отношения цен $\frac{P_X}{P_Y}$ и $\frac{P_Y}{P_X}$ определяют угловые коэффициенты бюджетной линии:

$$tg\alpha = \frac{I}{P_Y} : \frac{I}{P_X} = \frac{P_X}{P_Y}, \quad (9.18, a)$$

$$tg\beta = \frac{I}{P_X} : \frac{I}{P_Y} = \frac{P_Y}{P_X}. \quad (9.18, б)$$

Бюджетная линия наглядно показывает зону доступных потребителю наборов товаров X и Y, которая на графике отражена фигурой – треугольником $0Q_{Ymax}Q_{Xmax}$. Наборы B, Г и другие, расположенные левее бюджетной линии, являются примерами доступных, но нерациональных наборов, так как доход потрачен не весь, и полезность не максимизирована. Наборы D, E и другие, расположенные правее бюджетной линии, являются примерами недоступных наборов, так как выходят за рамки бюджета (потребителю просто не хватает денег). Наборы A, B и другие, лежащие непосредственно на бюджетной линии, являются примерами доступных и рациональных наборов. Учитывая, что на покупку всех таких наборов тратится одинаковое количество денег, то бюджетную линию можно охарактеризовать как *совокупность различных комбинаций товаров X и Y с одинаковой совокупной стоимостью*.

9.11. Свойства бюджетных линий

Бюджетная линия обладает рядом важных свойств.

1. *Бюджетная линия имеет отрицательный наклон*, поскольку в условиях полного использования своего дохода потребитель может увеличить объем покупок одного товара только при уменьшении покупок другого.

2. *Расположение бюджетной линии в системе координат зависит от величины дохода потребителя и уровня цен на товары*. Напомним, что бюджетная линия соединяет точки

максимально возможных объемов покупок товаров X и Y: $Q_{Xmax} = \frac{I}{P_x}$; $Q_{Ymax} = \frac{I}{P_y}$. Чем выше доход и/или ниже цена товара X, тем большее его количество потребитель может приобрести, и тем правее находится точка Q_{Xmax} от начала координат. Чем больше доход и/или меньше цена товара Y, тем большее количество товара Y может приобрести потребитель, и тем выше находится точка Q_{Ymax} от начала координат.

3. Коэффициент наклона бюджетной линии зависит от соотношения цен товаров (формулы 9.18). Чем выше цена товара X и/или ниже цена товара Y, тем больше внутренний угол наклона линии к оси абсцисс. Аналогично, чем выше цена товара Y и/или ниже цена товара X, тем больше внутренний угол наклона линии к оси ординат.

4. Изменение дохода потребителя вызывает параллельный сдвиг бюджетной линии. Так, увеличение дохода с I до I' при неизменных ценах дает возможность покупать больше товаров X и Y. Точки Q_{Xmax} и Q_{Ymax} смещаются в положение Q_{Xmax}' и Q_{Ymax}' соответственно, и, следовательно, бюджетная линия сдвигается вправо вверх (рис. 9.12). И наоборот: при снижении дохода доступные количества товаров X и Y пропорционально сокращаются, и бюджетная линия сдвигается влево вниз.

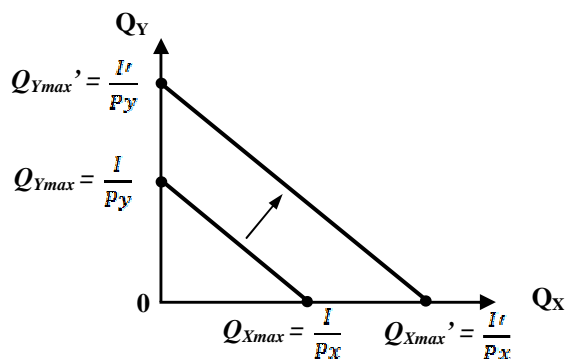


Рис. 9.12. Сдвиг бюджетной линии в результате роста дохода потребителя

5. Изменение цены одного из товаров меняет угол наклона бюджетной линии. Так, при неизменном доходе и постоянной цене товара Y уменьшение цены товара X дает возможность потребителю покупать большее его количество. Точка Q_{Xmax} сдвигается вправо в положение Q_{Xmax}'' , и бюджетная линия поворачивается против часовой стрелки вокруг точки Q_{Ymax} , уменьшая угол наклона к оси абсцисс (рис. 9.13, а). Увеличение цены товара X, наоборот, привело бы к повороту по часовой стрелке и увеличило бы угол наклона линии к оси абсцисс.

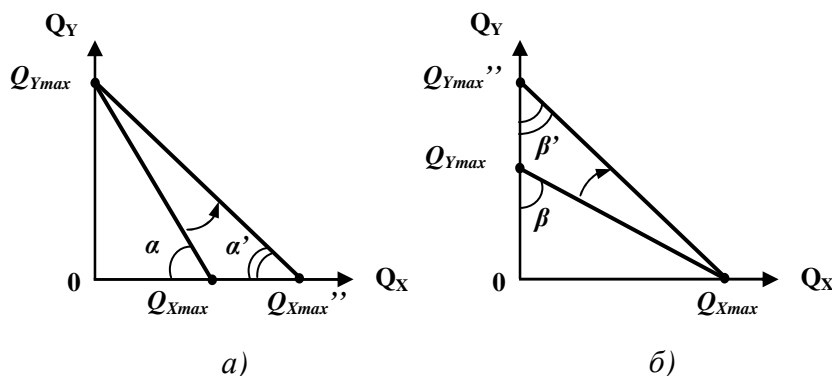


Рис. 9.13. Поворот бюджетной линии:
а) в результате снижения цены товара X;
б) в результате снижения цены товара Y

Аналогично, при неизменном доходе и постоянной цене товара X уменьшение цены товара Y дает возможность потребителю покупать большее его количество. Точка Q_{Ymax} сдвигается вверх в положение Q_{Ymax}'' , и бюджетная линия поворачивается по часовой стрелке вокруг точки Q_{Xmax} , уменьшая угол наклона к оси ординат (рис. 9.13, б). Увеличение цены товара Y, наоборот, привело бы к повороту против часовой стрелки и увеличило бы угол наклона линии к оси ординат.

6. При одновременном увеличении дохода и цен товаров в n раз положение бюджетной линии не меняется. Это легко доказать арифметически. Пусть первоначальная точка пересечения линии с осью абсцисс равна Q_{Xmax} , а после роста дохода и цен – Q_{Xmax}' . Тогда $Q_{Xmax} = \frac{I}{P_x}$; $Q_{Xmax}' = \frac{n \cdot I}{n \cdot P_x} = \frac{I}{P_x}$. Аналогично, если первоначальная точка пересечения линии с осью ординат равна Q_{Ymax} , а после роста дохода и цен – Q_{Ymax}' , тогда $Q_{Ymax} = \frac{I}{P_y}$; $Q_{Ymax}' = \frac{n \cdot I}{n \cdot P_y} = \frac{I}{P_y}$.

Таким образом, координаты точек, через которые проходит бюджетная линия, не изменились, и положение линии сохранилось.

7. Уменьшение цен обоих товаров в n раз равносильно увеличению дохода потребителя в n раз, и наоборот. Так, $Q_{Xmax}' = \frac{I}{\frac{P_x}{n}} = \frac{n \cdot I}{P_x}$, а $Q_{Ymax}' = \frac{I}{\frac{P_y}{n}} = \frac{n \cdot I}{P_y}$.

9.12. Потребительское равновесие в ординалистской теории

9.12.1. Понятие потребительского равновесия и его графическое выражение

Рационально мыслящий потребитель стремится к единственной цели – извлечь из своего ограниченного дохода максимум полезности. Это означает, что он хочет выбрать такой набор товаров X и Y , общая полезность которого больше полезности всех других доступных наборов. *Потребительское равновесие (потребительский оптимум)* – это получение потребителем *оптимального набора* товаров, т.е. такого набора, совокупная полезность которого оказывается максимальной при заданном бюджетном ограничении.

Совместим в одной системе координат графики полезности (кривые безразличия) и бюджетные ограничения (бюджетную линию) (рис. 9.14).

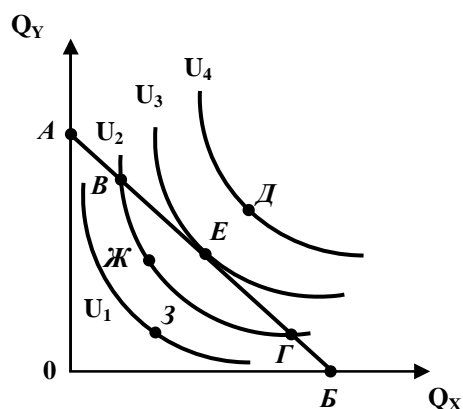


Рис. 9.14. Равновесие потребителя на карте кривых безразличия

Какой именно набор товаров X и Y будет оптимальным? Если потребитель выберет набор $Ж$ или $З$, это будет означать, во-первых, неполное (нерациональное) использование дохода, во-вторых, низкую степень полезности, так как кривые безразличия, на которых находятся точки $Ж$ и $З$, расположены левее и ниже других кривых с доступными наборами. Набор $Д$ недоступен, так как выходит за рамки бюджета, ограниченного зоной OAB . Наборы $В$ и $Г$ доступны и предполагают полное использование дохода, однако, тоже не отражают равновесие, так как лежат на кривой безразличия U_2 , наборы которой имеют не самый высокий уровень полезности из доступных. Можно сказать, что если кривая безразличия пересекает бюджетную линию в двух точках, то все точки бюджетной линии между ними будут представлять более предпочтительные наборы, т.е. наборы с более высокой общей полезностью.

В итоге, только один набор $Е$ будет отражать потребительский оптимум, так как он, во-первых, доступен и рационален, поскольку лежит на бюджетной линии, во-вторых, он принадлежит кривой безразличия U_3 , максимально удаленной вправо и соответствующей максимальному уровню полезности из всех доступных наборов. Таким образом, равновесие потребителя достигается в точке касания кривой безразличия и бюджетной линии.

9.12.2. Предельная норма замещения в условиях потребительского равновесия

В условиях равновесия бюджетная линия является касательной к кривой безразличия, поэтому наклоны обоих графиков совпадают:

$$MRS_{XY} = \frac{P_x}{P_y} \quad \text{или} \quad \frac{P_x}{P_y} = \frac{MU_x}{MU_y} \quad (9.19)$$

Иными словами, в условиях равновесия индивидуальная норма замещения, отражаемая соотношением предельных полезностей товаров, равна рыночной норме замещения, отражаемой соотношением цен, т.е. теми пропорциями, в которых один товар на рынке обменивается на другой.

Если потребитель попал в ситуацию, когда предельная норма замещения товара Y товаром X больше соотношения цен ($MRS_{XY} > \frac{P_x}{P_y}$), это означает, что он готов отдать за дополнительную единицу товара X большее количество товара Y, чем того требует рациональный товарообмен. Графически он находится в точке B, т.е. на такой кривой безразличия, наклон которой в данной точке больше наклона бюджетной линии: $\square \text{tg} \beta \square > \square \text{tg} \alpha \square$ (рис. 9.15). Для достижения равновесия индивид будет наращивать потребление товара X за счет сокращения количества товара Y, перемещаясь тем самым в точку E.

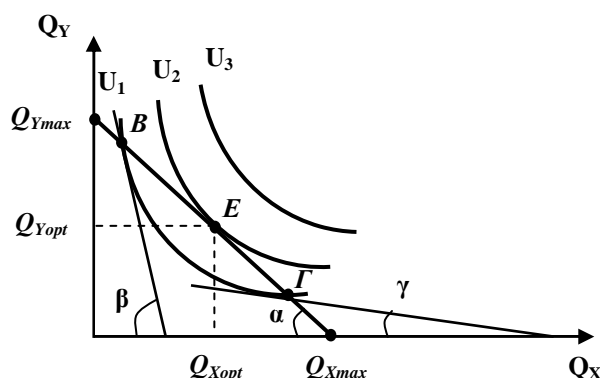


Рис. 9.15. Стремление потребителя к равновесию в неравновесных ситуациях

Если же предельная норма замещения товара Y товаром X меньше соотношения цен ($MRS_{XY} < \frac{P_x}{P_y}$), то потребитель согласен отдать за дополнительную единицу товара X меньшее количество товара Y, чем того требует рынок. Графически он находится в точке Г, в которой наклон кривой безразличия меньше наклона бюджетной линии: $\square \text{tg} \gamma \square < \square \text{tg} \alpha \square$. Для достижения равновесия индивид будет наращивать потребление товара Y за счет сокращения количества товара X, двигаясь к точке E.

9.12.3. Условия потребительского равновесия и правило долей

Подытожив вышесказанное, можно обозначить три условия, характерных для состояния потребительского равновесия, совокупность которых предполагает отсутствие стимулов для изменения набора товаров:

- 1) достижение максимальной совокупной полезности данного набора;
- 2) полное расходование дохода;
- 3) равенство индивидуальной и рыночной норм замещения товаров.

Математически данные условия можно записать следующим образом:

- 1) $U(Q_X, Q_Y) = Q_X^a \cdot Q_Y^b \Rightarrow \max$;
- 2) $P_X \cdot Q_X + P_Y \cdot Q_Y = I$;
- 3) $MRS_{XY} = \frac{P_x}{P_y}$, или $\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y}$.

Используя данные условия и зная уравнения функции полезности и бюджетной линии, можно найти равновесное количество потребляемых товаров и предельную норму замещения, не прибегая к графическому анализу. В частности, если функция полезности потребителя имеет стандартный вид $U = Q_X^a \cdot Q_Y^b$, где a и b – положительные константы, отражающие предпочтения потребителя, а бюджет потребителя задан уравнением $P_X \cdot Q_X + P_Y \cdot Q_Y = I$, где Q_X и Q_Y – количества товаров X и Y, а P_X и P_Y – цены товаров X и Y, то:

$$Q_X = \frac{a}{a+b} \cdot \frac{I}{P_X}; \quad Q_Y = \frac{b}{a+b} \cdot \frac{I}{P_Y}, \quad (9.20)$$

$$MRS_{XY} = \frac{a}{b} \cdot \frac{Q_Y}{Q_X}; \quad MRS_{YX} = \frac{b}{a} \cdot \frac{Q_X}{Q_Y}. \quad (9.21)$$

Формулы расчета равновесного набора (9.20)–(9.21) получили название *правила долей*.

9.13. Реакция потребителя на изменение цены товара

Итак, равновесие потребителя наступает в точке касания кривой безразличия и бюджетной линии. Однако, параметры равновесия могут измениться, если поменяются внешние условия, прежде всего, цены товаров и уровень дохода. Наиболее часто потребительская корзина претерпевает изменения из-за динамики рыночных цен.

Пусть первоначальное равновесие потребителя отражено стандартной ситуацией, такой, какая представлена на рис. 9.14, а цена товара X начинает постепенно уменьшаться в условиях постоянного дохода и неизменной цены товара Y. Как было отмечено в п. 9.11, при снижении цены товара X бюджетная линия поворачивается против часовой стрелки вокруг точки Q_{Ymax} . Тогда каждому новому значению цены товара X будет соответствовать новая бюджетная линия, а каждой бюджетной линии – новая точка касания с очередной кривой безразличия. Линия, соединяющая все точки потребительского равновесия – E_1, E_2, E_3, E_4 и т.д., называется *линией «цена – потребление» PC* (от англ. слов «Price» – «Consumption») для товара X (рис. 9.16, а). Данная линия представляет собой множество оптимальных наборов товаров X и Y, которые возникают при изменении цены товара X.

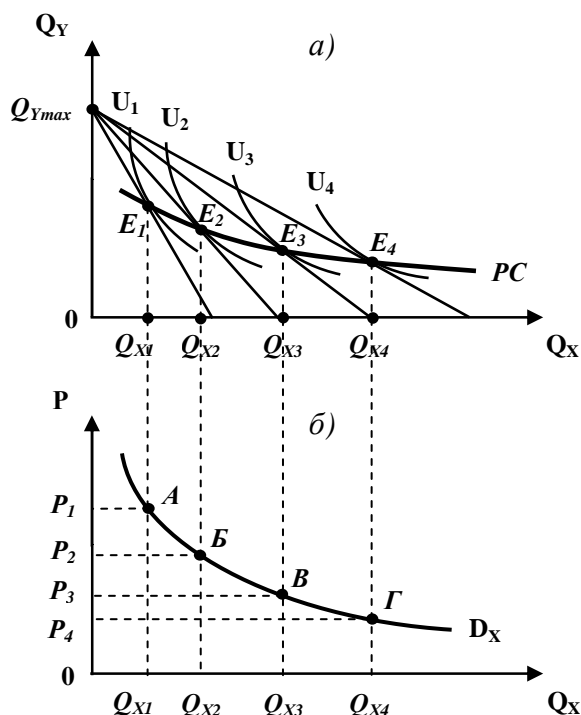


Рис. 9.16. Линия «цена – потребление» (а) и кривая спроса на товар X (б)

Если сделать проекцию точек равновесия E_1, E_2, E_3, E_4 и т.д. на отдельную ось абсцисс, а по оси ординат задать цену товара X, то можно построить кривую спроса на товар X – D_X

(рис. 9.16, б). Точки *A, B, B, Г* на кривой D_X отражают оптимальные объемы приобретаемого товара *X* при соответствующих его ценах.

Линия «цена – потребление» играет важную роль в анализе поведения потребителя. Ее направление наглядно показывает зависимость объемов потребления товаров *X* и *Y* от изменения цены товара *X*. При этом, нельзя забывать, что все зависимости между ценой и объемами потребляемых товаров являются субъективными для каждого отдельного индивида. Как конкретно изменятся объемы потребления обоих товаров, определяется, во-первых, типом, к которому индивид относит потребляемые товары (нормальные либо третьесортные), во-вторых, степенью ценовой эластичности спроса на товар с меняющейся ценой.

Так, если снижается цена на *нормальный товар с неэластичным спросом*, то прирост его потребления будет меньше степени снижения цены. В результате, расходы на приобретение этого товара уменьшатся, а часть высвободившейся суммы потребитель может потратить на увеличение покупки другого товара. Линия «цена – потребление» в данном случае будет иметь положительный наклон, демонстрируя рост потребления обоих товаров.

В случае, если снижается цена на *нормальный товар с эластичным спросом*, то прирост его потребления будет больше степени снижения цены. В результате, расходы на приобретение этого товара увеличатся, и покупки другого товара потребитель вынужден будет сократить. Линия «цена – потребление» в данном случае будет иметь отрицательный наклон, демонстрируя рост потребления подешевевшего товара и снижение потребления другого товара, ставшего относительно дорогим.

Для набора, в котором присутствует *третьесортный товар*, снижение цены такого товара приводит не столько к росту его потребления, сколько к увеличению покупок нормального товара за счет высвободившейся части дохода. Соответственно, линия «цена – потребление» имеет положительный и достаточно крутой наклон, демонстрируя незначительный рост объема покупок подешевевшего третьесортного товара и существенный рост потребления нормального товара.

Особым случаем является присутствие в наборе *товара Гиффена*. Из п. 8.11 известно, что снижение цены товара Гиффена приводит к сокращению его потребления, а значит, уменьшению расходов на его приобретение. В результате, потребитель наращивает покупку нормального товара как за счет сокращения потребляемого количества гиффеновского товара, так и за счет всей высвободившейся в результате снижения цены части дохода. Линия «цена – потребление» имеет крутой отрицательный наклон, демонстрируя уменьшение объема покупок гиффеновского товара и существенный прирост потребления нормального товара.

9.14. Понятия эффекта дохода и эффекта замещения в теории потребительского поведения

Как стало понятным из п. 9.13, изменение цены одного из товаров способно привести к существенным переменам во всей структуре потребления индивида. Данные перемены связаны, во-первых, с изменением соотношения цен товаров, ведь один товар становится относительно дешевле другого, а другой – относительно дороже первого. Во-вторых, изменение цены ведет к изменению реального дохода потребителя. В результате, одновременное изменение относительных цен и реального дохода меняет спрос на оба товара, входящих в потребительскую корзину.

Изменение спроса на потребляемые товары в результате изменения относительных цен товаров называется *эффектом замещения*. Суть этого эффекта состоит в том, что потребители склонны замещать относительно дорогие товары относительно дешевыми, т.е. при снижении цены одного из товаров объем спроса на него увеличивается, а спрос на другой товар уменьшается.

Изменение спроса в результате изменения реального дохода называется *эффектом дохода*. Суть данного эффекта заключается в том, что снижение цены какого-либо товара увеличивает реальный доход, и потребитель может купить большее количество не только подеше-

вещего товара, но и других товаров в наборе. Иными словами, уменьшение цены одного товара приводит к росту спроса на другой товар.

Общее (суммарное) изменение объема спроса по каждому товару, вызванное изменением цены одного из них, называется *общим эффектом изменения цены* и представляет собой сумму эффекта замещения и эффекта дохода. Каким будет общий эффект (положительным или отрицательным) для каждого товара, зависит от конкретной ситуации, а именно: от категории товара и степени ценовой эластичности спроса на товар с меняющейся ценой.

Впервые эффект замещения и эффект дохода были подробно исследованы двумя учеными независимо друг от друга: в 1915 г. российским экономистом и математиком Евгением Слуцким (1880–1948) и в 1939 г. английским экономистом Джоном Хиксом (1904–1989).

9.15. Реакция потребителя на изменение дохода

9.15.1. Линия «доход – потребление»

Наряду с ценами товаров, на изменение структуры потребительской корзины большое влияние оказывает динамика дохода.

Пусть первоначальное равновесие потребителя отражено стандартной ситуацией, представленной на рис. 9.14, а доход потребителя начинает постепенно увеличиваться в условиях неизменных цен товаров. Как было отмечено в п. 9.11, при росте дохода бюджетная линия сдвигается параллельно вправо вверх. Тогда каждому новому уровню дохода будет соответствовать новая бюджетная линия, а каждой новой бюджетной линии – новая точка касания с очередной кривой безразличия. Линия, соединяющая все точки потребительского равновесия – E_1, E_2, E_3, E_4 и т.д., называется *линией «доход – потребление»* IC (от англ. слов «Income» – «Consumption») (рис. 9.17). Данная линия представляет собой множество оптимальных наборов товаров X и Y, которые возникают при изменении уровня дохода потребителя.

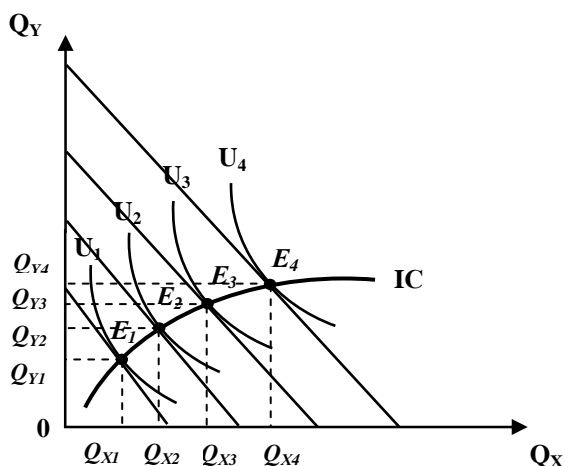


Рис. 9.17. Линия «доход – потребления»

Линия «доход – потребление» играет важную роль в анализе поведения потребителя. Ее направление наглядно показывает зависимость объемов потребления товаров X и Y от изменения доходов потребителя. Важно помнить, что все возникающие зависимости между уровнем дохода и объемами потребляемых товаров являются субъективными для каждого отдельного индивида. Как конкретно изменятся объемы потребления обоих товаров, определяется, во-первых, типом, к которому индивид относит потребляемые товары (нормальные либо третьесортные), во-вторых, степенью эластичности спроса на товары по доходу.

Так, если оба товара в наборе *нормальные*, то в случае увеличения дохода потребитель может купить большее количество как одного товара, так и другого товара. Поэтому линия «доход – потребление» для набора с нормальными товарами имеет положительный наклон. Для потребителя, в чьем наборе присутствует *третьесортный товар*, рост дохода приводит к снижению потребления третьесортного товара и увеличению количества нормального то-

вара. Соответственно, линия «доход – потребление» имеет отрицательный наклон. Для потребителя *товара Гиффена* рост дохода приводит к резкому сокращению потребления гиффеновского товара и увеличению количества нормального товара. В силу этого линия «доход – потребление» имеет нисходящий вид со все увеличивающимся отрицательным наклоном.

9.15.2. Кривые Энгеля

Зависимости объемов потребления товаров X и Y от уровня дохода потребителя можно отразить особыми кривыми, называемыми кривыми Энгеля в честь немецкого экономиста Эрнста Энгеля (см. подробнее п. 8.10). Если по оси абсцисс отложить уровни дохода потребителя, а по оси ординат – количество какого-либо товара (X или Y), соответствующее точкам равновесия E_1, E_2, E_3, E_4 и т.д., то можно построить кривую Энгеля для данного товара. При этом, спрос может быть выражен как количеством товара, так и суммой расходов на его приобретение. Кривые Энгеля позволяют глубоко изучить структуру потребления и спрогнозировать поведение потребителя в условиях роста дохода.

В случае, если по оси ординат откладываются денежные расходы на покупку некоторого товара X, то каждая точка биссектрисы, проведенной из точки 0, будет отражать равенство доходов и расходов, как если бы весь свой доход потребитель тратил на приобретение товара X (рис. 9.18). Если товар X – неединственный товар в корзине потребителя, то кривая Энгеля для него пройдет ниже биссектрисы. Наклон кривой Энгеля в каждом конкретном случае зависит от типа товара X.

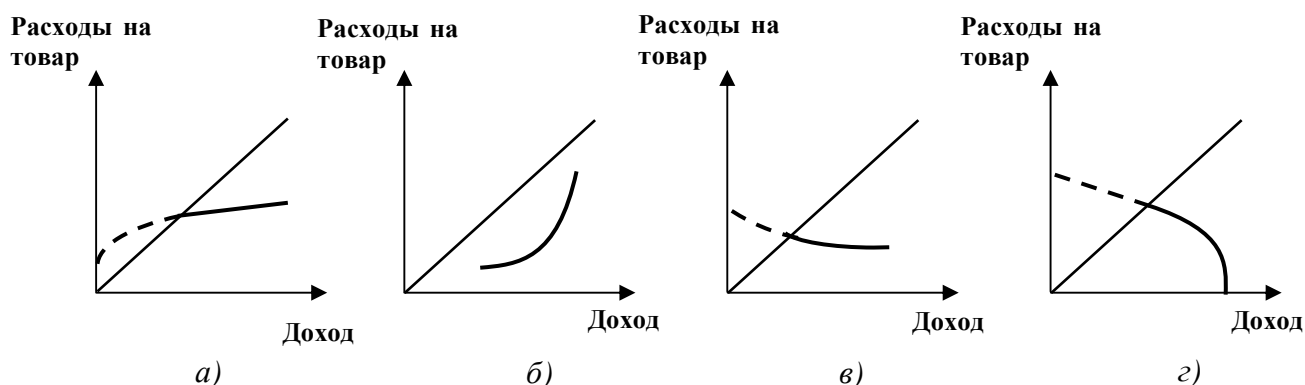


Рис. 9.18. Кривые Энгеля в системе координат «доходы – расходы»: а) для товара первой необходимости; б) для товара роскоши; в) для третьесортного товара; з) для товара Гиффена

В особых условиях, когда доход потребителя очень мал, расходы на некоторые жизненно важные товары могут превышать доход. Расходы на третьесортные товары и товары Гиффена возрастают в случае уменьшения дохода и также могут превысить доход. Участки кривых Энгеля, демонстрирующие жизнь в долг, расположены выше биссектрисы и отмечены на рис. 9.18 пунктиром.

Рис. 9.18 отражает простые случаи кривых Энгеля, когда выявляется зависимость между доходом и спросом на какой-то один определенный товар. Однако, в реальной жизни индивид потребляет не один, а целые группы товаров, кривые расходов на которые можно изобразить в одной системе координат. Пример такой группировки кривых Энгеля, позволяющей достаточно полно и наглядно проанализировать модель поведения потребителя в условиях изменения дохода, представлен на рис. 9.19.

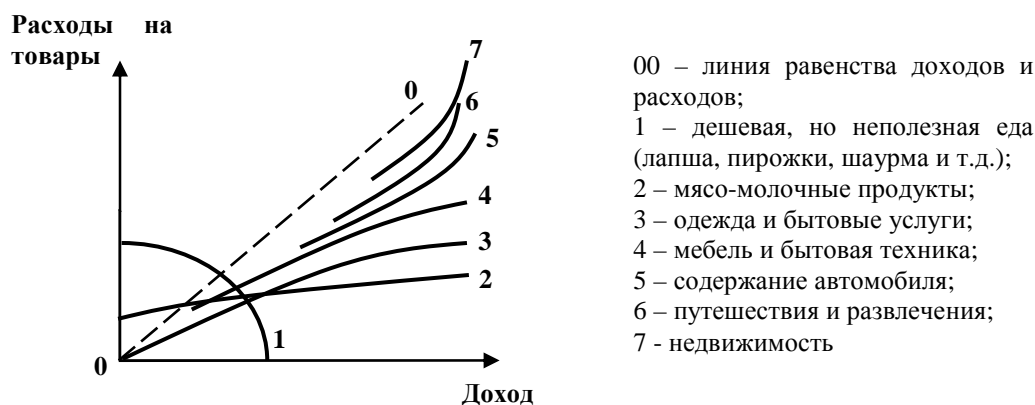


Рис. 9.19. Кривые Энгеля для различных групп товаров в потребительской корзине среднестатистического индивида

Как видно из рис. 9.19, для среднестатистического индивида в условиях роста дохода характерно, во-первых, сокращение (вплоть до нуля) расходов на потребление низкокачественных товаров и переход на качественные продукты, во-вторых, увеличение расходов на покупку товаров роскоши. Чем выше доход, тем быстрее растут расходы на товары высокого класса. Справедливо и обратное: чем ниже доход, тем быстрее снижаются расходы на товары роскоши, так как при снижении дохода обычный потребитель жертвует в первую очередь товарами роскоши (продает автомобиль, прекращает путешествовать и т.д.) и сосредотачивает свое внимание на товарах первой необходимости.

Контрольные вопросы по теме 9

1. Что изучает теория потребительского поведения?
2. Как вы думаете, нефункциональный спрос – это распространенное явление в реальной жизни или же исключительный случай?
3. Какие эффекты формирования нефункционального спроса можно довольно часто наблюдать в жизни?
4. Какова полезность последней единицы товара, имеющейся у потребителя?
5. Приведите примеры, подтверждающие действие закона убывающей предельной полезности.
6. Как взаимосвязаны понятия общей и предельной полезностей?
7. Что такое потребительское равновесие с точки зрения теории предельной полезности?
8. Может ли потребитель находиться в состоянии неравновесия? Что он должен сделать в этом случае?
9. Почему кривые безразличия так называются?
10. Имеют ли какую-либо связь предельная норма замещения и предельная полезность?
11. Почему бюджетная линия имеет отрицательный наклон?
12. Почему потребительское равновесие в ординалистской теории отражается именно точкой касания кривой безразличия и бюджетной линии?
13. Чем объясняется различная реакция потребителей на изменение цен разных товаров?
14. Какие особенности имеет формирование эффекта дохода и эффекта замещения для наборов: а) с нормальными товарами; б) с нормальным и третьесортными товарами; в) с нормальным товаром и товаром Гиффена?
15. Какие свойства товара обуславливают реакцию спроса потребителя на изменение дохода?

Тема 10. ТЕОРИЯ ФИРМЫ: ПРОИЗВОДСТВО, ИЗДЕРЖКИ, ПРИБЫЛЬ

- 10.1. Понятия предприятия и фирмы
- 10.2. Понятия производства и производственной функции
- 10.3. Продукт производства с одним переменным фактором
- 10.4. Закон убывающей предельной отдачи фактора производства
- 10.5. Предельный продукт и равновесие производителя. Правило наименьших издержек
- 10.6. Производственная функция с двумя переменными факторами. Изокванта
- 10.7. Свойства изоквант. Предельная норма технологического замещения
- 10.8. Основные виды производственных функций
- 10.9. Производственная функция и эффект масштаба производства
- 10.10. Изокоста и ее свойства
- 10.11. Равновесие производителя на карте изоквант
- 10.12. Кривая «путь развития»
- 10.13. Понятие издержек и критерии их классификации
- 10.14. Внешние и внутренние издержки фирмы
- 10.15. Бухгалтерская и экономическая прибыль
- 10.16. Понятие и структура себестоимости. Виды затрат фирмы
- 10.17. Постоянные и переменные издержки
- 10.18. Средние и предельные издержки в краткосрочном периоде
- 10.19. Средние и предельные издержки в долгосрочном периоде
- 10.20. Доход фирмы
- 10.21. Прибыль фирмы и условия ее максимизации
- 10.22. Условие максимизации прибыли с точки зрения использования ресурсов

10.1. Понятия предприятия и фирмы

Предприятие и фирма – важнейшие категории экономического анализа, обозначающие, как правило, активных субъектов экономических отношений. Предприятие и фирма – очень близкие по смыслу понятия, но, при этом, не являются синонимами.

Под *предприятием* понимается обособленная хозяйственная единица, осуществляющая производство товаров и услуг. С точки зрения процесса производства, предприятие – это совокупность факторов производства, расположенных в одном месте и связанных единым технологическим процессом. Примером предприятия может служить хлебозавод, швейная фабрика, магазин цветов, аптека и т.д.

Фирма – форма организации хозяйственной деятельности, организационная единица предпринимательства. Можно сказать, что фирма – понятие более широкое, чем предприятие, и может включать в себя конкретные предприятия. В качестве фирмы может выступать как маленький ларек, так и целая сеть ларьков, находящаяся под управлением одного хозяйствующего субъекта. Примером фирмы может служить как магазин сотовых телефонов, так и гигантская корпорация по производству бытовой и электронной техники.

Фирмы функционируют на свободном рынке, но, в отличие от него, основываются на *иерархическом принципе* организации экономической деятельности, что выражается, в первую очередь, в концентрации факторов производства, прямых методах регулирования и контроля деятельности, применении административных методов управления, строгом подчинении правилам. Возникает вопрос: если рынок с его свободным механизмом так эффективен, почему возникают фирмы?

В современной науке существует целый ряд теорий, объясняющих природу возникновения фирм, и наиболее актуальной среди них представляется *неоинституциональная теория*, согласно которой, в основе появления фирмы лежит необходимость снижения трансакционных издержек за счет использования иерархии. Фирмы создаются в том случае, если трансакционные издержки внутри фирмы оказываются ниже рыночных трансакционных издержек. Соотношением внутренних и внешних трансакционных издержек определяется оптимальный размер фирмы, ее организационно-правовая форма.

Важным аспектом изучения поведения фирм на рынке является выявление целей их деятельности. Традиционно в качестве главной цели предприятия фигурировала максимизация прибыли, однако, в ряде современных теорий в основу деятельности фирм принцип максимизации прибыли не заложен. Цели фирмы имеют различную природу, в частности, они мо-

гут формироваться в результате взаимодействия ключевых фигур бизнеса (собственники, менеджеры, работники). Участники бизнеса могут иметь совершенно разные цели, поэтому главная цель зависит от расстановки сил. Либо фирма может руководствоваться не одной целью, а целой системой целей: производственных, финансовых, социальных, технологических и других. В результате, некоторые глубинные цели, такие как: повышение благосостояния общества, производство нужного продукта, создание рабочих мест, выполнение социальных функций, самореализация менеджеров и работников и т.п., рассматриваются как мотивы деятельности, а максимизация прибыли – как цели оперативной (текущей) работы фирмы.

10.2. Понятия производства и производственной функции

Назначение фирмы – производить продукцию. *Производство* – это процесс создания благ (товаров и услуг), который осуществляется посредством использования ресурсов. Стоимость ресурсов, использованных в процессе производства товара, формирует *затраты* фирмы. Результатом производства является *выпуск продукции*, т.е. определенный объем конкретной продукции, предназначенной для реализации на рынке.

Здесь следует отметить несколько важных моментов. Во-первых, деятельность современной фирмы включает в себя, как правило, не только производственную, но и сбытовую, рекламную, транспортную и другого рода деятельность, которая также требует затрат ресурсов. Поэтому под затратами обычно подразумевается совокупная стоимость ресурсов, использованных в процессе производства, продвижения и реализации товара.

Во-вторых, существуют три синонимичных понятия: затраты, расходы и издержки, которые имеют различные толкования в практической деятельности. Затраты обычно связывают с четко целевым использованием ресурсов в хозяйственной деятельности, а расходы – с уменьшением экономических выгод фирмы, которые возникают в результате уменьшения денежных средств на счете, снижения стоимости активов, возникновения обязательств или потерь. Понятие издержек возникает при приобретении ресурсов у других фирм, а величина издержек обычно связывается с ценами приобретаемых ресурсов.

Между объемом произведенной продукции и объемом затраченных ресурсов существует тесная зависимость, которая описывается *производственной функцией*:

$$Q = f(Q_{F1}, Q_{F2}, \dots, Q_{Fn}), \quad (10.1)$$

где Q – максимально возможный объем выпуска при определенных затратах ресурсов; $Q_{F1}, Q_{F2}, \dots, Q_{Fn}$ – количества затраченных факторов производства 1, 2, ..., n .

В микроэкономическом анализе все факторы производства условно делятся на две большие группы: переменные и постоянные. К *переменным* относят факторы производства, количество которых можно изменить за достаточно короткий срок, например, рабочую силу, сырье или материалы. Увеличение количества используемого переменного фактора почти сразу же приводит к росту объема производства. *Постоянным* является фактор, количество которого в краткосрочном периоде является неизменным, например, оборудование, транспорт, здания и т.п. Предполагается, что изменить количество постоянного фактора можно только в долгосрочной перспективе.

Количество используемых переменных факторов определяет тип производственной функции. Выделяют функции с одним и двумя переменными факторами производства.

10.3. Продукт производства с одним переменным фактором

Пусть фирма использует несколько факторов производства, из которых только один является переменным. Тогда объем выпуска Q является переменной, зависимой от количества переменного фактора Q_F :

$$Q = f(Q_F). \quad (10.2)$$

Объем выпуска продукции Q отражает важную характеристику – *общий продукт фактора производства* TP_F (от англ. слов *Total Product*), который показывает совокупный объем готовой продукции, произведенной фирмой за определенный период времени:

$$TP_F = Q = f(Q_F). \quad (10.3)$$

Средний продукт фактора производства AP_F (от англ. слов *Average Product*) показывает количество произведенной продукции на единицу затраченного ресурса:

$$AP_F = \frac{TP}{Q_f} = \frac{Q}{Q_f}. \quad (10.4)$$

Предельный продукт фактора производства MP_F (от англ. слов *Marginal Product*) – количество продукции, произведенное с использованием каждой последующей, дополнительной единицы ресурса:

$$MP_F = \frac{\Delta TP}{\Delta Q_f} = \frac{\Delta Q}{\Delta Q_f}. \quad (10.5)$$

Предельный продукт показывает, насколько меняется общий продукт при изменении количества переменного фактора на одну единицу, т.е., по сути, отражает скорость приращения объема выпуска. Соответственно, предельный продукт в непрерывном случае можно определить как производную функции общего продукта, а сам общий продукт – как сумму всех предельных продуктов:

$$MP = TP' \quad (10.6)$$

$$TP = MP_1 + MP_2 + \dots + MP_n, \quad (10.7)$$

где MP_1, MP_2, MP_n – продукты производства соответственно 1-й, 2-й, n-й единицы переменного фактора производства.

Общий, средний и предельный продукты характеризуют продуктивность использования фактора производства. В частности, показатель TP отражает общую результативность производства, AP – среднюю производительность фактора производства, MP – предельную производительность. В самом общем случае, чем больше продуктивность использования ресурса, тем выше эффективность производства.

10.4. Закон убывающей предельной отдачи фактора производства

Если объем выпуска зависит от количества переменного фактора, то, логично предположить, что увеличение количества этого фактора приводит к росту производства. Каким образом будет меняться общий продукт при наращивании количества одного переменного фактора? Ответ на данный вопрос дает *закон убывающей предельной отдачи (производительности)*: при увеличении использования какого-либо фактора производства и при неизменном количестве всех других факторов, начиная с определенного момента, происходит последовательное снижение предельного, среднего, а затем и общего продукта, что характеризует постепенное снижение отдачи переменного фактора. Закон убывающей предельной отдачи был выведен экспериментальным путем и отражает снижение эффективности производства из-за нарушения оптимальных пропорций между ресурсами, когда исчерпываются возможности их взаимозаменяемости и взаимодополняемости (как если бы на одну швейную машинку приходилось бы по две швеи или если бы механизированный труд стал широко заменяться ручным).

Учитывая, что речь идет об увеличении лишь переменного фактора, данный закон действует только в рамках краткосрочного периода и только при условии сохранения используемых технологий. Любое улучшение технологий способно увеличить отдачу переменного фактора и изменить существующую зависимость между затратами ресурса и объемом выпуска.

Закон убывающей предельной отдачи может быть представлен графически на основе анализа кривых общего, среднего и предельного продуктов некоего переменного фактора F (рис. 10.1). Наиболее яркую динамику имеет кривая MP_F : увеличиваясь, предельный продукт быстро достигает максимума в точке A' и с этого момента начинает уменьшаться, демонстрируя снижение отдачи фактора F . Отражая скорость приращения общего продукта, динамика предельного продукта определяет форму и наклон кривых TP_F и AP_F .

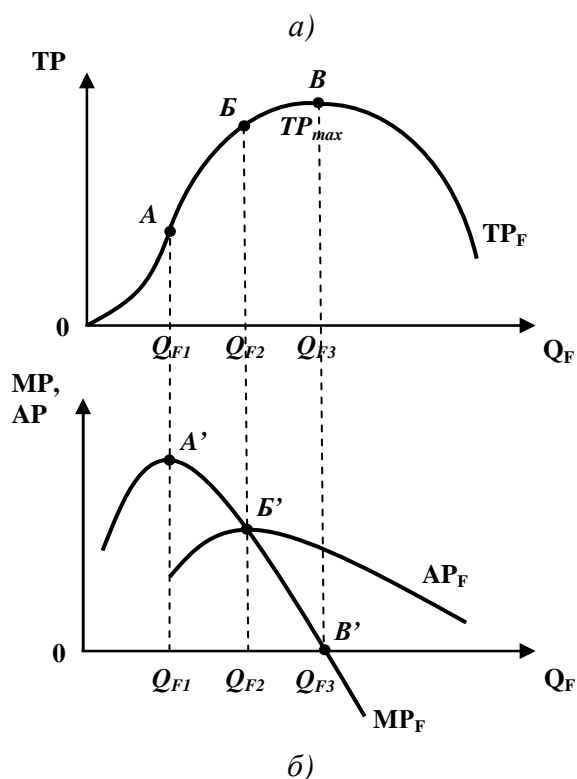


Рис. 10.1. Динамика продукта производства в соответствии с законом убывающей предельной отдачи: а) кривая общего продукта; б) кривые предельного и среднего продуктов

Можно выделить четыре этапа приращения общего продукта, отражаемые на кривой TP_F отрезками OA , AB , BB и $B\infty$, которые соответствуют отрезкам OA' , $A'B'$, $B'B'$ и $B'\infty$ на кривых MP_F и AP_F :

1) отрезок OA (OA'): предельный продукт возрастает ускоренными темпами, значит, общий и средний продукты растут быстрее, чем затраты переменного фактора;

2) отрезок AB ($A'B'$): предельный продукт снижается, но его величина больше среднего продукта, поэтому общий продукт продолжает возрастать быстрее, чем количество фактора;

3) отрезок BB ($B'B'$): предельный продукт снижается, и его величина становится меньше среднего продукта, поэтому общий продукт возрастает медленнее, чем количество переменного фактора;

4) отрезок $B\infty$ ($B'\infty$): предельный продукт становится меньше нуля, поэтому общий продукт, преодолев точку максимума, уменьшается.

Таким образом, отрезок OA (OA') отражает зону *возрастающей предельной отдачи* фактора производства, отрезок AB ($A'B'$) – зону *убывающей предельной отдачи*, отрезок $B\infty$ ($B'\infty$) – зону *отрицательной предельной отдачи*.

Границы указанных отрезков – точки A , B , B (A' , B' , B') – соответствуют конкретным количествам переменного фактора F . В частности, в точке A' при количестве фактора Q_{F1} предельный продукт достигает максимума. В точке B' при количестве фактора Q_{F2} достигает максимума средний продукт, а в точке B' при количестве фактора Q_{F3} достигает максимума общий продукт.

На основе графического анализа можно сделать несколько важных выводов относительно взаимосвязи общего, среднего и предельного продуктов. *Во-первых*, поскольку предельный продукт является производной функции общего продукта, то в определенной точке на кривой TP_F он равен тангенсу угла наклона касательной к кривой в данной точке. *Во-вторых*, общий продукт достигает максимума, когда предельный продукт равен нулю. Это имеет

большое практическое значение, так как рациональный субъект использует ресурс только тогда, когда предельная отдача от него положительна. В-третьих, кривая предельного продукта пересекает кривую среднего продукта в точке максимума последнего. В-четвертых, сопоставление предельного и среднего продуктов определяет соотношение прироста продукции и затрат: экономия от масштаба возрастает, если $MP_F > AP_F$, и убывает, если $MP_F < AP_F$.

10.5. Предельный продукт и равновесие производителя. Правило наименьших издержек

Пусть фирма использует в производстве товара несколько факторов F_1, F_2, \dots, F_n , каждый из которых закупается по своей цене (P_1, P_2, \dots, P_n) и создает свой собственный предельный продукт $(MP_1, MP_2, \dots, MP_n)$. Фирма, работающая в условиях ограниченного бюджета, ставит целью получить максимум общего продукта от использования приобретаемых на данный бюджет ресурсов. Для этого она перераспределяет ресурсы в пользу тех факторов, которые производят больший продукт на рубль понесенных затрат. Таким образом, для достижения оптимальной комбинации ресурсов последние денежные единицы, затраченные на каждый фактор, должны принести одинаковый продукт, т.е.:

$$\frac{MP_1}{P_1} = \frac{MP_2}{P_2} = \dots = \frac{MP_n}{P_n}, \quad (10.8)$$

где MP_1, MP_2, \dots, MP_n – предельные продукты 1-го, 2-го, ..., n-го используемого фактора производства, P_1, P_2, \dots, P_n – цены 1-го, 2-го, ..., n-го приобретаемого фактора. Отношения $\frac{MP_1}{P_1}, \frac{MP_2}{P_2}, \dots, \frac{MP_n}{P_n}$ представляют собой *взвешенные предельные производительности факторов производства*, т.е. производительности, взвешенные на один рубль затрат, или предельные производительности одной денежной единицы затрат фирмы.

Равенство (10.8) называется *правилом наименьших издержек*, так как оно отражает технологически оптимальную структуру факторов производства, обеспечивающую минимизацию затрат и получение максимального продукта от каждого фактора. Поскольку у фирмы, достигшей технологического оптимума, нет стимула дальше перераспределять ресурсы, правило наименьших издержек является *условием равновесия производителя*. Данное правило действует не только в случае использования нескольких факторов, но и в случае задействования одного и того же фактора в разных производствах (видах деятельности).

Условие равновесия производителя аналогично известному из п. 9.6 условию равновесия потребителя (9.5), только вместо предельной полезности товара здесь фигурирует понятие предельного продукта фактора производства. Категории предельной полезности и предельного продукта имеют одинаковый экономический смысл: первая – с точки зрения потребления, вторая – с позиций производства.

Уравнение равновесия производителя можно записать по-другому:

$$\frac{MP_1}{MP_2} = \frac{P_1}{P_2}, \quad (10.9)$$

и тогда будет видно, что в условиях равновесия отношение предельных продуктов двух факторов производства равно отношению их цен.

10.6. Производственная функция с двумя переменными факторами. Изокванта

Пусть фирма использует не один, а два переменных фактора производства для выпуска заданного объема продукции, тогда производственная функция будет иметь вид:

$$Q = f(Q_{F1}, Q_{F2}), \quad (10.10)$$

где Q – постоянная величина объема выпуска, Q_{F1} и Q_{F2} – количества переменных факторов, используемых в производстве заданного объема Q .

Факторы производства могут использоваться вместе, а могут в определенной степени заменять друг друга. Один и тот же объем выпуска может быть достигнут при различных сочетаниях факторов. Если отложить комбинации двух факторов производства в виде точек на плоскости в системе координат (Q_{F1} , Q_{F2}), то, соединив их, можно получить линию равного выпуска продукта, или изокванту.

Изокванта (от лат. слова «*iso*» – равный и «*quant*» – количество) – это графическое отражение непрерывной производственной функции (10.10), это кривая, показывающая различное сочетание факторов производства для выпуска одинакового количества продукции. Геометрически изокванта представляет собой множество точек (Q_{F1} ; Q_{F2}), каждая из которых отражает комбинацию факторов, обеспечивающих одинаковый выпуск продукции (рис. 10.2). Обычно в качестве ключевых факторов производства выступают труд и капитал, поэтому в двухфакторной модели производственной функции фигурируют, как правило, параметры L – количество труда (от слова *labor* – труд) и K – количество капитала.

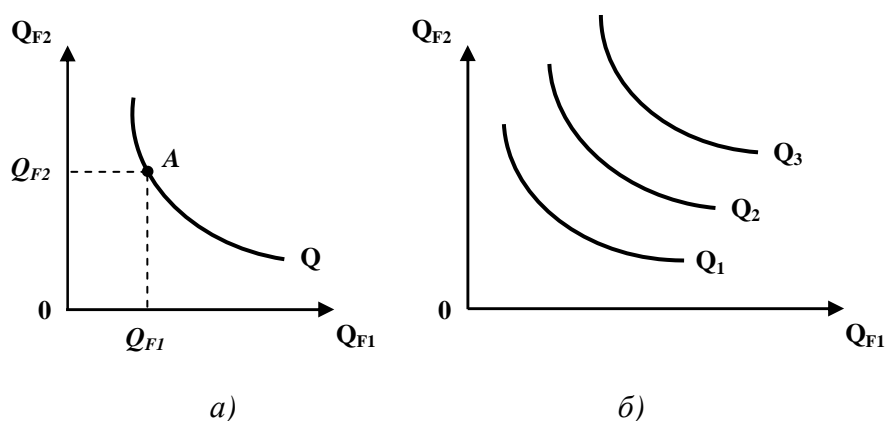


Рис. 10.2. Построение изоквант:
а) через точку;
б) карта изоквант

По своей сути изокванта аналогична кривой безразличия потребителя (п. 9.8), поэтому для изоквант характерны те же принципы построения и свойства, что и для кривых безразличия. Так, изокванта может быть проведена через любую точку в пространстве ресурсов, например, через точку A с комбинацией ресурсов (Q_{F1} ; Q_{F2}) (рис. 10.2, а). Данная изокванта отражает объем выпуска Q . Естественно, что разный уровень выпуска представляется различными изоквантами. Чем правее и выше расположена изокванта, тем больший объем выпуска она отражает, так как каждый объем требует большего количества факторов производства. Совокупность изоквант, соответствующих различным объемам выпуска при использовании одной и той же технологии, представляет карту изоквант, в которой $Q_3 > Q_2 > Q_1$ (рис. 10.2, б). При этом, если одна изокванта показывает возможности выбора технологических комбинаций факторов производства в краткосрочном периоде (при постоянном выпуске), то карта изоквант может отражать взаимосвязь роста количества затрачиваемых ресурсов и роста выпуска продукции как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах.

10.7. Свойства изоквант. Предельная норма технологического замещения

10.7.1. Некоторые свойства изоквант

Изокванты, отражающие стандартную производственную функцию, обладают рядом важных свойств.

1. *Изокванты имеют отрицательный наклон.* Отрицательный наклон объясняется обратной зависимостью между количествами двух факторов: чтобы выпуск продукции оставался постоянным, при сокращении использования одного фактора фирма должна компенсировать это сокращение наращиванием использования другого фактора, и наоборот.

2. *Две изокванты не могут пересекаться,* т.е. иметь общую точку, так как одна и та же комбинация факторов не может соответствовать двум разным объемам выпуска.

3. Несмотря на множество имеющихся комбинаций ресурсов, *рациональное сочетание факторов производства возможно лишь в пределах зоны эффективного технологического*

замещения (зоны субституции). Зона субституции – участок изокванты, за пределами которой исчерпываются возможности взаимной замены факторов производства. Данная зона ограничена точками, в которых количество одного из факторов является минимально допустимым, т.е. таким, от которого нельзя отказаться при существующей технологии. Например, на сегодняшний день невозможно автоматизировать труд учителя (заменить ресурс труда капиталом) или использовать ручной труд на тяжелых производствах (заменить капитал трудом). Зона технологического замещения представлена на рис. 10.3 отрезком *АВ*.

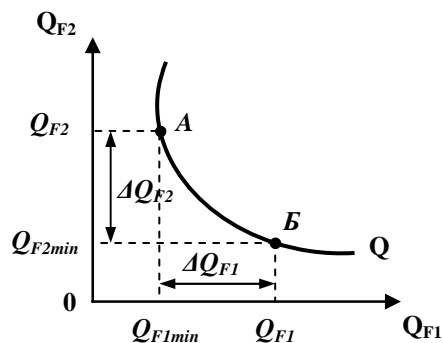


Рис. 10.3. Зона технологического замещения на изокванте

4. Тип производственной функции, форма и наклон изокванты зависят от особенностей используемой технологии. Технология формирует структуру ресурсов, характер взаимосвязи между ними, а также определяет предельную норму технологического замещения, в соответствии с которой один фактор производства может быть заменен другим фактором при сохранении того же объема выпуска.

10.7.2. Предельная норма технологического замещения

Предельная норма технологического замещения – это количество одного фактора производства, от которого производитель должен отказаться, чтобы использовать дополнительную единицу другого фактора, так, чтобы общий объем выпуска остался прежним. При замещении капитала трудом, т.е. при росте количества ресурса труда и снижении количества капитала, формула предельной нормы технологического замещения имеет вид:

$$MRTS_{LK} = \frac{\Delta K}{\Delta L}, \quad (10.11, a)$$

где $MRTS_{LK}$ (от англ. слов *Marginal Rate of Technical Substitution*) – предельная норма технологического замещения капитала трудом, ΔL и ΔK – абсолютные значения изменений (приращений) количеств ресурсов труда и капитала. Важно отметить, что в числителе формулы $MRTS_{LK}$ фигурирует именно ΔK , отражающее количество уменьшаемого, жертвуемого ресурса.

Если на основе формулы (10.5) представить ΔL и ΔK как отношения $\frac{\Delta Q}{MPL}$ и $\frac{\Delta Q}{MPK}$, то предельную норму технологического замещения можно записать как:

$$MRTS_{LK} = \frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MPK}{MPL}, \quad (10.11, б)$$

где MP_L и MP_K – предельные продукты труда и капитала.

В случае замещения труда капиталом, т.е. при увеличении количества капитала и снижении количества труда, формула предельной нормы технологического замещения примет вид:

$$MRTS_{KL} = \frac{\Delta L}{\Delta K} = \frac{MPL}{MPK}. \quad (10.12)$$

Формулы (10.11) и (10.12) показывают, что $MRTS$, по сути, это прирост продукта от увеличения количества замещающего фактора, который компенсирует потерю продукта в результате уменьшения использования замещаемого фактора.

Предельная норма технологического замещения имеет следующие свойства.

1. Поскольку $MRTS$ выражает отношение приращений количеств двух факторов производства ΔL и ΔK , то для непрерывного случая *предельная норма технологического замещения является значением производной функции, отражаемой изоквантой*:

$$MRTS_{LK} = Q' = \frac{dK}{dL}; \quad MRTS_{KL} = Q' = \frac{dL}{dK}. \quad (10.13)$$

Графически это значит, что в любой точке изокванты предельная норма технологического замещения равна абсолютному значению тангенса угла наклона касательной к оси, по которой откладывается количество замещающего фактора. Тангенс угла наклона касательной всегда отрицателен, так как зависимость между ΔL и ΔK обратная. Значение же $MRTS$ является положительным, поскольку характеризует некое количество жертвуемого ресурса, и равно абсолютной величине угла наклона кривой.

2. Величина предельной нормы технологического замещения *зависит от особенностей используемой технологии*. Чем больше единиц капитала требуется для замещения одной единицы ресурса труда, тем более капиталоемкой (и одновременно трудосберегающей) является технология. При такой технологии $MRTS_{LK}$ будет относительно большой, $MRTS_{KL}$ – маленькой, а форма изокванты, построенной в системе «труд–капитал» («L; K») – более крутой (рис. 10.4, а).

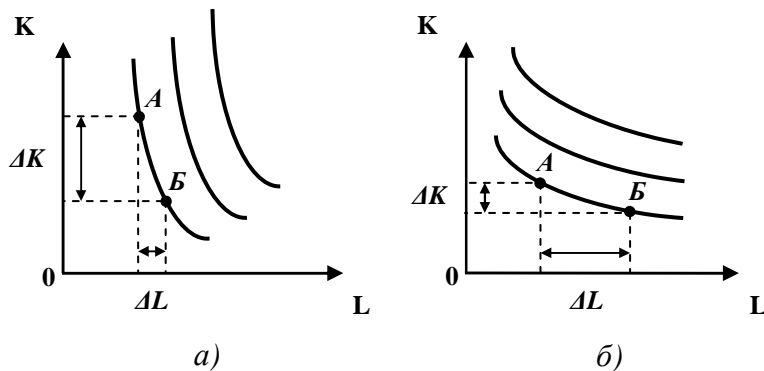


Рис. 10.4. Графическое отражение предельной нормы технологического замещения:

а) в случае капиталоемкой технологии;
б) в случае трудоемкой технологии

И наоборот, чем больше единиц труда требуется для замещения одной единицы капитала, тем более трудоемкой (и одновременно фондосберегающей) является технология. В данном случае $MRTS_{LK}$ будет относительно малой, $MRTS_{KL}$ – большой, а форма изокванты – более полой (рис. 10.4, б).

3. По мере роста использования одного фактора производства *предельная норма технологического замещения данным фактором другого фактора уменьшается*, что связано с действием закона убывающей предельной отдачи. Чем в меньшей степени факторы производства могут заменить друг друга, тем быстрее убывает $MRTS$, и тем более выпуклой к началу координат будет изокванта. В частности, при замещении капитала трудом наблюдается постоянное уменьшение величины $MRTS_{LK}$ за счет снижения величины ΔK при равномерном росте используемого количества ресурса труда – ΔL (рис. 10.5).

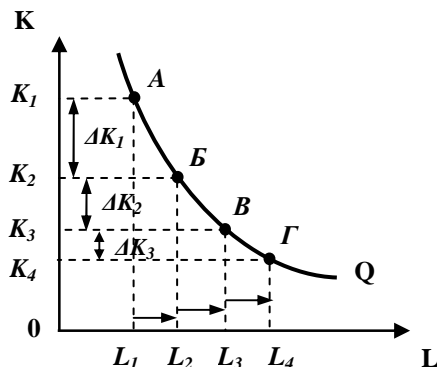


Рис. 10.5. Уменьшение предельной нормы технологического замещения

Чем больше используется ресурса труда, тем меньше производительность каждой последующей его единицы, и тем менее целесообразна замена капитала, производительность которого растет, на труд. Принимая приращение ресурса труда как постоянную величину ΔL при движении из точки A в B и далее до B и G , данную ситуацию можно отразить неравенством:

$$MRTS_{LK1} > MRTS_{LK2} > MRTS_{LK3}, \quad \text{или} \quad \frac{\Delta K1}{\Delta L} > \frac{\Delta K2}{\Delta L} > \frac{\Delta K3}{\Delta L}. \quad (10.14)$$

Следует отметить, что сформулированные выше свойства изоквант и предельной нормы технологического замещения характерны, главным образом, для стандартных случаев, описываемых производственной функцией Кобба–Дугласа. Однако, существуют разные типы производственных функций, которые определяют специфику зависимости затрат ресурсов и объема выпуска.

10.8. Основные виды производственных функций

Как было отмечено в п. 10.7.1, технология определяет структуру использования ресурсов и характер взаимосвязи между ними. От этого зависит и тип производственной функции. В микроэкономическом анализе выделяют четыре основных типа производственных функций:

- 1) линейные функции, характерные для ресурсов – совершенных заменителей (совершенных субститутов);
- 2) функции В. Леонтьева, характерные для ресурсов – совершенных дополнителей (совершенных комплементов);
- 3) ломаные изокванты Купманса–Канторовича, соединяющие в себе варианты использования ресурсов – совершенных субститутов и совершенных комплементов;
- 4) непрерывные функции Кобба–Дугласа, характерные для ресурсов, являющихся в определенной степени и субститутами, и комплементами.

10.8.1. Линейная производственная функция

Линейная функция, описывающая производство с ресурсами – совершенными заменителями, имеет вид:

$$Q = aK + bL, \quad (10.15)$$

где Q – постоянный объем выпуска, K и L – количество ресурсов капитала и труда соответственно, a и b – положительные коэффициенты, показывающие пропорцию взаимного замещения ресурсов. Учитывая, что a и b являются постоянными, то капитал и труд замещаются друг другом в постоянном соотношении. Самый простой случай замещения наблюдается, когда a и b равны единице, т.е. когда одна единица труда (капитала) замещается строго одной единицей капитала (труда).

Уравнение изокванты, выражающее зависимость между K и L , можно записать:

$$K = \frac{Q}{a} - \frac{b}{a}L \quad (10.16, a)$$

или аналогично

$$L = \frac{Q}{b} - \frac{a}{b}K. \quad (10.16, б)$$

Отношения коэффициентов a и b отражают предельную норму технологического замещения. Поскольку для линейной функции $MP_K = a$ и $MP_L = b$, то:

$$MRTS_{LK} = \frac{MP_L}{MP_K} = \frac{b}{a} = const; \quad MRTS_{KL} = \frac{MP_K}{MP_L} = \frac{a}{b} = const, \quad (10.17)$$

где $MRTS_{LK}$ – норма замещения капитала трудом, $MRTS_{KL}$ – норма замещения труда капиталом.

Изокванты, описываемые уравнениями (10.16), представляют собой прямые с отрицательным наклоном (рис. 10.6). Величина $MRTS$, характеризующая угол наклона изокванты α , одинакова в любой точке кривой.

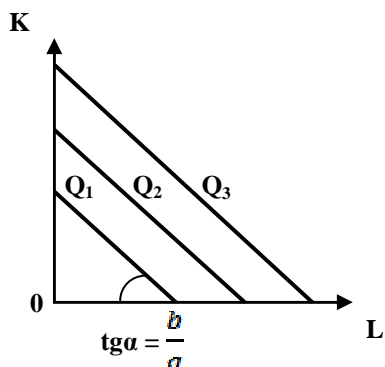


Рис. 10.6. Изокванты в случае ресурсов – совершенных заменителей

Как и в стандартных случаях, изокванты, отражающие более высокий объем выпуска располагаются выше и правее изоквант с меньшим объемом выпуска. Все изокванты параллельны друг другу, так как предельная норма технологического замещения, определяемая используемой технологией, одинакова при любых объемах производства.

10.8.2. Производственная функция В. Леонтьева

Функция, описывающая производство с ресурсами – совершенными дополнителями, называется леонтьевской в честь американского ученого российского происхождения Василия Леонтьева (1905–1999), который положил эту функцию в основу метода экономического анализа «затраты–выпуск». Данная функция имеет вид:

$$Q = \min\{aK, bL\}, \quad (10.18)$$

где a и b – коэффициенты, характеризующие пропорцию взаимного дополнения ресурсов. Самый простой случай дополняемости наблюдается, когда a и b равны единице, т.е. когда одна единица труда используется вместе с одной единицей капитала, например, один рабочий и один станок, один программист и один компьютер.

Учитывая, что a и b являются постоянными, то капитал и труд дополняют друг друга в постоянном соотношении. Оптимальное сочетание ресурсов для определенного объема выпуска отражается точкой (L_{opt}, K_{opt}) , поэтому добавление дополнительного количества одного из ресурсов нерационально, так как не увеличивает объем выпуска. Все возможные наборы, включающие оптимальные количества L_{opt} или K_{opt} , лежат на изокванте с исходным набором (L_{opt}, K_{opt}) , а сама кривая имеет вид буквы L (рис. 10.7).

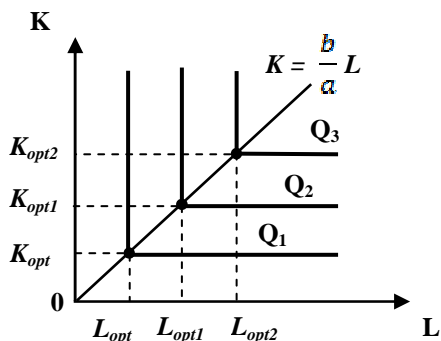


Рис. 10.7. Изокванты в случае ресурсов – совершенных дополнителей

Совершенное дополнение предполагает выполнение условия $a \cdot K = b \cdot L$, или $K/L = b/a$, поэтому уравнение изокванты, описываемой леонтьевской функцией, имеет вид:

$$L = \frac{Q}{b}, \text{ если } K \geq \frac{b}{a} L; \quad K = \frac{Q}{a}, \text{ если } K \leq \frac{b}{a} L, \quad (10.19)$$

где $K = \frac{b}{a}L$ – уравнение линии, соединяющей оптимальные точки изоквант всех уровней.

Для того, чтобы увеличить объем выпуска с Q_1 до Q_2 , фирме необходимо нарастить количество обоих ресурсов – и труда, и капитала – в требуемой пропорции и, в итоге, перейти на изокванту более высокого уровня в точку (L_{opt1}, K_{opt1}) .

Поскольку факт замещения ресурсами друг друга отсутствует, то увеличение количества одного фактора производства не сопровождается уменьшением количества другого:

$$MRTS = \frac{0}{\Delta L} = \frac{0}{\Delta K} = 0 \quad , \quad (10.20)$$

т.е. предельная норма технологического замещения равна нулю.

10.8.3. Изокванты Купманса–Канторовича

Функции, представляемые графически ломаными изоквантами, отражают производство с ограниченным числом технологических вариантов, когда при определенных комбинациях факторы производства дополняют друг друга, а при других комбинациях – могут друг друга замещать. Участки полного (совершенного) дополнения и полного замещения чередуют друг друга, в результате изокванта принимает вид ломаной линии (рис. 10.8, а). Такого рода изокванты носят имена американского экономиста Гьяллинга Купманса (1910–1985) и советского ученого Леонида Канторовича (1912–1986), внесших весомый вклад в теорию оптимального распределения ресурсов.

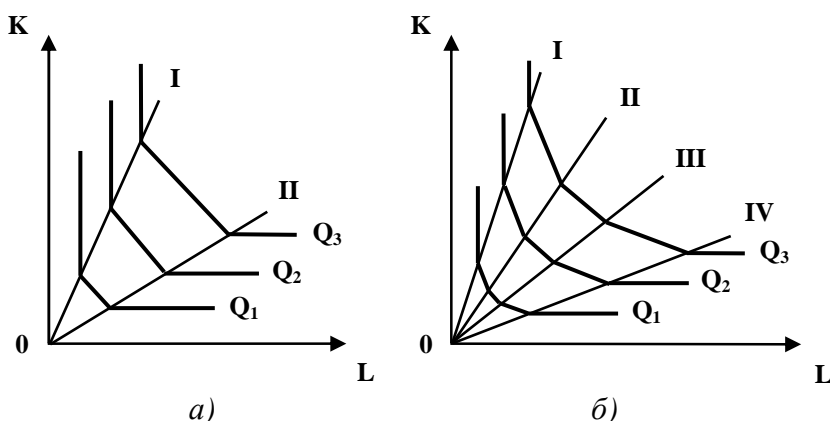


Рис. 10.8. Изокванты Купманса–Канторовича:
а) в случае двух технологических вариантов;
б) в случае четырех технологических вариантов

На рис. 10.8, а изображена изокванта, соответствующая производству с двумя технологическими вариантами. Данные варианты представлены лучами I и II, соединяющими точки изломов с одинаковой пропорцией дополнения. Если количество технологических вариантов производства будет возрастать, то количество точек излома также будет увеличиваться (рис. 10.8, б). В результате ломаная изокванта будет стремиться к гладкому, ровному, стандартному виду. Можно сказать, что гладкая изокванта стандартного вида является некой упрощенной формой ломаной изокванты и математически соответствует непрерывной функции Кобба–Дугласа.

10.8.4. Производственная функция Кобба–Дугласа

Функция Кобба–Дугласа описывает взаимосвязь объема выпуска и объема затраченных ресурсов (как правило, капитала и труда), являющихся в определенной степени и субститутами, и комплементами. Функция впервые была предложена шведским экономистом Кнутом Викселлем (1851–1926), но названа в честь американских экономистов Чарльза Кобба и Пола Дугласа, которые в 1928 году использовали ее, изучая влияние затрат капитала и труда на объем выпуска в обрабатывающей промышленности США. Функция имеет вид:

$$Q = A \cdot K^{\alpha} L^{\beta} \quad , \quad (10.21)$$

где A – коэффициент, отражающий уровень текущей технологической производительности (в краткосрочном периоде коэффициент A является постоянным), α и β – степенные коэффициенты в интервале $(0, 1)$, показывающие, на сколько процентов изменится выпуск продукции, если затраты соответствующего фактора (капитала либо труда) изменятся на 1%. По сути, коэффициенты α и β являются показателями эластичности объема выпуска по капитальным и трудовым затратам соответственно:

$$\alpha = \frac{\Delta Q}{\Delta K} \cdot \frac{K}{Q}; \quad \beta = \frac{\Delta Q}{\Delta L} \cdot \frac{L}{Q}. \quad (10.22)$$

Можно сказать, что коэффициенты α и β характеризуют влияние экстенсивных факторов на рост производства, а показатель A – интенсивных факторов, или технологии.

Если предельные продукты капитала и труда MP_K и MP_L представить как производные от совокупного продукта следующим образом:

$$MP_K = TP_K' = \alpha \cdot AK^{\alpha-1} L^\beta \cdot \frac{K}{K} = \alpha \cdot \frac{Q}{K}, \quad (10.23, a)$$

$$MP_L = TP_L' = \beta \cdot AK^\alpha L^{\beta-1} \cdot \frac{L}{L} = \beta \cdot \frac{Q}{L}, \quad (10.23, б)$$

то можно найти предельную норму технологического замещения одного фактора другим:

$$MRTS_{LK} = \frac{MPL}{MPK} = \frac{\beta}{\alpha} \cdot \frac{K}{L}, \quad (10.24, a)$$

$$MRTS_{KL} = \frac{MPK}{MPL} = \frac{\alpha}{\beta} \cdot \frac{L}{K}, \quad (10.24, б)$$

где $MRTS_{LK}$ – норма технологического замещения капитала трудом, $MRTS_{KL}$ – норма технологического замещения труда капиталом.

Также математически несложно доказать следующие равенства:

$$\alpha = \frac{MPK}{APK}; \quad \beta = \frac{MPL}{APL}, \quad (10.25)$$

где MP_K и AP_K – предельный и средний продукты капитала, MP_L и AP_L – предельный и средний продукты труда.

Если каждый из факторов приобретается производителем за цену, равную его предельному продукту в стоимостном выражении, то α и β показывают доли капитала и труда в создании общего продукта. Например, если функция имеет вид $Q = K^{0,6} L^{0,4}$, то доля затрат капитала в создании совокупного продукта оценивается в 60%, а доля труда – 40%.

Функция Кобба–Дугласа имеет ряд математических свойств, позволяющих использовать ее для решения практических задач по оптимизации затрат ресурсов. Самыми важными свойствами являются:

- 1) непрерывность и дифференцируемость во всех точках;
- 2) если количество хотя бы одного фактора производства равно нулю, то объем выпуска тоже равен нулю. Данное свойство говорит о невозможности абсолютного замещения одного фактора другим, возможно лишь частичное замещение в рамках зоны субституции;
- 3) монотонность возрастания по каждому из аргументов. Согласно этому свойству, увеличение количества использования хотя бы одного фактора производства приводит к росту объема выпуска;
- 4) постоянное убывание предельного продукта (предельной производительности) фактора, количество которого становится больше;
- 5) постоянство соотношения β/α , так как коэффициенты α и β являются постоянными. Учитывая, что производственная функция предполагает минимизацию затрат для заданного объема выпуска, то нарушение пропорции между трудом и капиталом β/α при неизменной

технологии приводит к отклонению от оптимальных параметров выпуска и снижению эффективности производства;

б) *выпуклость изокванты к началу координат*. Функция Кобба–Дугласа графически отражается изоквантой стандартного вида, каждая точка которой демонстрирует непрерывную, но не совершенную замещаемость ресурсов.

10.9. Производственная функция и эффект масштаба производства

Функция Кобба–Дугласа позволяет оценить не только вклад каждого из факторов в создание общего продукта, но и совокупную отдачу всех факторов, или эффект масштаба производства. *Эффект масштаба производства (отдача от масштаба)* показывает степень экономии ресурсов на единицу продукции при росте объема выпуска. Эффект масштаба может быть:

1) *положительным*, когда рост объема выпуска опережает рост затрат ресурсов, и отдача от масштаба, т.е. экономия затрат на единицу продукции, возрастает;

2) *нейтральным*, когда рост объема выпуска соответствует росту затрат ресурсов, и отдача от масштаба является постоянной;

3) *отрицательным*, когда рост затрат ресурсов опережает рост объема выпуска, и отдача от масштаба убывает.

Для определения эффекта масштаба используется показатель степени однородности функции t , равный сумме коэффициентов α и β . Степень однородности t означает, что при росте затрат капитала и труда в n раз, объем выпуска увеличивается в n^t раз:

$$Q(nK, nL) = n^t \cdot Q(K, L). \quad (10.26)$$

Таким образом, если $\alpha + \beta > 1$, т.е. $t > 1$, то наблюдается положительный эффект масштаба, что характерно для развивающейся фирмы:

$$Q(nK, nL) > n \cdot Q(K, L) \quad \text{или} \quad n^t Q > nQ. \quad (10.27, а)$$

Если $\alpha + \beta = 1$, т.е. $t = 1$, то наблюдается нейтральный эффект масштаба:

$$Q(nK, nL) = n \cdot Q(K, L) \quad \text{или} \quad n^t Q = nQ. \quad (10.27, б)$$

Если $\alpha + \beta < 1$, т.е. $t < 1$ и, то имеет место отрицательный эффект масштаба:

$$Q(nK, nL) < n \cdot Q(K, L) \quad \text{или} \quad n^t Q < nQ. \quad (10.27, в)$$

Эффект масштаба можно наглядно представить с помощью изоквант. На рис. 10.9 по осям координат отложен равномерный рост количества труда и капитала. Также представлены карты изоквант с равномерно растущим объемом выпуска.

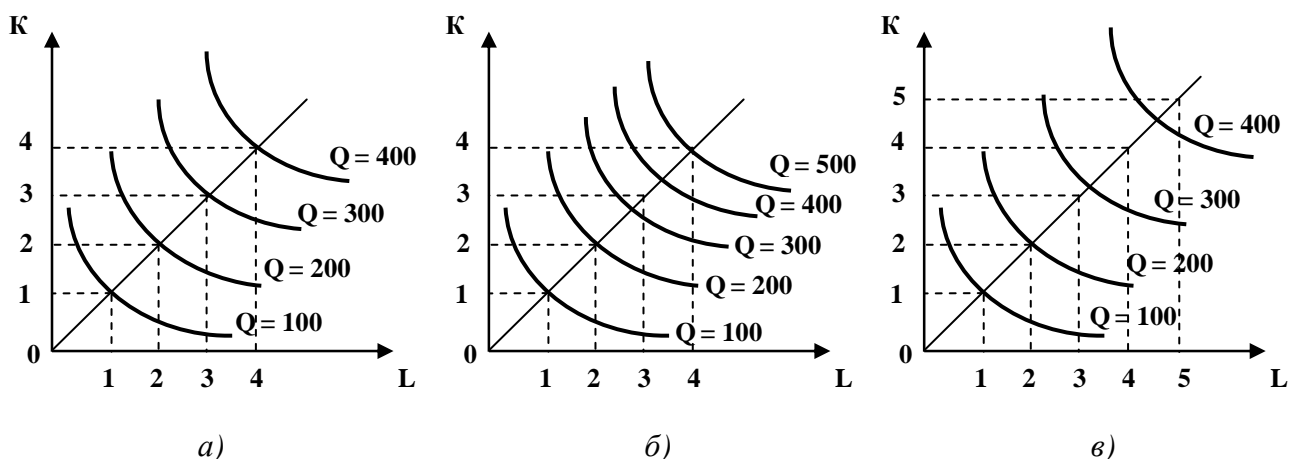


Рис. 10.9. Эффект масштаба производства на карте изоквант:
а) нейтральный; б) положительный; в) отрицательный

Из рис. 10.9, *а* видно, что объем выпуска растет пропорционально росту затрат ресурсов, и изокванты располагаются на одинаковом расстоянии друг от друга. Такое расположение изоквант соответствует нейтральному эффекту масштаба производства.

Рис. 10.9, *б* демонстрирует ускоренный рост производства по сравнению с ростом затрат, так как изокванты располагаются друг к другу все ближе и ближе. Уменьшение расстояния между изоквантами, отражающими равномерный рост выпуска, соответствует положительному эффекту масштаба.

На рис. 10.9, *в* видно отставание роста выпуска по сравнению с ростом затрат, так как изокванты располагаются друг от друга все дальше. Увеличение расстояния между изоквантами, отражающими равномерный рост выпуска, соответствует отрицательному эффекту масштаба производства.

10.10. Изокоста и ее свойства

10.10.1. Бюджетные ограничения фирмы и изокоста

Так же, как и отдельный потребитель, фирма действует в условиях бюджетных ограничений. Бюджет определяет всю совокупность технологических комбинаций факторов производства, доступных фирме при заданных ценах ресурсов. Граница бюджетных ограничений фирмы графически представляется изокостой, или бюджетной линией производителя.

Изокоста (от лат слова «*iso*» – равный и «*cost*» – расходы) – это линия, каждая точка которой показывает комбинацию факторов производства с одинаковой совокупной стоимостью. Изокоста отражает ситуацию, когда фирма полностью расходует запланированный бюджет на приобретение ресурсов, поэтому ее называют еще *линией равных издержек*. Если в качестве факторов производства используются капитал и труд, то уравнение изокосты имеет вид:

$$r \cdot K + w \cdot L = TC, \quad (10.28)$$

где r (от англ. слова *rate*) – цена капитала, w (от англ. слова *wage*) – цена ресурса труда, K и L – приобретаемое количество ресурсов капитала и труда, TC (от англ. слов *Total Cost*) – общие издержки фирмы на ресурсы. Произведения $r \cdot K$ и $w \cdot L$ характеризуют издержки фирмы на покупку ресурсов капитала и труда соответственно.

Если выразить количество одного фактора производства через количество другого, то получится следующий вид уравнения изокосты:

$$K = \frac{TC}{r} - \frac{w}{r} \cdot L \quad (10.29, a)$$

или

$$L = \frac{TC}{w} - \frac{r}{w} \cdot K. \quad (10.29, б)$$

Уравнения 10.28 и 10.29 отражают линейный тип обратной зависимости, поэтому изокоста – это ниспадающая прямая (рис. 10.10). Параметры $\frac{TC}{r}$ и $\frac{TC}{w}$ в уравнениях показывают максимальные количества ресурсов капитала и труда K_{max} и L_{max} , которые может приобрести фирма на запланированный бюджет при текущих ценах. На рис. 10.10 видно, что бюджетная линия, построенная в системе координат «труд – капитал» (« L ; K »), пересекает ось абсцисс в точке с координатами $(L_{max}, 0)$ и ось ординат – в точке с координатами $(0, K_{max})$.

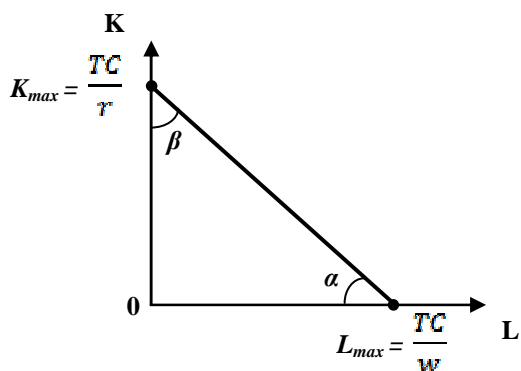


Рис. 10.10. Изокоста

Отношения цен ресурсов $\frac{w}{r}$ и $\frac{r}{w}$ определяют наклон изокосты к оси абсцисс ($\text{tg}\alpha$) и к оси ординат ($\text{tg}\beta$):

$$\text{tg}\alpha = \frac{TC}{r} : \frac{TC}{w} = \frac{w}{r}; \quad \text{tg}\beta = \frac{TC}{w} : \frac{TC}{r} = \frac{r}{w}. \quad (10.30)$$

10.10.2. Некоторые свойства изокосты

Построение изокосты аналогично построению бюджетной линии потребителя, поэтому изокоста имеет те же свойства, что и бюджетная линия. Основными свойствами изокосты являются следующие.

1. *Изокоста имеет отрицательный наклон*, так как отражает обратную связь между количествами двух факторов производства. Фирма не может увеличить использование одного фактора без уменьшения использования другого.

2. *Расположение изокосты в системе координат зависит от бюджета фирмы и уровня цен на факторы производства*. Чем выше бюджет и/или ниже цена факторов производства, тем большее количество ресурсов может приобрести фирма, и тем правее и выше от начала координат находится изокоста.

3. *Коэффициент наклона изокосты зависит от соотношения цен факторов производства* (формулы 10.30). Если количество ресурса труда откладывается по оси абсцисс, то, чем выше цена труда, тем больше внутренний угол наклона изокосты к оси абсцисс. Соответственно, чем выше цена капитала, тем больше внутренний угол наклона изокосты к оси ординат.

4. *Изменение бюджета фирмы вызывает параллельный сдвиг изокосты*. Увеличение бюджета при неизменных ценах ресурсов дает фирме возможность приобретать большее количество факторов производства, что сдвигает изокосту вправо вверх. И наоборот, уменьшение бюджета сокращает доступные количества ресурсов, и изокоста сдвигается влево вниз.

5. *Изменение цены одного из факторов производства меняет угол наклона изокосты*. При неизменном бюджете и постоянной цене одного фактора изменение цены другого фактора меняет соотношение цен ресурсов и, соответственно, угол наклона изокосты. В зависимости от того, как меняется цена (увеличивается либо уменьшается) происходит поворот изокосты по либо против часовой стрелки вокруг точки максимума фактора с неизменной ценой.

10.11. Равновесие производителя на карте изоквант

10.11.1. Понятие равновесия производителя и его графическое выражение

Фирма как рациональный субъект, действующий в условиях ограниченного бюджета, стремится достичь максимального объема выпуска при тех ресурсах, которые можно приобрести на имеющийся бюджет. *Равновесие производителя* – это состояние, при котором использование факторов производства позволяет достичь максимально возможного объема выпуска при имеющемся ограниченном бюджете. Набор факторов производства, обеспечи-

вающий достижение максимального объема выпуска, характеризует *оптимальную технологию производства*.

Состояние производителя, учитывающее и технологические особенности производства, и бюджетные ограничения, можно отразить, наложив изокосту на карту изоквант (рис. 10.11).

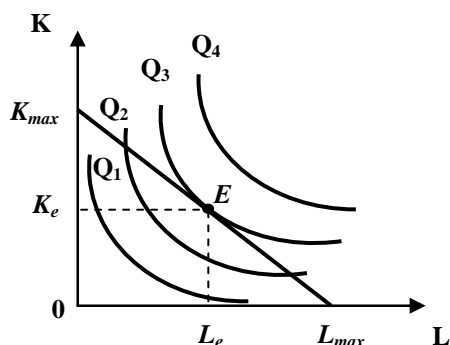


Рис. 10.11. Равновесие производителя на карте изоквант

Из всего множества комбинаций факторов производства только один набор, отражаемый точкой E , характеризует состояние равновесия производителя: во-первых, он доступен и рационален, так как лежит на бюджетной линии (изокосте), во-вторых, он принадлежит изокванте Q_3 , максимально удаленной вправо и соответствующей максимальному объему выпуска из всех доступных наборов. Таким образом, равновесие производителя достигается в *точке касания изокванты и изокосты*. Набор ресурсов (L_e, K_e) является равновесным, или оптимальным. Равновесие производителя на карте изоквант аналогично случаю потребительского равновесия, изображаемого на карте кривых безразличия (п. 9.12), и характеризуется теми же свойствами.

Поскольку изокванта и изокоста касаются друг друга, наклоны обоих графиков совпадают:

$$MRTS_{LK} = \frac{w}{r} \quad \text{или} \quad \frac{w}{r} = \frac{MPL}{MPK}. \quad (10.31)$$

Иными словами, в условиях равновесия *технологическая норма замещения, отражаемая соотношением предельных продуктов факторов производства, равна рыночной норме замещения, отражаемой соотношением цен факторов*.

10.11.2. Условия равновесия производителя и правило долей

Подытожив вышесказанное, можно обозначить три условия, характерных для состояния равновесия производителя, совокупность которых предполагает отсутствие стимулов для изменения технологии производства (изменения комбинации факторов производства):

- 1) достижение максимально возможного объема выпуска при данных затратах ресурсов;
- 2) полное расходование запланированного бюджета;
- 3) равенство технологической и рыночной норм замещения факторов производства.

Математически данные условия можно записать следующим образом:

- 1) $Q = A \cdot K^\alpha L^\beta \Rightarrow \max$;
- 2) $r \cdot K + w \cdot L = TC$;
- 3) $MRTS_{LK} = \frac{w}{r}$, или $\frac{MPL}{MPK} = \frac{w}{r}$.

Используя данные условия и зная уравнения функций изокванты и изокосты, можно найти оптимальную комбинацию факторов производства и предельную норму технологического замещения, не прибегая к графическому анализу. Так, если функция, отражаемая изоквантой, имеет стандартный вид $Q = A \cdot K^\alpha L^\beta$, а бюджет потребителя задан уравнением $r \cdot K + w \cdot L = TC$, то здесь возможно использование *правила долей*:

$$K = \frac{\alpha}{\alpha + \beta} \cdot \frac{TC}{r}; \quad L = \frac{\beta}{\alpha + \beta} \cdot \frac{TC}{w}, \quad (10.32)$$

$$MRTS_{LK} = \frac{\beta}{\alpha} \cdot \frac{K}{L}; \quad MRTS_{KL} = \frac{\alpha}{\beta} \cdot \frac{L}{K}. \quad (10.33)$$

где α и β – положительные константы, K и L – количества ресурсов капитала и труда, r и w – цены капитала и труда соответственно.

10.12. Кривая «путь развития»

Бюджет фирмы не остается неизменным, и его увеличение делает возможным приобретение дополнительного количества ресурсов и расширения производства.

Пусть первоначальное равновесие фирмы отражено стандартной ситуацией, такой, какая представлена на рис. 10.11, а бюджет фирмы постепенно увеличивается при неизменных ценах на факторы производства. Как было отмечено в п. 10.11, при росте бюджета изокоста сдвигается параллельно вправо вверх. Тогда каждому новому уровню бюджета будет соответствовать новая изокоста, а каждой новой изокосте – новая точка касания с очередной изоквантой. Линия, соединяющая все точки касания изокост и изоквант – E_1, E_2, E_3, E_4 и т.д., называется *линией «путь развитие» IO* (от англ. слов «input-output») (рис. 10.12). Данная линия представляет собой множество оптимальных наборов ресурсов труда и капитала, соответствующих каждому новому уровню бюджета фирмы.

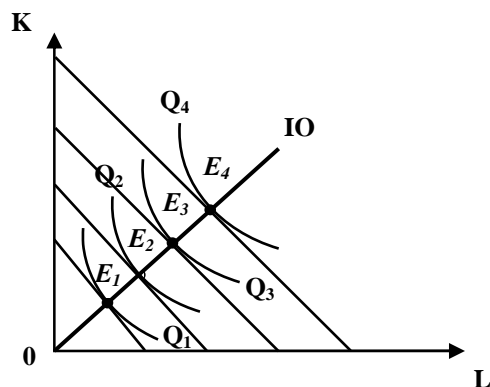


Рис. 10.12. Линия «путь развития»

Поскольку линия «путь развития» соединяет точки равновесия производителя, то ее форма и наклон зависят, во-первых, от особенностей используемой технологии, во-вторых, от соотношения цен факторов производства. Так, если фирма применяет трудоемкую технологию, т.е. наращивает количество ресурса труда при росте бюджета, то линия «путь развития» наклоняется в сторону оси OL и проходит более полого, а если использует капиталоемкую технологию – то в сторону оси OK и имеет более крутой наклон.

Если ресурс капитала является более дорогим по сравнению с ресурсом труда, т.е. соотношение $\frac{r}{w}$ относительно велико, и изокванты принимают пологий вид, то кривая «путь развития» будет склоняться к оси OL , демонстрируя предпочтительность замены дорогого капитала относительно дешевым ресурсом труда. Верно и наоборот: если ресурс труда является более дорогим по сравнению с капиталом, т.е. соотношение $\frac{w}{r}$ относительно велико, и изокванты принимают крутой вид, то кривая «путь развития» будет склоняться к оси OK , демонстрируя предпочтительность замены дорогого ресурса труда относительно дешевым капиталом.

10.13. Понятие издержек и критерии их классификации

Под издержками понимаются расходы фирмы на привлечение экономических ресурсов с целью использования их в производстве товаров и услуг. Как было отмечено в п. 10.2, величина издержек основывается на ценах приобретаемых ресурсов.

Расчет издержек, их классификация и методы их учета играют ключевую роль в деятельности фирмы, так как служат основой формирования ее прибыли. В микроэкономическом анализе используется следующая классификация издержек:

- 1) *по природе возникновения и виду учета*: внешние и внутренние (явные и неявные);
- 2) *по видам затрачиваемых ресурсов*: материальные затраты, заработная плата, амортизационные отчисления, различные платежи и т.д.;
- 3) *по зависимости от количества производимой продукции*: постоянные и переменные;
- 4) *по методу расчета на единицу продукции*: средние и предельные.

10.14. Внешние и внутренние издержки фирмы

Природа возникновения издержек связана, с одной стороны, с ограниченностью ресурсов, из-за которой фирмы вступают в конкуренцию друг с другом за обладание тем или иным ресурсом, с другой стороны, возможностью альтернативного использования любого из имеющихся ресурсов. В связи с этим все издержки можно разделить на внешние и внутренние.

Внешние издержки – это плата за ресурсы внешним по отношению к данной фирме поставщикам. Они включают в себя *текущие расходы* на сырье, материалы, комплектующие, электроэнергию, заработную плату с отчислениями, амортизацию, различного рода платежи (комиссионные, налоговые, кредитные, арендные и другие). Внешние издержки отражаются в бухгалтерском учете, поэтому их еще называют *бухгалтерскими*, или *явными издержками*.

Следует отметить, что приобретение объектов капитала, относящихся к основным средствам, например, покупка здания, транспортного средства, станков и оборудования, к текущим расходам не относится, так как является, по сути, простым переливом капитала из его денежной формы в реальную. В то же время расходы на обслуживание капитальных благ и восстановление их изношенной в процессе хозяйственной деятельности стоимости посредством амортизационных отчислений как раз являются текущими расходами, т.е. внешними, или бухгалтерскими, издержками.

Внутренние издержки – это альтернативные издержки (издержки упущенных возможностей), связанные с использованием собственного капитала фирмы и равные тем доходам, которые могли бы быть получены при наилучшем альтернативном использовании собственных ресурсов. Как правило, внутренние издержки включают в себя:

1) *издержки упущенных возможностей, связанные с использованием собственных денежных средств и капитальных благ*. Так, если предприниматель приобретает на собственные денежные средства оборудование, то процентный доход, который он мог бы получать при открытии банковского вклада на сумму этих денежных средств, будет относиться к внутренним издержкам;

2) *нормальную прибыль*, представляющую собой издержки упущенных возможностей, связанные с использованием предпринимательских способностей. Нормальная прибыль – это доход, который удерживает предпринимателя в данной сфере деятельности и отвлекает от другой возможной альтернативы трудоустройства. Обычно нормальная прибыль оценивается в сумме прежней зарплаты (дохода на прежнем месте работы).

Поскольку внутренние издержки не связаны с оплатой счетов поставщикам и не отражаются в бухгалтерском учете, то их еще называют *неявными*, или *вменными издержками*.

Сумма внешних и внутренних издержек равна *экономическим издержкам* фирмы. Экономические издержки наиболее полно и адекватно характеризуют все упущенные возможности фирмы по использованию ограниченных ресурсов.

10.15. Бухгалтерская и экономическая прибыль

В самом общем смысле прибыль представляет собой разницу между доходами (выручкой) фирмы и ее расходами (издержками). В соответствии с этим разница между выручкой и бухгалтерскими издержками представляет собой *бухгалтерскую прибыль*, а разница между

выручкой и экономическими издержками – *экономическую прибыль*. Экономическую прибыль также можно рассчитать как разницу между бухгалтерской прибылью и внутренними издержками.

Экономическая прибыль является наиболее реалистичным результатом хозяйственной деятельности фирмы. Считается, что фирма работает прибыльно, если экономическая (не бухгалтерская!) прибыль больше нуля. Если экономическая прибыль равна нулю, то считается, что фирма находится в точке безубыточности, и предприниматель получает лишь нормальную прибыль.

10.16. Понятие и структура себестоимости. Виды затрат фирмы

Себестоимость – это выраженные в денежной форме явные затраты на производство и реализацию продукции. Понятие себестоимости соответствует понятию внешних (бухгалтерских) издержек. В себестоимость включаются следующие виды затрат.

1. *Материальные затраты*. К материальным затратам относятся:

а) затраты на приобретение сырья, материалов, запасных частей, комплектующих, тары, топлива, воды, энергии, отопления;

б) оплата работ и услуг производственного характера (например, транспорт, контроль, техобслуживание, связь, оргтехника);

в) расходы на содержание и эксплуатацию природоохранных сооружений.

2. *Затраты на оплату труда*. К данным затратам относятся:

а) суммы, начисленные по тарифным ставкам и должностным окладам;

б) премии, надбавки к тарифным ставкам и окладам за профессиональные достижения;

в) начисления стимулирующего или компенсирующего характера за работу в ночное время, в выходные и праздники, в многосменном режиме, а также за совмещение профессий;

г) надбавки по районным коэффициентам, за работу в районах Крайнего Севера;

д) суммы платежей по договорам обязательного и добровольного страхования.

3. *Социальные отчисления в Пенсионный фонд, Фонд социального страхования, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования*. Данные отчисления осуществляются работодателем, а их величина определяется уровнем оплаты труда каждого работника на основе установленных федеральным законом ставок.

4. *Амортизационные отчисления* – средства, направляемые на восстановление основного капитала. Величина амортизационных отчислений определяется, с одной стороны, балансовой стоимостью основных фондов и нематериальных активов, с другой стороны, утвержденным порядком и нормами амортизации.

5. *Прочие расходы*. К прочим расходам относятся:

а) налоги и сборы, платежи по страхованию имущества фирмы;

б) расходы по обслуживанию объектов жилищной и коммунальной сферы фирмы (жилой фонд, общежития, детские сады, лагеря, базы отдыха, санатории и т.д.);

в) маркетинговые расходы, связанные с анализом рынка и деятельностью по продвижению товара (реклама, участие в ярмарках и выставках, формирование торгово-сбытовых сетей, разработка торговых марок и т.д.);

г) оплата услуг связи, банков, юридических и аудиторских фирм, сторожевой и пожарной охраны, транспорта и других субъектов социально-экономической инфраструктуры;

д) арендные и лизинговые платежи, процентные платежи по кредитам и займам;

е) командировочные, расходы на подготовку и переподготовку кадров и другие.

В зависимости от того, какие виды затрат преобладают в производственной деятельности фирмы, выделяют капиталоемкие (фондоемкие), трудоемкие, материалоемкие, энергоемкие, топливоемкие производства, а также производство со смешанным характером формирования себестоимости. Регулярный анализ структуры себестоимости позволяет определить направления и способы экономии затрат.

10.17. Постоянные и переменные издержки

Деление издержек на постоянные и переменные связано с периодами, в течение которых рассматривается динамика издержек. *Краткосрочным* называется период времени, в течение которого одни факторы производства являются постоянными, а другие – переменными. В данный период фирма имеет возможность за счет переменных факторов регулировать степень загрузки имеющихся производственных мощностей, например, менять длительность рабочего времени, численность рабочих, количество используемого сырья и т.п. При этом, масштаб самих производственных мощностей остается постоянным.

Долгосрочным является период, в течение которого все факторы являются переменными. В долгосрочном периоде фирма может изменить все параметры хозяйственной деятельности: и масштабы производственных мощностей, и стратегию развития. По сути, фирма может занять дополнительные рыночные ниши либо уйти из отрасли.

Постоянные издержки FC (от англ. слов *Fixed Cost*) – издержки, величина которых не зависит от объема выпускаемой продукции. Постоянные издержки существуют только в краткосрочном периоде. Примерами таких издержек являются амортизационные отчисления, проценты по кредиту, арендная плата, административно-управленческие расходы, некоторые виды налогов и другие расходы, которые необходимо осуществить, даже если производство продукции не осуществляется.

Переменные издержки VC (от англ. слов *Variable Cost*) – издержки, величина которых зависит от объема выпускаемой продукции и увеличивается (или уменьшается) пропорционально объему производства. Примерами переменных издержек служат затраты на сырье, материалы, топливо, сдельная заработная плата и т.п.

Сумма постоянных и переменных издержек образует *общие (совокупные, валовые) издержки TC* (от англ. слов *Total Cost*):

$$TC = FC + VC. \quad (10.34)$$

Любой вид издержек в математическом смысле является функцией от объема выпуска Q , так как представляет собой зависимость величины затрат от объема производства, в частности, $TC = f(Q)$. Функции издержек можно отразить графически в системе координат «выпуск – затраты» (Q, C) (рис. 10.13).

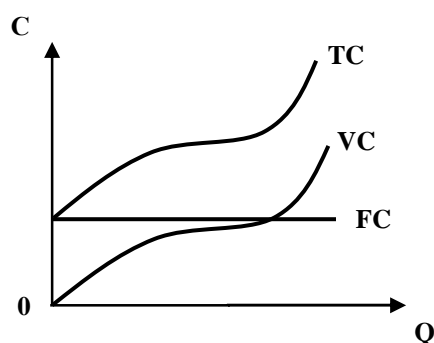


Рис. 10.13. Графики переменных, постоянных и общих издержек

Как видно из рис. 10.13, кривая переменных издержек VC возрастает на всем промежутке от 0 до $+\infty$, сначала малыми темпами, затем – значительными. Такая конфигурация кривой VC связана с законом убывающей предельной отдачи: чем больше используется переменного фактора, тем меньше его отдача, и тем выше издержки на единицу продукции. График FC представлен прямой линией, так как величина постоянных издержек не меняется. Кривая общих издержек TC получена путем суммирования VC и FC .

10.18. Средние и предельные издержки в краткосрочном периоде

10.18.1. Средние издержки

Средние издержки – это издержки в расчете на единицу продукции. *Средние общие издержки AC* (от англ. слов *Average Cost*) рассчитываются как отношение общих издержек *TC* к объему выпуска продукции *Q*:

$$AC = \frac{TC}{Q}. \quad (10.35)$$

Средние постоянные издержки (AFC) – постоянные издержки на единицу продукции:

$$AFC = \frac{FC}{Q}, \quad (10.36)$$

а средние переменные издержки (AVC) – переменные издержки на единицу продукции:

$$AVC = \frac{VC}{Q}. \quad (10.37)$$

Как и общие, средние издержки представляют собой функции от объема выпуска, и графически выглядят следующим образом (рис. 10.14).

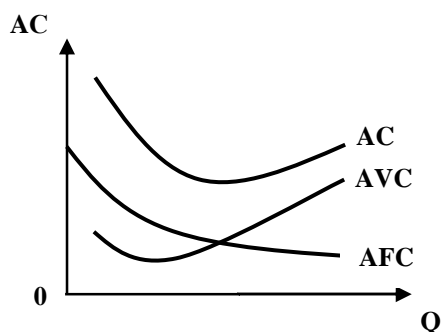


Рис. 10.14. Графики средних переменных, средних постоянных и средних общих издержек

Основываясь на сущности средних издержек, выражаемой формулами и графиками, можно обозначить некоторые их важные свойства. Так, *средние постоянные издержки*:

- убывают с ростом количества произведенной продукции.

Средние переменные издержки:

- в связи с действием закона убывающей предельной отдачи сначала снижаются, а потом, по мере роста выпуска продукции, возрастают ускоряющимися темпами (имеют U-образную форму, или форму неправильной параболы);
- достигают своего минимума при технологически оптимальном объеме производства.

Средние общие издержки:

- представляют собой сумму средних постоянных и средних переменных издержек:

$$AC = \frac{(FC+VC)}{Q} = \frac{FC}{Q} + \frac{VC}{Q} = AFC + AVC; \quad (10.38)$$

- сначала, когда AFC и AVC убывают, снижаются, а потом, когда темпы роста AVC превышают темпы падения AFC, возрастают (имеют U-образную форму);

- на правом участке возрастают меньшими темпами, чем средние переменные издержки, так как включают в себя снижающиеся средние постоянные издержки AFC.

Расположение кривых издержек на координатной плоскости зависит от цены ресурсов. Чем выше цены, по которым приобретаются факторы производства, тем больше уровень издержек, и тем выше их графики удалены от начала координат. При снижении уровня издержек кривые издержек сдвигаются вниз, при повышении – вверх.

В практической деятельности динамика средних издержек используется для оценки эффективности работы фирмы.

10.18.2. Предельные издержки

Предельные издержки MC (от англ. слов *Marginal Cost*) – это издержки на производство каждой последующей единицы продукции. Предельные издержки отражают прирост затрат (ΔTC) при наращивании выпуска на одну дополнительную единицу продукции (ΔQ):

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} . \quad (10.39)$$

Динамика предельных издержек основывается на законе убывающей предельной отдачи фактора производства: издержки снижаются, пока предельный продукт возрастает (см. п. 10.4) и начинают стремительно расти при убывающей предельной отдаче (рис. 10.15).

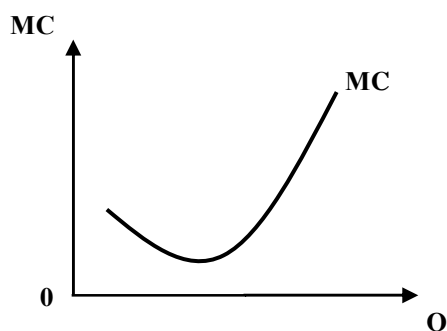


Рис. 10.15. Кривая предельных издержек

Математически предельные издержки представляют собой скорость приращения общих издержек и в непрерывном случае являются производной их функции. При этом, постоянные издержки не влияют на предельные издержки, так как имеют фиксированную величину, поэтому можно сказать, что:

$$MC = TC'(Q) = VC'(Q). \quad (10.40)$$

Предельные издержки являются производной функции переменных издержек.

10.18.3. Взаимосвязь между средними и предельными издержками

Между средними и предельными издержками существует непосредственная связь, так как динамика предельных издержек формирует динамику средних издержек (рис. 10.16).

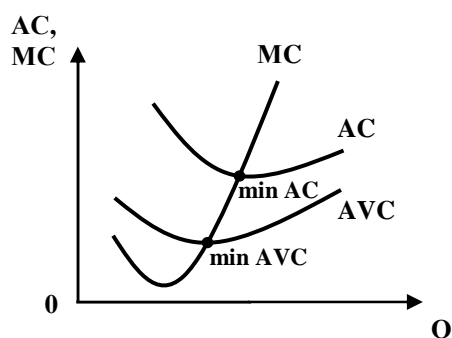


Рис. 10.16. Кривые средних и предельных издержек в краткосрочном периоде

Аналитически связь между предельными (MC), средними общими (AC) и средними переменными (AVC) издержками выражается следующим образом:

- когда $MC < AC$ и $MC < AVC$, то AC и AVC убывают, а когда $MC > AC$ и $MC > AVC$, то AC и AVC возрастают;
- $MC = AC$, когда AC минимальны. График MC пересекает график AC в точке минимума AC ;

- $MC = AVC$, когда AVC минимальны. График MC пересекает график AVC в точке минимума AVC .

10.18.4. Взаимосвязь между средними и предельными издержками и средним и предельным продуктом

Между издержками на единицу продукции и продуктом на единицу затраченного ресурса существует непосредственная связь, так как динамика тех и других обусловлена действием закона убывающей предельной отдачи фактора производства. Кривая предельных издержек зеркально отражает кривую предельного продукта, так же, как кривая средних издержек зеркально отражает кривую среднего продукта (рис. 10.17).

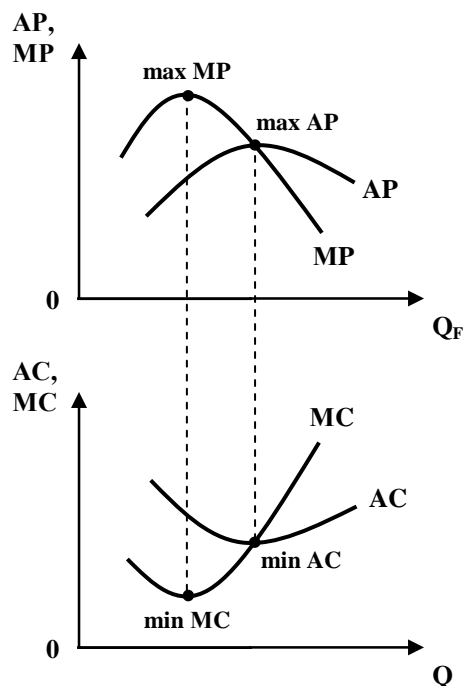


Рис. 10.17. Кривые средних и предельных издержек и среднего и предельного продукта

Аналитически связь между издержками на единицу продукции и продуктом на единицу затраченного ресурса выражается следующим образом:

- средние издержки убывают, когда средний продукт фирмы растет, и возрастают, когда средний продукт убывает;
- предельные издержки убывают, когда предельный продукт растет, и возрастают, когда предельный продукт убывает;
- средние издержки достигают минимума в точке максимума среднего продукта;
- предельные издержки достигают минимума в точке максимума предельного продукта.

10.19. Средние и предельные издержки в долгосрочном периоде

10.19.1. Долгосрочные средние издержки

В долгосрочной перспективе все издержки носят переменный характер, и фирма может изменить абсолютно все параметры производства. Фирма способна сократить либо увеличить производственные мощности, раздвинув тем самым границы масштаба деятельности. До каких пределов целесообразно расширять производство, показывает динамика долгосрочных средних издержек.

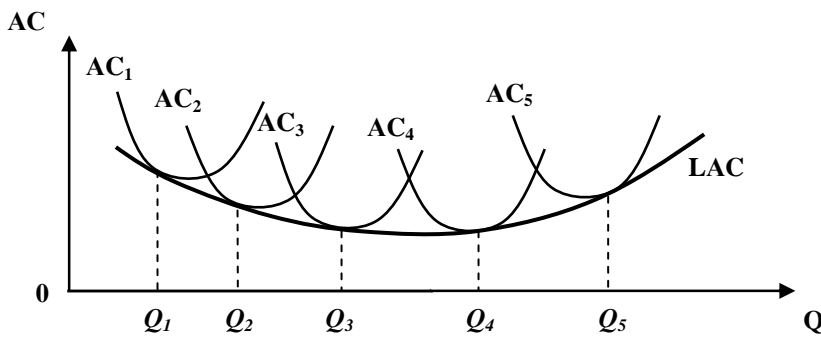


Рис. 10.18. Кривая долгосрочных средних издержек

Пусть некая фирма расширяет производство в несколько этапов, для каждого из которых характерна своя кривая средних общих издержек. В результате образуется множество краткосрочных кривых AC_1 , AC_2 и т.д., огибая которые, можно нарисовать одну плавную кривую *долгосрочных средних издержек* LAC (*Long run Average Cost*) (рис. 10.18).

По динамике кривой LAC на различных участках, представленных на рис. 10.18, можно судить о том, насколько целесообразно увеличение масштабов деятельности фирмы:

1) на *убывающем* участке LAC при расширении выпуска с Q_1 до Q_2 и далее до Q_3 уровень краткосрочных средних издержек снижается, отражая *возрастающую отдачу от масштаба* (*положительный эффект масштаба*);

2) на *стабильном* участке LAC при росте выпуска с Q_3 до Q_4 краткосрочные средние издержки остаются на одном уровне, демонстрируя *постоянную отдачу от масштаба* (*постоянный эффект масштаба*);

3) на *возрастающем* участке LAC при росте выпуска с Q_4 до Q_5 уровень краткосрочных средних издержек увеличивается, отражая *убывающую отдачу от масштаба* (*отрицательный эффект масштаба*), или, другими словами, снижение эффективности производства.

Очевидно, что объемы $Q_3 - Q_4$, производимые при минимальных долгосрочных средних издержках, являются технологически оптимальными для фирмы в долгосрочной перспективе.

Следует отметить, что форма кривой LAC определяется именно эффектом масштаба, а не законом убывающей предельной производительности фактора производства, действие которого имеет место только в краткосрочном периоде.

10.19.2. Факторы, вызывающие эффект масштаба

Как уже отмечалось выше, *эффект масштаба* – это экономия ресурсов на единицу продукции за счет увеличения масштабов производства. Эффект масштаба обусловлен действием факторов, возникающих в результате вовлечения в производство дополнительных капитальных ресурсов. Так, *положительный эффект масштаба*, повышающий эффективность производства, *связан с*:

1) углублением специализации труда, привлечением квалифицированных специалистов на узкие участки работ;

2) углублением специализации управленческого труда, привлечением квалифицированных менеджеров для выполнения конкретных управленческих задач;

3) использованием дорогих и высокопроизводительных капитальных объектов, приобретаемых крупными компаниями и недоступных для фирм с малым объемом выпуска;

4) экономией от использования вторичных ресурсов;

5) использованием качественных сопутствующих товаров и услуг, приобретение или производство которых может себе позволить только крупная фирма.

В то же время необоснованное расширение выпуска способно вызвать обратную ситуацию, когда рост производства сопровождается снижением его эффективности за счет увеличения издержек на единицу продукции. *Отрицательный эффект масштаба обусловлен:*

- 1) повышением издержек на содержание управленческого аппарата, высокой степенью бюрократии, медленным принятием решений, потерей гибкости управления;
- 2) усложнением организационной структуры фирмы, нарушением эффективной горизонтальной взаимосвязи между подразделениями;
- 3) усложнением контроля за деятельностью фирмы и ее подразделений, высокой вероятностью оппортунистического поведения ее сотрудников.

10.19.3. Долгосрочные средние издержки и эффективный размер фирмы

Эффективный размер фирмы – это такой уровень выпуска продукции, при котором средние долгосрочные издержки минимальны, т.е. достигается наибольшая технологическая эффективность производства. Как видно из рис. 10.18, на эффективном уровне выпуска ($Q_3 - Q_4$) прекращается действие положительного эффекта масштаба.

Действие эффекта масштаба и обусловленная им динамика средних долгосрочных издержек непосредственно влияют на эффективный размер фирмы и, соответственно, на структуру отрасли. На рис. 10.19 представлены три ситуации, когда разные по размеру фирмы имеют различные по форме кривые долгосрочных средних издержек.

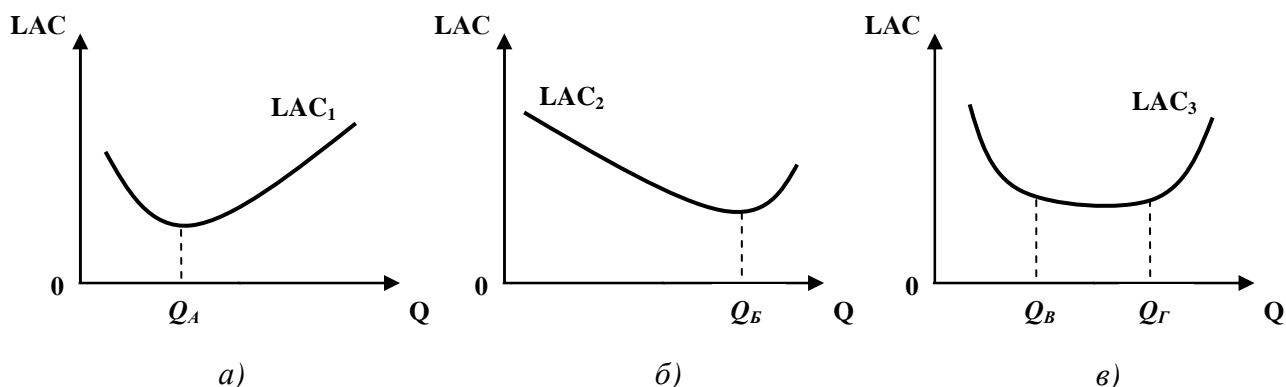


Рис. 10.19. Кривые долгосрочных средних издержек: а) для малых фирм; б) для крупных фирм; в) для отрасли с относительно постоянными средними издержками

В случае, отраженном на рис. 10.19, а, действие положительного эффекта масштаба прекращается при относительно малых объема выпуска Q_A , поэтому в отрасли функционируют мелкие фирмы. В случае на рис. 10.19, б) возрастающая отдача от масштаба прекращается при относительно большом объеме Q_B , что говорит о целесообразности присутствия в отрасли крупных фирм. Такой ниспадающий вид кривой LAC характерен для больших капиталоемких предприятий, включая естественные монополии, в сфере энерго-, тепло-, водоснабжения, сырьевых производствах.

Рис. 10.19, в) демонстрирует постоянный эффект масштаба в широком диапазоне выпуска от Q_B до $Q_Г$, что может быть характерно для многих отраслей, производящих потребительские товары.

10.19.4. Долгосрочные предельные издержки

Долгосрочные предельные издержки LMC (от англ. слов *Long Run Marginal Cost*) показывают прирост общих издержек при производстве каждой дополнительной единицы продукции в том случае, когда фирма может менять все виды затрат. Динамика долгосрочных предельных издержек аналогична динамике краткосрочных предельных издержек, с той лишь разницей, что их стремительный рост в долгосрочной перспективе связан с убывающей отдачей от масштаба производства (рис. 10.20).

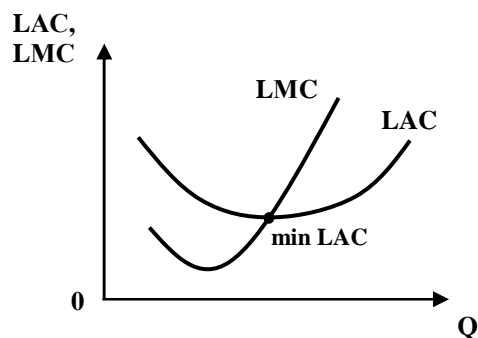


Рис. 10.20. Кривые средних долговременных и предельных долговременных издержек

Взаимосвязь средних и предельных издержек в долгосрочном периоде сохраняется:

- когда $LMC < LAC$, то LAC убывают, а когда $LMC > LAC$, то LAC возрастают;

- $LMC = LAC$, когда LAC минимальны. График LMC пересекает график LAC в точке минимума LAC .

10.20. Доход фирмы

Доход (выручка) TR (от англ. слов *Total Revenue*) – это общая сумма денег, полученная от реализации продукции, или, иными словами, это стоимость реализованной продукции:

$$TR = P \cdot Q, \quad (10.41)$$

где P – цена продукции, Q – количество проданной продукции.

Поскольку равновесные цена и количество устанавливаются на рынке в результате действия рыночного механизма, т.е. взаимодействия спроса и предложения, то можно сказать, что спрос на продукцию и все его параметры (величина, ценовая эластичность, эластичность по доходу и т.д.) оказывают непосредственное влияние на динамику выручки фирмы. Важным фактором формирования выручки фирмы является тип структуры рынка, на котором функционирует фирма (см. темы 11–13).

Так как в каждый момент времени цена определена, то общий доход фирмы математически представляет собой функцию от количества: $TR = f(Q)$.

В микроэкономическом анализе также используют понятия среднего и предельного дохода. *Средний доход AR* (от англ. слов *Average Revenue*) – это доход (выручка) на единицу продукции:

$$AR = \frac{TR}{Q}. \quad (10.42)$$

Предельный доход MR (от англ. слов *Marginal Revenue*) – доход, получаемый от реализации каждой последующей дополнительной единицы продукции:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}. \quad (10.43)$$

В непрерывном случае предельный доход является производной функции общего дохода:

$$MR = TR'(Q). \quad (10.44)$$

Если фирма продает каждую единицу продукции по одной и той же цене, то средний и предельный доходы равны цене:

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P; \quad MR = \frac{dTR}{dQ} = \frac{d(P \cdot Q)}{dQ} = P \cdot \frac{dQ}{dQ} = P. \quad (10.45)$$

Ситуация, когда $P = AR = MR$, характерна только для совершенной конкуренции.

10.21. Прибыль фирмы и условия ее максимизации

10.21.1. Понятие прибыли фирмы

Прибыль PR , π (от англ. слова *Profit*) – это разница между общим доходом TR и общими издержками фирмами TC :

$$PR = TR - TC. \quad (10.46)$$

В зависимости от соотношения показателей дохода и издержек прибыль может принимать различные по знаку значения. Если $TR > TC$, то прибыль положительна, если $TR < TC$, то прибыль отрицательна (появляется убыток). Если $TR = TC$, то прибыль равна нулю, что соответствует точке безубыточности фирмы. Факторы, влияющие на формирование выручки и издержек, влияют соответствующим образом и на величину прибыли.

Минимально приемлемой величиной прибыли для рациональной фирмы является нормальная прибыль, при которой экономическая прибыль равна нулю. Нормальная прибыль удерживает предпринимателя от перехода в другую сферу деятельности. Максимальный размер прибыли ограничен, с одной стороны, емкостью рынка, с другой стороны, производственной мощностью фирмы и уровнем ее издержек.

10.21.2. Условия максимизации прибыли

Каждый предприниматель стремится максимизировать результат своей деятельности и найти оптимальный для своего ограниченного бюджета объем выпуска.

Объем выпуска является *оптимальным*, если его реализация обеспечивает получение максимума прибыли. Существует два подхода к определению оптимального объема производства. *Первый подход* основывается на сопоставлении общего дохода TR и общих издержек TC и предполагает нахождение максимальной разницы между TR и TC :

$$(TR - TC) = \max. \quad (10.47)$$

Второй подход основывается на сопоставлении предельного дохода MR и предельных издержек MC и предполагает их равенство:

$$MR = MC. \quad (10.48)$$

Условие (10.48) означает, что фирма будет наращивать объем выпуска, пока доход от реализации каждой последующей единицы продукции будет превышать издержки на ее производство, т.е. пока предельная прибыль положительна. В случае, когда $MR > MC$, фирма недоиспользует потенциал формирования прибыли, а когда $MR < MC$, фирма производит продукцию себе в убыток. Поэтому максимум общей прибыли соответствует условию, когда предельная прибыль равна нулю, или $MR = MC$.

10.22. Условие максимизации прибыли с точки зрения использования ресурсов

10.22.1. Понятия предельной доходности фактора производства и предельных издержек на ресурс

В п. 10.3 было рассмотрено понятие предельного продукта фактора производства, который представляет собой прирост общего продукта (объема выпуска) в результате использования дополнительной единицы ресурса и измеряется в натуральных показателях. Поскольку фирма, сопоставляя результаты и затраты производства, использует стоимостные показатели, в микроэкономический анализ введено понятие предельного продукта в денежном выражении, или предельной доходности фактора производства.

Предельная доходность фактора производства MRP (от англ. слов *Marginal Revenue Product*) – это выручка от реализации предельного продукта фактора производства. Показатель MRP связывает общий доход фирмы TR , который можно еще рассматривать как

общую доходность фактора производства TRP (от англ. слов *Total Revenue Product*), предельный доход MR , предельный продукт MP и количество фактора Q_F :

$$MRP = \frac{\Delta TR}{\Delta Q_F} = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta Q_F} = MR \cdot MP, \quad (10.49)$$

где дробь $\frac{\Delta TR}{\Delta Q_F}$ характеризует MRP как прирост выручки от реализации продукта, произведенного и реализованного в результате использования дополнительной единицы фактора производства, а произведение $MR \cdot MP$ отражает суть MRP как *стоимость проданного предельного продукта*.

Предельные издержки на ресурс MRC (от англ. слов *Marginal Resource Cost*) – это издержки фирмы на приобретение каждой последующей дополнительной единицы ресурса. Показатель MRC взаимосвязывает общие издержки фирмы TC , которые еще можно рассматривать как общие издержки на приобретение фактора производства TRC (от англ. слов *Total Resource Cost*), предельные издержки MC , предельный продукт MP и количество фактора Q_F :

$$MRC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q_F} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta Q_F} = MC \cdot MP, \quad (10.50)$$

где дробь $\frac{\Delta TC}{\Delta Q_F}$ характеризует MRC как прирост издержек фирмы в связи с использованием дополнительной единицы фактора производства, а произведение $MC \cdot MP$ отражает суть MRC как *стоимость произведенного предельного продукта*.

10.22.2. Условие минимизации издержек с точки зрения использования факторов производства

Пусть фирма использует факторы производства 1, 2, ..., n, предельные издержки на приобретение дополнительных единиц которых равны $MRC_1, MRC_2, \dots, MRC_n$. В самом простом случае, когда ресурсы закупаются по постоянным ценам, предельные издержки на ресурс будут равны ценам факторов производства P_1, P_2, \dots, P_n .

Когда последняя денежная единица, затраченная на каждый фактор, дает фирме одинаковый предельный доход, структура ресурсов оптимизируется и обеспечивает максимально возможный выпуск продукции при данных затратах:

$$\frac{MRP_1}{P_1} = \frac{MRP_2}{P_2} = \dots = \frac{MRP_n}{P_n}, \quad (10.51)$$

где $\frac{MRP_1}{P_1}, \frac{MRP_2}{P_2}, \dots, \frac{MRP_n}{P_n}$ – это взвешенные предельные доходности 1-го, 2-го, n-го факторов производства.

Равенство (10.51) называется *правилом наименьших издержек* и является версией правила наименьших издержек (10.8) из п. 10.5. Данное правило отражает технологический оптимум производственной деятельности, но не гарантирует получение максимальной прибыли.

10.22.3. Условие максимизации прибыли с точки зрения использования факторов производства

Условие максимизации прибыли фирмы задается уравнением $MR = MC$. Умножив обе части уравнения на величину MP , получим равенство:

$$MR \cdot MP = MC \cdot MP \quad \text{или} \quad MRP = MRC, \quad (10.52)$$

которое характеризует *условие максимизации прибыли с точки зрения использования определенного фактора производства*.

Условие (10.52) можно объяснить не только математически, но и логически: каждый фактор производства используется фирмой до тех пор, пока доход от реализации его пре-

дельного продукта будет превышать издержки на его приобретение. В случае, когда $MRP > MRC$, фирма недоиспользует свой производственный потенциал, а когда $MRP < MRC$, фирма тратит на покупку фактора производства больше, чем получает от реализации его продукта. Поэтому максимум общей прибыли фирмы соответствует условию, когда предельная доходность фактора равна предельным издержкам на него, или $MRP = MRC$. Данное объяснение созвучно тому, которое было дано при обосновании равенства (10.48).

Если фирма использует несколько ресурсов, то максимальная прибыль достигается, если $MRP_1 = MRC_1, MRP_2 = MRC_2, \dots, MRP_n = MRC_n$. По-другому данное условие можно записать так:

$$\frac{MRP_1}{MRC_1} = \frac{MRP_2}{MRC_2} = \dots = \frac{MRP_n}{MRC_n} \quad \text{или} \quad \frac{MRP_1}{P_1} = \frac{MRP_2}{P_2} = \dots = \frac{MRP_n}{P_n} = 1. \quad (10.53)$$

Тождество (10.53) называется *правилом максимизации прибыли с точки зрения использования всех факторов производства*. Оно является частным случаем равенства (10.51) и характеризует наиболее выгодное положение фирмы, когда фирма не только минимизирует издержки, но и максимизирует свою прибыль.

Контрольные вопросы по теме 10

1. В чем сходство и различие понятий «предприятие» и «фирма»?
2. Какую зависимость отражает производственная функция?
3. Какова взаимосвязь между общим и предельным продуктом производства?
4. В каких условиях действует закон убывающей предельной отдачи фактора производства?
5. В чем заключается правило наименьших издержек? Какую связь оно имеет с равновесием производителя?
6. В чем состоит особенность рассмотрения производственной функции с двумя переменными факторами производства?
7. Что показывает каждая точка изокванты?
8. Может ли предельная норма технологического замещения характеризовать степень заменяемости либо дополняемости факторов производства?
9. Какие случаи описывает производственная функция Кобба-Дугласа с точки зрения технологических особенностей осуществления производства?
10. Что такое эффект масштаба производства? Может ли бесконечно возрастать экономия от масштаба?
11. Можно ли назвать изокосту бюджетной линией производителя?
12. Какую изокванту выберет стремящийся к равновесию производитель на карте изоквант?
13. Чем определяется конфигурация кривой «путь развития»?
14. Какие существуют критерии классификации издержек производства?
15. Что относится к внутренним (неявным) издержкам фирмы? Каковы особенности их учета на предприятии?
16. Что представляет собой разница между бухгалтерской и экономической прибылью?
17. Какой вид затрат преобладает у предприятий с фондоемким производством? А у предприятий с трудоемким производством?
18. В каком периоде существуют постоянные издержки?
19. Какова взаимосвязь между средними и предельными издержками? В какой точке пересекаются их кривые?
20. Какие участки имеет кривая средних издержек в долгосрочном периоде? Как данные участки соотносятся с эффектом масштаба производства?
21. От чего зависит доход фирмы? Как формируется прибыль?
22. Обозначьте подходы к максимизации прибыли. Чем обусловлено достижение максимума прибыли при условии равенства предельного дохода и предельных издержек?

Тема 11. ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР. ФИРМА В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

- 11.1. Рыночные структуры: их типы и характеристики
- 11.2. Рыночная власть, конкурентность и конкурентная борьба
- 11.3. Понятия совершенной и несовершенной конкуренции
- 11.4. Ценообразование на конкурентном рынке в краткосрочном и долгосрочном периодах
- 11.5. Совершенная конкуренция и экономическая эффективность
- 11.6. Достоинства и недостатки совершенной конкуренции

11.1. Рыночные структуры: их типы и характеристики

Рыночная структура – это совокупность специфических признаков, отражающих особенности организации и функционирования отраслевых рынков. Указанная совокупность включает в себя различные рыночные параметры, как важные, так и второстепенные, которые проявляются в поведении фирм и их взаимоотношении, степени насыщения рынка товарами и удовлетворения потребителей, уровне цен и эффективности хозяйственной деятельности в отрасли.

Среди многообразия признаков выделяют несколько базовых параметров, по которым можно составить практически полное представление о типе рыночной структуры. Среди них:

- 1) количество фирм-производителей в отрасли;
- 2) наличие барьеров на вход в отрасль новых фирм;
- 3) контроль над рыночной ситуацией, в первую очередь, над ценой;
- 4) тип продукции: однородный (стандартизированный) или дифференцированный.

Данные базовые признаки, в свою очередь, определяют силу конкурентной борьбы в отрасли, характер и эластичность спроса на продукт отдельной фирмы, доступ к информации о рыночной ситуации, степень и характер неценовой конкуренции, объем капиталовложений в производство и сбыт, необходимость учета действия конкурентов и т.п.

Важнейшим критерием разделения рынков является *степень контроля над рыночной ситуацией*, в первую очередь, над ценой. В зависимости от возможности или невозможности осуществлять такой контроль все рыночное пространство делится на *совершенную и несовершенную конкуренцию*. На основе базовых параметров в несовершенной конкуренции можно выделить *монополистическую конкуренцию, олигополию и монополию*. Основные черты указанных рыночных структур представлены в табл.11.1.

Таблица 11.1

Основные характеристики типов рыночных структур

Признак	Типы рыночных структур			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
1	2	3	4	5
1. Число фирм	Очень много	Много	Немного (несколько)	Одна
2. Вход в отрасль	Свободный (барьеры отсутствуют)	Относительно свободный (барьеры есть, но они невысокие)	Затруднен (высокие барьеры)	Закрыт
3. Контроль над ценой	Отсутствует	Присутствует в незначительной степени	Присутствует в раз-ной степени	Присутствует в значительной степени
4. Тип продукции	Однородный	Дифференцированный	Может быть как однородным, так и	Уникальный, не имеющий

1	2	3	4	5
			дифференцированным	близких заменителей
5. Конкурентная борьба	Отсутствует	Присутствует	Присутствует	Отсутствует
6. Доступ к информации о рынке	Свободный	Относительно свободный	Затруднен	Почти закрыт
7. Неценовая конкуренция	Отсутствует	Присутствует в значительной степени	Присутствует в значительной степени на рынках дифференцированной продукции	Возможна в рамках социальной рекламы (укрепление имиджа фирмы)
8. Учет действий конкурентов	Нет ни необходимости, ни возможности	Есть необходимость, но нет больших возможностей	Необходим и, в принципе, возможен	Нет необходимости

11.2. Рыночная власть, конкурентность и конкурентная борьба

Степень контроля над ценой вкупе с другими базовыми параметрами определяет степень *рыночной власти* фирмы. Рыночная власть в широком смысле – это способность фирмы влиять на рынок, навязывать свои правила «игры» другим участникам. Рыночная власть в узком смысле – способность фирмы влиять на цену продукции путем изменения объема выпуска. Рыночная власть фирмы тем больше, чем:

- больше ее доля в общеотраслевом предложении;
- менее эластичен спрос на выпускаемую продукцию (т.е. чем меньше у продукции заменителей и больше приверженность к ней со стороны покупателей);
- больше возможностей у фирм, действующих на рынке, вступить в сговор и действовать как одна большая фирма.

С категорией «рыночная власть» тесно связаны понятия конкурентности и конкурентной борьбы. *Конкурентность* – характеристика рынка, отражающая уровень рыночной власти отдельной фирмы. Чем больше число фирм в отрасли и меньше их рыночная власть, тем выше конкурентность рынка. В том случае, когда ни одна из фирм не может никаким образом повлиять на рыночную ситуацию, т.е. фирмы вообще не обладают рыночной властью, рынок считается совершенно конкурентным.

Конкурентная борьба – это свойство рынка, характеризующее активность и интенсивность конкуренции между фирмами. Чем больше количество фирм на рынке, тем меньше становится необходимость (и меньше возможностей) принимать какие-либо меры в отношении конкурентов. И наоборот, чем меньше фирм и больше масштаб их деятельности, тем агрессивнее фирмы защищают свои рыночные ниши. Наиболее ярко конкурентная борьба проявляется в таких структурах, как олигополия и монополистическая конкуренция, а при совершенной конкуренции и монополии конкурентная борьба отсутствует.

11.3. Понятия совершенной и несовершенной конкуренции

11.3.1. Совершенная конкуренция и ее признаки

Совершенная конкуренция – модель рынка, в рамках которой отдельные товаропроизводители не могут влиять на ситуацию на рынке (прежде всего, на цену), а только приспосабливаются к существующим рыночным условиям. В реальной жизни совершенная конкуренция как таковая не существует, она рассматривается как некая теоретическая модель, как основа для научного анализа поведения фирм, действующих в условиях, близких к совершенно конкурентным.

Признаками рынка совершенной конкуренции являются:

1) *множество продавцов*, как правило, из числа малых предпринимателей. Отдельный производитель, приспособившись к сложившимся рыночным условиям, ведет пассивную ценовую политику и выступает *ценополучателем* (price taker);

2) *свободный вход в отрасль и выход с нее*. Отсутствие барьеров связано, в первую очередь с низким объемом капиталовложений для начала деятельности малых предприятий, простотой регистрации бизнеса и высокой мобильностью факторов производства. Под мобильностью факторов производства понимается возможность использовать одни и те же ресурсы в разных видах деятельности, легко их перемещать и свободно реализовывать на рынке;

3) *свободный доступ к информации о состоянии рынка*. Каждый зашедший на рынок предприниматель автоматически получает сигналы с рынка об уровне цен и потенциальной емкости рынка;

4) *стандартизированная легкозаменяемая продукция*. Однородность (одинаковость) продаваемой продукции не дает оснований для формирования каких-либо потребительских предпочтений. В силу этого отсутствует необходимость неценовых методов конкуренции, таких, например, как реклама и формирование сложных систем сбыта.

Исходя из перечисленных выше свойств, примером высококонкурентного рынка может служить мелкая розничная торговля потребительскими товарами, бытовыми и строительными услугами.

11.3.2. Несовершенная конкуренция и ее признаки

Несовершенная конкуренция – это модель рынка, которая отличается от совершенной конкуренции как минимум по одному признаку. В рамках несовершенной конкуренции товаропроизводители могут влиять на ситуацию на рынке (прежде всего, на цену) и приспособлять ее к своим целям.

Общими признаками всех типов несовершенной конкуренции являются:

1) *ограниченность круга продавцов*, в силу чего каждый отдельный продавец способен влиять на цену, и потому обладает рыночной властью. Фирмы могут менять ситуацию на рынке, подстраивать ее под себя, т.е., по сути, они ведут активную ценовую политику и выступают *ценодателями* (price makers);

2) *наличие барьеров на вход в отрасль*. Барьеры бывают юридическими (наличие патентов и лицензий на осуществление какой-либо деятельности), финансовыми (большой объем первоначальных капиталовложений в производство и сбыт), технологическими (обладание новейшими технологиями, обеспечивающими снижение затрат) и другими. Барьеры оберегают источники рыночной власти фирм и защищают рынок от проникновения в отрасль новых конкурентов. Чем крупнее и значимее фирма, действующая на рынке, тем в большей степени она заинтересована в прочности барьеров.

Что является источником рыночной власти, как и в какой степени отдельная фирма может влиять на рынок – все это зависит от типа несовершенной конкуренции. *Монополия* – тип рыночной структуры, при котором в отрасли функционирует одна крупная фирма-производитель. *Монополистическая конкуренция* – тип рынка, при котором продавцы дифференцированной продукции конкурируют между собой, широко используя методы неценовой конкуренции. *Олигополия* – рыночная модель, при которой несколько взаимозависимых фирм конкурируют между собой за долю рынка. Каждая из этих моделей достаточно специфична и требует отдельного рассмотрения.

11.4. Ценообразование на конкурентном рынке в краткосрочном и долгосрочном периодах

11.4.1. Спрос на продукцию конкурентной фирмы и особенности формирования выручки

Как было сказано выше, конкурентная фирма не имеет возможности влиять на цену и продает свою продукцию по цене, установленной рынком. Это означает следующее.

а) Каждая проданная единица товара будет добавлять к выручке одну и ту же величину, т.е. предельный доход фирмы равен цене и среднему доходу: $MR = AR = P$.

б) Спрос на продукцию фирмы является абсолютно эластичным, а график спроса представляет собой горизонтальную прямую (рис. 11.1), при этом, графики спроса, среднего и предельного дохода совпадают.

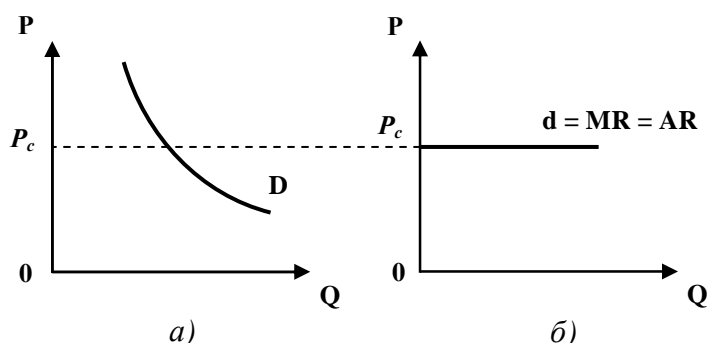


Рис. 11.1. Отраслевой спрос (а) и спрос на продукцию отдельной фирмы (б) в условиях совершенной конкуренции

Как видно из рис. 11.1, абсолютно эластичный спрос на товар характерен только для отдельной фирмы. График рыночного спроса конкурентной отрасли имеет стандартный нисходящий вид.

в) Выручка конкурентной фирмы возрастает пропорционально объему проданной продукции, а график выручки представляет собой прямую линию с положительным наклоном к оси Q , определяемым ценой товара: $\text{tg} \alpha = TR / Q = P$ (рис. 11.2).

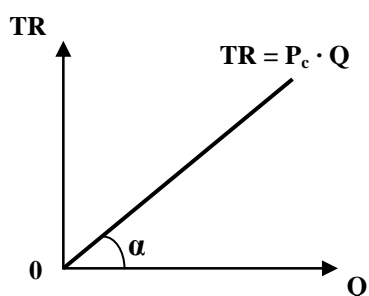


Рис. 11.2. Формирование выручки фирмы в условиях совершенной конкуренции

Чем больше объем проданной продукции при постоянной рыночной цене, тем больше выручка фирмы. Однако, объем продаж не может расти бесконечно, так как он ограничен, с одной стороны, производственными мощностями фирмы (они, как известно, невелики), с другой стороны, рыночным спросом.

11.4.2. Равновесие прибыльной фирмы в краткосрочном периоде

Равновесие фирмы – наилучшее ее состояние, когда производится такой объем продукции, реализация которого обеспечивает получение максимума прибыли. Как известно из п. 10.22, равновесие можно определить двумя способами: 1) путем сопоставления общего дохода TR и общих издержек TC ; 2) путем сопоставления предельного дохода MR и предельных издержек MC .

I. Согласно первому подходу, равновесие фирмы достигается при максимизации разницы между выручкой и общими издержками: $TR - TC = \max$ (рис. 11.3).

На отрезке AB график выручки TR проходит выше графика общих издержек TC , значит, в диапазоне выпуска продукции от Q_A до Q_B фирма получает положительную экономическую прибыль: $TR > TC$, а $TR - TC > 0$. Непосредственно в точках A и B (при объемах продукции Q_A и Q_B) выручка и издержки равны, т.е. фирма работает в условиях безубыточности. Объем выпуска Q_e отражает равновесие, так как разница между выручкой и общими издержками здесь максимальна.

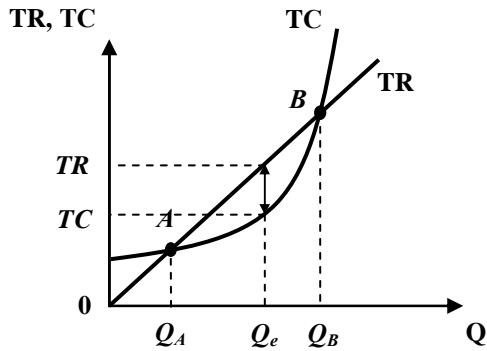


Рис. 11.3. Равновесие фирмы в условиях совершенной конкуренции (по первому подходу)

II. Согласно второму подходу, равновесие фирмы достигается при условии равенства предельного дохода MR и предельных издержек MC : $MR = MC$. Для конкурентной фирмы данное условие примет вид равенства цены и предельных издержек: $P = MC$, так как предельный доход MR равен цене P (рис. 11.4).

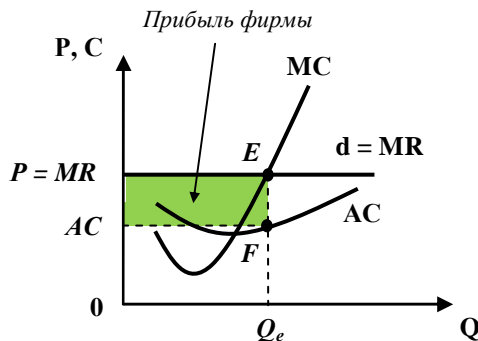


Рис. 11.4. Равновесие фирмы в условиях совершенной конкуренции (по второму подходу)

Проекция точки E (точки пересечения графиков спроса d и предельных издержек MC) на ось Q определяет равновесный, т.е. оптимальный, объем выпуска фирмы Q_e . При данном объеме средние издержки производства равны AC . Величина прибыли фирмы при объеме выпуска Q_e равна площади заштрихованного прямоугольника $ACPEF$:

$$PR = (P - AC) \cdot Q_e, \quad (11.1)$$

где PR – общая прибыль фирмы, а $(P - AC)$ – величина прибыли на единицу продукции.

11.4.3. Равновесные параметры конкурентной отрасли при постоянных предельных издержках

Если функция отраслевого спроса линейна и имеет вид $P = a - b \cdot Q$, а предельные издержки MC постоянны и равны c , то в условиях максимизации прибыли:

$$P = MC \Rightarrow a - b \cdot Q = c,$$

и параметры равновесия составляют:

$$P_c = c; \quad Q_c = \frac{a-c}{b}, \quad (11.2)$$

где P_c – рыночная цена, Q_c – объем производства в конкурентной отрасли.

11.4.4. Варианты равновесия конкурентной фирмы в краткосрочном периоде

В п. 11.4.2. рассмотрен случай равновесия прибыльной фирмы. Однако, цена на рынке может увеличиваться или уменьшаться, делая положение фирм более или менее благополучным. Существует несколько вариантов установления равновесия конкурентных фирм:

- 1) цена товара больше средних общих издержек: $P > AC$, или $TR > TC$. В таком положении фирма получает экономическую прибыль, что и описано в п. 11.4.2;
- 2) цена товара равна средним общим издержкам: $P = AC$, или $TR = TC$. В этом случае фирма работает безубыточно;
- 3) цена товара меньше средних общих издержек, но больше средних переменных издержек: $AC > P > AVC$, или $TC > TR > VC$. В этом случае фирма работает с убытком;
- 4) цена товара меньше средних переменных издержек: $P < AVC$, или $TR < VC$. Это самый тяжелый случай убыточной деятельности.

Графически варианты 2–4 представлены на рис. 11.5.

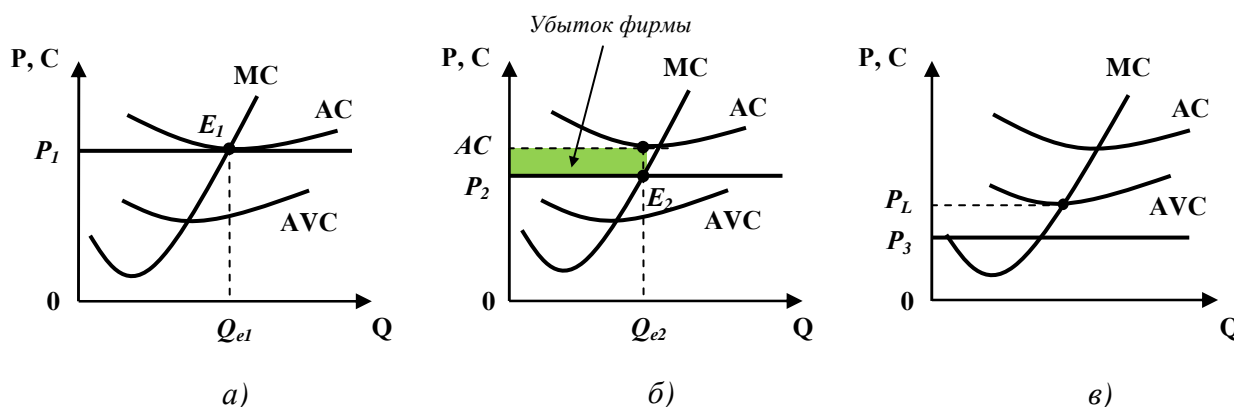


Рис. 11.5. Варианты равновесия конкурентной фирмы в краткосрочном периоде:
 а) в случае безубыточности; б) в случае возникновения убытков; в) в случае нецелесообразности хозяйственной деятельности

В положении безубыточности ($P_1 = AC$ на рис. 11.5, а) фирма производит продукцию в количестве Q_{e1} . Кривая предельных издержек MC пересекает линию спроса в точке E_1 , которая также отражает минимум средних издержек. Фирма, средние издержки которой минимальны, эффективно использует свои ресурсы, однако, экономическая прибыль при этом равна нулю. В таком положении фирме следует заменить действующие технологии на более совершенные с тем, чтобы уровень средних издержек снизился, и кривая средних издержек AC сдвинулась вниз влево.

Если цена опустится ниже средних издержек ($AC > P_2$ на рис. 11.5, б), то, по правилу $P = MC$, равновесный объем выпуска составит Q_{e2} . В этом случае фирма не максимизирует прибыль, а минимизирует убытки, величина которых отражена заштрихованной фигурой. Так как цена больше средних переменных издержек, т.е. фирма покрывает все переменные затраты и часть постоянных, фирме в краткосрочном периоде не следует сворачивать производство, иначе убытки станут равны полным постоянным затратам и окажутся еще больше. Однако, в долгосрочной перспективе фирму вряд ли устроят убытки, поэтому она будет искать другие сферы приложения своей деятельности.

Если цена станет меньше средних переменных издержек ($P_3 < AVC$ на рис. 11.5, в), это значит, что фирма не покрывает даже переменных затрат, поэтому необходимо срочно свернуть производство. В случае отсутствия производства фирма будет нести убытки, равные постоянным издержкам. Для ликвидации и этих убытков следует закрыть саму фирму. Точка P_L – это уровень цены, соответствующий минимуму средних переменных издержек и поэтому называемый точкой закрытия фирмы.

11.4.5. Предложение конкурентной фирмы и конкурентной отрасли в краткосрочном периоде

Поскольку условие максимизации прибыли конкурентной фирмы представляет собой равенство цены и предельных издержек ($P = MC$), то любая точка кривой MC отражает равно-

весный объем производства при определенном значении цены. Зависимость объема выпуска от цены характеризуется такой категорией, как предложение. Поэтому можно предположить, что кривая предельных издержек MC является кривой предложения для конкурентной фирмы. Учитывая при этом, что фирма не будет производить товар, если цена опустится ниже средних переменных издержек, то можно сказать, что кривая предложения фирмы будет совпадать с кривой предельных издержек на участке выше уровня средних переменных издержек (рис. 11.6).

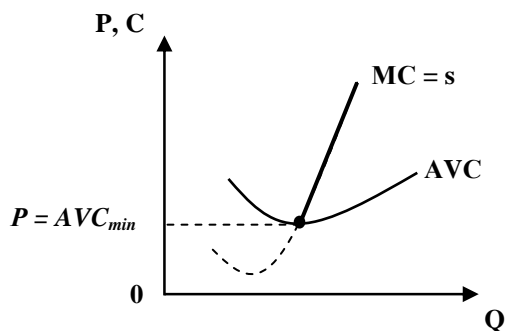


Рис. 11.6. Кривая предложения конкурентной фирмы

На основе кривых индивидуального предложения фирм можно построить кривую отраслевого предложения товара (рис. 11.7).

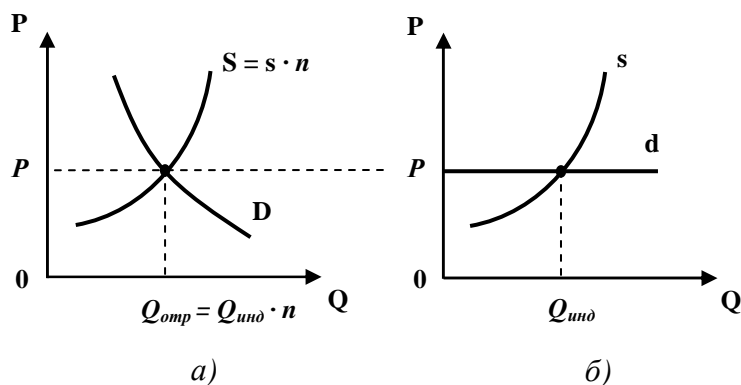


Рис. 11.7. Отраслевое (а) и индивидуальное (б) предложение в условиях совершенной конкуренции

Если в отрасли функционирует n одинаковых фирм, предложение каждой из которых равно s , тогда отраслевое предложение равно сумме индивидуальных предложений всех фирм: $S = s \cdot n$.

11.4.6. Равновесие конкурентной фирмы в долгосрочном периоде

Открытые границы рынка совершенной конкуренции и отсутствие всяких барьеров на вход в отрасль способствуют изменению в долгосрочной перспективе количества фирм в отрасли и, следовательно, изменению положения каждой отдельной фирмы. Как это происходит? Рассмотрим самый простой случай, когда используемые фирмами технологии не меняются, и уровень средних издержек производства остается прежним, т.е. фирмы работают в условиях постоянного эффекта масштаба.

Количество фирм в отрасли зависит, в первую очередь, от динамики рыночного спроса и возможности получать экономическую прибыль: если такие возможности есть, то на рынок начинают заходить новые фирмы, а действующие фирмы стремятся расширить производство. И наоборот, если на рынке складывается неблагоприятная ситуация, то фирмы отрасль покидают. В результате, предложение может увеличиться или уменьшиться, и рыночная цена может снизиться или повыситься. Пример таких колебаний в результате роста спроса представлен на рис. 11.8.

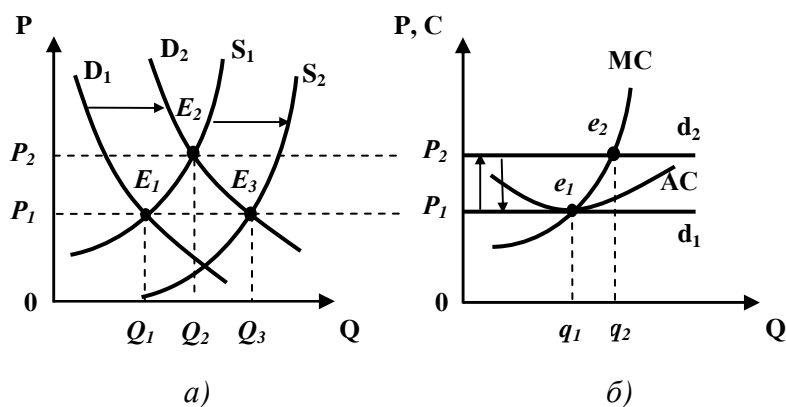


Рис. 11.8. Колебания равновесия в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде: а) для отрасли в целом; б) для отдельной фирмы

Как видно из рис. 11.8, а, рост спроса сдвигает кривую спроса D_1 в положение D_2 , что перемещает рыночное равновесие из точки E_1 в точку E_2 , увеличивает цену с P_1 до P_2 , а объём выпуска действующих фирм – с Q_1 до Q_2 . Благоприятные возможности получить прибыль привлекают новые фирмы, что сдвигает кривую отраслевого предложения S_1 до положения S_2 , перемещая тем самым рыночное равновесие в точку E_3 . Цена падает до первоначального уровня P_1 , соответствующего средним издержкам, и все фирмы – и ранее действовавшие, и новые – получают нулевую экономическую прибыль.

На рис. 11.8, б отражено влияние колебаний рыночного равновесия на положение отдельной фирмы. Видно, что приход новых конкурентов и, как следствие этого, снижение цены мешают фирме остаться в положении e_2 и получать экономическую прибыль, в результате чего объём выпуска фирмы уменьшается с q_2 до прежнего q_1 .

Процесс колебания предложения и цены будет происходить до тех пор, пока цена не стабилизируется на уровне средних издержек, и экономическая прибыль не станет равной нулю (рис. 11.9).

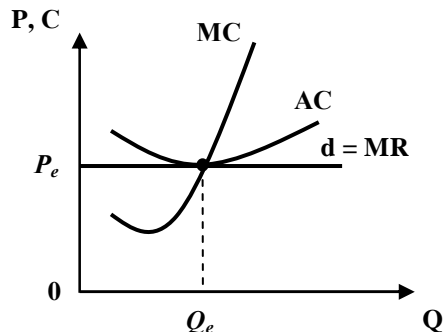


Рис. 11.9. Долгосрочное равновесие конкурентной фирмы

Таким образом, условием долгосрочного равновесия конкурентной фирмы является равенство $P = AC = MC = AC_{\min}$, т.е. достижение такого объема выпуска, который обеспечивает безубыточную деятельность при данном уровне цены.

11.5. Совершенная конкуренция и экономическая эффективность

Приведенное выше равенство, отражающее условие долгосрочного равновесия конкурентной фирмы ($P = AC_{\min} = MC$) позволяет оценить общую экономическую эффективность совершенной конкуренции как типа рыночной структуры и потому имеет большое общественное значение. Итак, на конкурентном рынке выполняются два важнейших критерия экономической эффективности:

1) в сфере производства: $P = AC_{\min}$. Достижение минимума средних издержек говорит о самом рациональном (оптимальном) использовании ресурсов в обществе при данном уровне развития технологий;

2) в сфере распределения ресурсов: $P = MC$. С точки зрения общества, предельные издержки показывают альтернативную стоимость выпуска данного товара, т.е. стоимость дру-

гих товаров и услуг, которые могли бы быть произведены из тех же ресурсов. Равенство цены и предельных издержек свидетельствует о том, что общество одинаково оценивает данный товар и альтернативные товары, поэтому нет ни избыточного распределения ресурсов в пользу данного товара, ни недостаточного.

Таким образом, выполнение указанных критериев позволяет рассматривать совершенную конкуренцию как наиболее эффективную рыночную структуру. Эффективность других рыночных структур оценивается путем сравнения с совершенной конкуренцией.

11.6. Достоинства и недостатки совершенной конкуренции

Перечень достоинств и недостатков совершенной конкуренции позволяет подытожить изучение ее особенностей. К *достоинствам* совершенной конкуренции можно отнести следующее.

1. Рынок полностью удовлетворяет спрос: производя оптимальный объем продукции при $MR = MC$, где $MR = D$, а $MC = S$, фирмы отрасли не допускают ни излишков, ни дефицита продукции.

2. Потребитель максимизирует свою полезность, т.к. равновесная цена устанавливается на уровне, определяемом предельной полезностью блага: $MU = P$.

3. Достигается технологическая эффективность, т.к. производство осуществляется с наименьшими затратами: $P = AC_{\min}$.

4. Достигается эффективность распределения ресурсов: $P = MC$. Производство продукции конкурентного рынка является лучшей альтернативой для использования имеющихся ресурсов.

Недостатками совершенной конкуренции являются следующие.

1. В силу своего малого размера, фирмы неспособны использовать эффект масштаба и, соответственно, не имеют возможности использовать самую современную технику и финансировать НИОКР.

2. Совершенная конкуренция учитывает лишь те издержки, которые окупаются фирмами. Рынок не предусматривает производства общественных благ.

3. Процесс максимизации прибыли приводит к появлению отрицательных внешних эффектов, таких как загрязнение окружающей среды и истощение естественных ресурсов.

4. Совершенная конкуренция не учитывает в полной мере потребительских предпочтений и вкусов, так как рынок производит однородный, а не дифференцированный продукт.

Контрольные вопросы по теме 11

1. По каким ключевым критериям различают различные типы рыночных структур?
2. Каков характер связи между рыночной властью, конкурентностью и конкурентной борьбой?
3. Перечислите основные признаки совершенной конкуренции.
4. В чем заключаются сходство, а в чем – различия между совершенной и монополистической конкуренцией?
5. Почему спрос на продукцию совершенно конкурентной фирмы имеет абсолютную эластичность? С какими кривыми совпадает график спроса на продукцию конкурентной фирмы?
6. От чего зависит динамика выручки конкурентной фирмы?
7. Каково условие равновесия конкурентной фирмы в краткосрочном периоде? А в долгосрочном периоде?
8. Может ли конкурентная фирма иметь положительную экономическую прибыль в краткосрочном периоде? А в долгосрочном периоде?
9. При каком условии убыточная фирма будет продолжать производство продукции в краткосрочном периоде?
10. Как строится кривая предложения конкурентной фирмы?

11. Насколько эффективной экономической структурой является совершенная конкуренция с точки зрения производства и распределения ресурсов?
12. Обозначьте основные достоинства и недостатки совершенной конкуренции как типа рыночной структуры.

Тема 12. РЫНОК НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ: МОНОПОЛИЯ

- 12.1. Понятие монополии
- 12.2. Барьеры для вступления в отрасль. Источники рыночной власти монополий
- 12.3. Виды монополий
- 12.4. Ценообразование на монопольном рынке в краткосрочном и долгосрочном периодах
- 12.5. Потери общественного благосостояния при монополии
- 12.6. Монополия и экономическая эффективность
- 12.7. X-неэффективность монополий
- 12.8. Ценовая дискриминация
- 12.9. Монопсония. Двусторонняя монополия
- 12.10. Показатели монопольной власти
- 12.11. Преимущества и недостатки монополии. Мифы, связанные с деятельностью монополий
- 12.12. Антимонопольная политика, ее инструменты
- 12.13. Регулирование естественных монополий
- 12.14. Антимонопольная политика в России

12.1. Понятие монополии

Монополия (от греч. слов «*моно*» – один и «*полéo*» – продаю) – тип рыночной структуры, для которого характерно наличие одной фирмы-продавца, оказывающей влияние на рыночную ситуацию, прежде всего, на цену.

Монополия – наиболее яркое проявление несовершенной конкуренции, характеризующееся следующими чертами:

- фирма-монополист является единственным производителем определенного товара и поэтому представляет собой всю отрасль;
- производимый монополистом товар не имеет близких заменителей (является уникальным), поэтому спрос на него имеет относительно низкую ценовую эластичность, что отражается в достаточно крутом наклоне кривой спроса;
- почти непреодолимые барьеры на вход в отрасль для других фирм, и, как следствие – отсутствие конкурентной борьбы как таковой.

Учитывая приведенные выше факторы, монополию можно характеризовать как *прайс-мейкера*, т.е. как фирму, способную самостоятельно устанавливать цену товара, в отличие от фирмы-совершенного конкурента – *прайс-тейкера*, вынужденную соглашаться с рыночной ценой.

12.2. Барьеры для вступления в отрасль. Источники рыночной власти монополий

Барьеры для вступления в отрасль – факторы, порождающие рыночную власть монополий за счет создания препятствий для входа в отрасль других фирм. Вход в монополизированную отрасль могут блокировать следующие виды барьеров.

1. *Экономические барьеры*, связанные с положительным эффектом масштаба, т.е. с достижением наименьших средних долгосрочных издержек при производстве очень большого количества продукции, удовлетворяющего весь отраслевой спрос. Если в отрасли будет функционировать несколько предприятий, это существенно увеличит издержки на единицу продукции и резко снизит общественную эффективность данного вида производства. Примером монопольной власти, основанной на экономических барьерах, могут служить естественные монополии, в частности, в сферах газо-, энерго-, водоснабжения.

2. *Технологические барьеры*, связанные со значительными трудностями или невозможностью осуществления конкуренции в некоторых сферах коммунального хозяйства (напри-

мер, нецелесообразно проводить к каждому дому несколько водопроводов или линий электропередач). Технологические барьеры являются основой для возникновения экономических барьеров, а, значит, для формирования естественных монополий.

3. *Финансовые барьеры*, связанные с необходимостью больших капиталовложений для входа в монополизированную отрасль. Организация производства, требующая приобретения и установки дорогостоящего оборудования, найма рабочей силы, формирования системы управления и т.д., является высокочрезвычайно затратным, рискованным, а потому и маловероятным делом для любой конкурентной фирмы в краткосрочной перспективе.

4. *Наличие прав собственности на ресурс*. Исключительные права на разработку месторождения какого-либо ресурса препятствуют входу на рынок конкурирующих фирм. Классическим примером здесь является южноафриканская компания «Де Бирс», мировой лидер по добыче и продаже природных алмазов, монополизировавшая в конце XIX в. алмазные рудники в ЮАР. На сегодняшний день «Де Бирс» занимает примерно 40%-ю долю на мировом рынке алмазов.

5. *Юридические барьеры*, связанные с выдачей государством патентов, которые дают исключительное право на использование изобретений в производстве, а также лицензий на ведение определенной деятельности, которые могут существенно ограничить круг возможных конкурентов. Примерами здесь могут служить компании Xerox, IBM, Sony и другие.

6. *Недобросовестная конкуренция*, связанная с применением неразрешенных и запрещенных методов конкуренции. Неразрешенные методы включают в себя распространение заведомо ложных сведений о конкуренте, политические интриги, натравливание государственных служб контроля и надзора с целью вытеснения конкурента с рынка, нанесения ему экономического и административного ущерба. Запрещенные, а по сути, криминальные методы зачастую связаны с распределением сфер влияния преступных группировок.

12.3. Виды монополий

Различные факторы, формирующие рыночную власть монополий, определяют разнообразие видов монополий, среди которых выделяют:

1) *естественную монополию*, когда продукт может быть произведен одной фирмой при более низких затратах, чем если бы его производили несколько фирм;

2) *закрытую монополию*, рыночная власть которой обусловлена юридическими барьерами;

3) *открытую монополию*, рыночная власть которой обусловлена технологическими преимуществами (новый продукт и/или новая технология, дающие конкурентное преимущество);

4) *административную монополию*, основанную на государственной собственности в условиях командной экономики, т.е. при подавлении свободных рыночных отношений. Административная монополия характеризуется прямым (централизованным) распределением ресурсов и обладает большей властью, чем монополия, действующая в условиях рынка, так как опирается на мощный политический и экономический аппарат государства;

5) *монопсонию* – тип рыночной структуры, при которой рыночная власть принадлежит одному покупателю;

6) *двустороннюю монополию* – ситуацию на рынке, когда монополярная власть продавца сталкивается с монополярной властью покупателя.

В рыночной экономике наиболее устойчивой и долговечной является естественная монополия как наиболее экономически целесообразная в ряде отраслей. Наименее устойчивой считается экономическая (открытая) монополия, поскольку свойственные ей технологические преимущества, как правило, кратковременны и могут быть утрачены в среднесрочном либо в долгосрочном периоде.

12.4. Ценообразование на монопольном рынке в краткосрочном и долгосрочном периодах

12.4.1. Спрос на продукцию фирмы-монополиста

Спрос на продукцию в условиях монополии представляет собой отраслевой спрос и отражается стандартной нисходящей кривой, в отличие от рынка совершенной конкуренции, на котором спрос на продукцию фирмы является абсолютно эластичным и графически представлен горизонтальной линией. Учитывая отсутствие товаров – близких заменителей, спрос на продукцию монополиста имеет относительно низкую эластичность по цене, что соответствует достаточно «крутому» наклону кривой спроса (рис. 12.1).

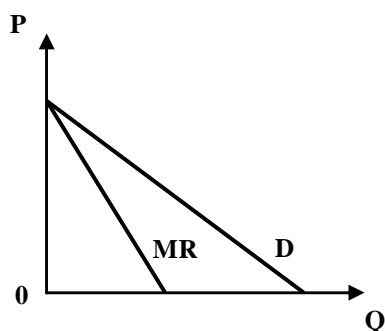


Рис. 12.1. Спрос на продукцию фирмы-монополиста

Формирование предельного дохода монопольной фирмы имеет свои особенности. Так, продажа фирмой дополнительной единицы товара сопровождается снижением цены, в том числе и на все предыдущие единицы товара, т.е. величина предельного дохода становится меньше цены товара: $MR < P$. В связи с этим график предельного дохода MR лежит ниже графика спроса, кроме первой единицы продукции (рис. 12.1).

Если функция спроса линейна и имеет вид $Q_d = a - b \cdot P$, то функция общего дохода TR имеет вид: $TR = P \cdot (a - b \cdot P) = a \cdot P - b \cdot P^2$. Тогда функция предельного дохода MR , являющегося частной производной от TR , имеет вид:

$$MR = a - 2b \cdot P. \quad (12.1)$$

Формула (12.1) показывает, что функция предельного дохода убывает в два раза быстрее по сравнению с функцией спроса на продукцию монопольной фирмы.

12.4.2. Формирование выручки монополиста

Динамика выручки, или общего дохода фирмы TR , зависит от ценовой эластичности отраслевого спроса и, соответственно, от динамики предельного дохода MR (рис. 12.2).

Как отражено на рис. 12.2, на эластичном участке кривой спроса D , когда коэффициент ценовой эластичности $\Delta E_d \Delta > 1$, предельный доход положителен ($MR > 0$), а значит, выручка TR растет. На неэластичном участке кривой спроса, когда $\Delta E_d \Delta < 1$, предельный доход отрицателен ($MR < 0$), поэтому выручка TR снижается. При $\Delta E_d \Delta = 1$ выручка фирмы достигает максимума. Зависимость предельного дохода MR от ценовой эластичности спроса E_d можно представить в виде формулы:

$$MR = P \cdot \left(1 - \frac{1}{E_d}\right). \quad (12.2)$$

Из формулы 12.2 видно, что монополист действует на эластичном участке кривой спроса, когда $\Delta E_d \Delta > 1$. При коэффициенте эластичности, меньшем единицы, предельный доход MR принимает отрицательные значения, что соответствующим образом сказывается на формировании выручки.

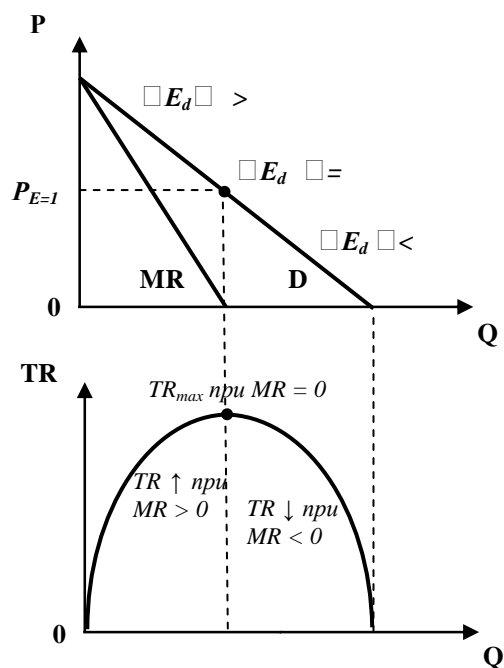


Рис. 12.2. Формирование выручки фирмы-монополиста

12.4.3. Предложение фирмы-монополиста

В отличие от конкурентной фирмы монополист выравнивает свои предельные издержки не с ценой, а с предельным доходом, согласно условию максимизации прибыли $MR = MC$.

Величина предельного дохода MR определяется характером спроса и в зависимости от функции спроса может быть одинаковой при разных уровнях цен. Получается, что один и тот же объем производства, определяемый по правилу $MR = MC$, может соответствовать разным уровням цен. Это противоречит условию построения кривой предложения, отражающей однозначную зависимость между объемом предлагаемого товара и ценой, поэтому кривую предложения для монополиста построить нельзя. Для иллюстрации рыночного равновесия фирмы-монополиста используют кривую предельных издержек MC .

12.4.4. Равновесие монополиста в краткосрочном периоде

Равновесие фирмы – это ситуация, при которой достигается оптимальный объем производства, соответствующий максимуму получаемой прибыли. Как обычно, поиск равновесия осуществляется с помощью двух подходов: 1) путем сопоставления общего дохода TR и общих издержек TC ; 2) путем сопоставления предельного дохода MR и предельных издержек MC .

I. Согласно первому подходу: $TR - TC = \max$ (рис. 12.3).

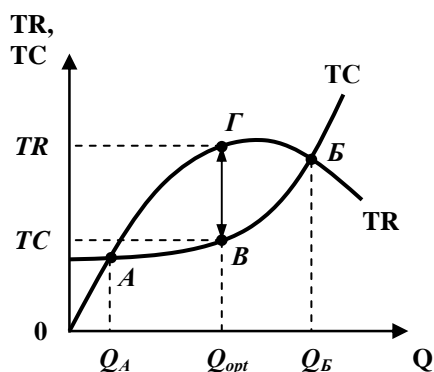


Рис. 12.3. Равновесие фирмы-монополиста по 1-му подходу

Прибыльная работа фирмы возможна при объемах выпуска от Q_A до Q_B , так как график выручки TR на отрезке AB проходит выше графика общих издержек TC , т.е. $TR > TC$ в этом диапазоне. Максимум прибыли соответствует объему выпуска Q_{opt} , а максимальная величина прибыли – отрезку $BГ$, отражающему наибольшее расстояние между кривыми TR и TC .

II. Согласно второму подходу: $MR = MC$ (рис. 12.4).

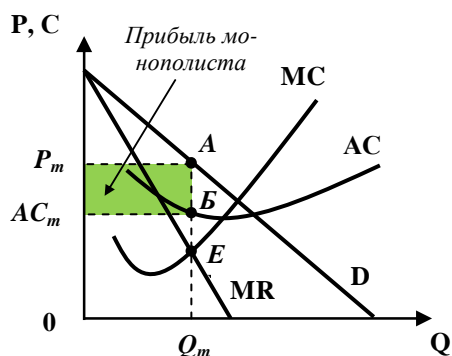


Рис. 12.4. Равновесие фирмы-монополиста по 2-му подходу

Точка равенства предельного дохода MR и предельных издержек MC – это точка пересечения соответствующих кривых – точка E . Монопольный объем выпуска Q_m – это проекция точки E на ось Q . Монопольная цена P_m , соответствующая оптимальному объему выпуска Q_m , находится с помощью линии спроса D .

Используя совокупность графиков, приведенных на рис. 12.4, можно найти целый ряд показателей деятельности монополярной фирмы. Так, выручка монополиста определяется по формуле:

$$TR = P_m \cdot Q_m, \quad (12.3)$$

общие затраты на производство:

$$TC = AC_m \cdot Q_m, \quad (12.4)$$

а прибыль:

$$PR = (P_m - AC_m) \cdot Q_m. \quad (12.5)$$

Полученная фирмой выручка соответствует площади фигуры OP_mAQ_m на рис. 12.4, общие издержки – площади OAC_mBQ_m , а величина максимальной прибыли фирмы – площади заштрихованного прямоугольника AC_mP_mAB .

12.4.5. Определение равновесных параметров монополиста в случае постоянных предельных издержек

Если функция спроса линейная и имеет вид $P = a - b \cdot Q$, функция предельного дохода $MR = a - 2b \cdot Q$, а предельные издержки MC постоянны и равны c , то в условиях максимизации прибыли:

$$\begin{aligned} MR = MC & \Rightarrow a - 2b \cdot Q = c \\ P_m = \frac{a+c}{2}; & \quad Q_m = \frac{a-c}{2b}, \end{aligned} \quad (12.6)$$

где P_m и Q_m – равновесная цена и равновесный объем выпуска фирмы-монополиста.

Напомним, что в случае совершенной конкуренции параметры равновесия составляют:

$$P_c = c; \quad Q_c = \frac{a-c}{b}. \quad (12.7)$$

Таким образом, при постоянных предельных издержках объем выпуска в процессе монополизации отрасли сокращается в два раза.

12.4.6. Равновесие монополиста в долгосрочном периоде

Условия равновесия монопольной фирмы в долгосрочной перспективе аналогичны краткосрочному периоду: $MR = LMC$. Монопольная цена так же, как и в краткосрочном периоде, определяется линией цены (рис. 12.5).

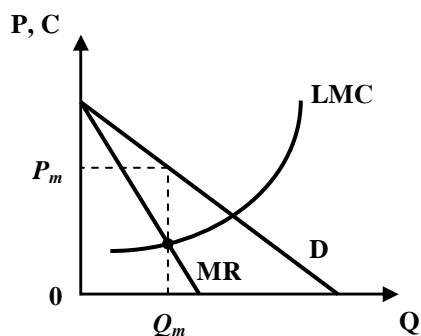


Рис. 12.5. Равновесие фирмы-монополиста в долгосрочном периоде

В отличие от конкурентной фирмы, монополист может получать положительную экономическую прибыль в долгосрочном периоде, но только в случае, если он сможет удержать отрасль от проникновения в нее других фирм.

12.5. Потери общественного благосостояния при монополии

12.5.1. Понятие потерь от монополизации

Процесс монополизации, т.е. переход от состояния совершенной конкуренции в условия монополии, приносит существенные изменения в экономическую жизнь отрасли, влияет на благосостояние как производителя, так и отдельного потребителя, и общества в целом.

На рис. 12.6 представлено изменение параметров рыночного равновесия в результате монополизации отрасли. Точки E_c и E_m отражают равновесие в случае совершенной конкуренции и монополии соответственно, P_c и P_m — конкурентную и монопольную цену, Q_c и Q_m — конкурентный и монопольный объемы выпуска.

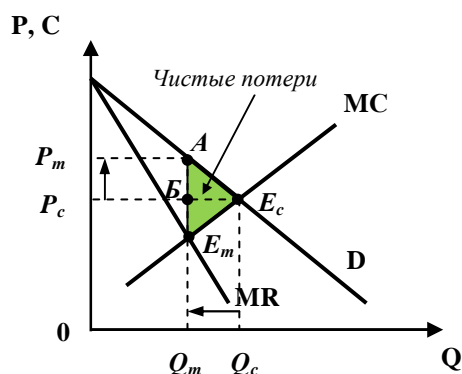


Рис. 12.6. Изменение параметров рыночного равновесия в процессе монополизации отрасли

Как видно из рис. 12.6, переход отрасли в условия монополии сопровождается следующими изменениями:

- возрастает цена: монопольная цена товара больше конкурентной цены ($P_m > P_c$);
- снижается объем предложения: монопольный объем выпуска меньше конкурентного ($Q_m < Q_c$);
- сокращается излишек потребителей на величину, равную площади фигуры $P_c P_m A E_c$. Часть потребительского излишка, равная площади фигуры $P_c P_m A B$, присваивается фирмой и превращается в монопольную прибыль. Другая часть, соответствующая фигуре $B A E_c$, не достается никому и составляет часть чистых потерь общества;

г) возникают чистые потери общества от монополизации, равные площади заштрихованного треугольника E_mAE_c (так называемый *треугольник Харбергера*, названный в честь американского экономиста Арнольда Харбергера, который в 1954 г. впервые сделал попытку количественно оценить ущерб, наносимый монополией). Данный треугольник включает чистые потери как потребителей (площадь фигуры BAE_c), так и производителя (площадь фигуры $E_mB E_c$).

Таким образом, *чистые потери от монополизации DWL* (от англ. слов «*deadweight loss due to monopoly*») представляют собой разницу между благосостоянием общества в отрасли без монополии (в условиях совершенной конкуренции) и благосостоянием общества в условиях монополии. Другими словами, это разница между конкурентными и монопольными совокупными излишками потребителей и производителя.

12.5.2. Определение чистых потерь от монополизации в случае постоянных предельных издержек

В самом простом случае, когда функция спроса линейна, а предельные издержки постоянны и равны c , величину чистых потерь от монополизации можно рассчитать по определенным формулам. Отразим данную ситуацию графически (рис. 12.7).

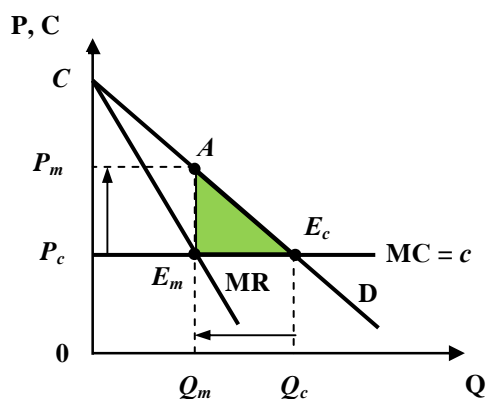


Рис. 12.7. Равновесие фирмы-монополиста в случае постоянных предельных издержек

Чистые потери, отражаемые треугольником E_mAE_c , можно рассчитать по формуле площади треугольника:

$$DWL = 0,5(P_c - P_m) \cdot (Q_c - Q_m) = -0,5\Delta P \cdot \Delta Q. \quad (12.8)$$

Если выразить ΔQ через показатель ценовой эластичности E_d , то формула чистых потерь примет вид:

$$DWL = -0,5 \cdot E_d \cdot \Delta P \cdot \frac{Q_m}{P_m}. \quad (12.9)$$

Таким образом, чистые потери от монополизации тем больше, чем:

- в большей степени возрастает цена;
- в большей степени сокращается объем производства;
- больше эластичность спроса на товар;
- выше выручка фирмы-монополиста;
- больше доля прибыли в цене товара.

Если функция спроса имеет вид $P = a - b \cdot Q$, то величины излишков при монополии соответствуют следующим фигурам на рис. 12.7 и рассчитываются по приведенным ниже формулам:

- излишек потребителей = $S_{P_mCA} = \frac{(a-c)^2}{8b}$; (12.10)

- излишек производителя = $S_{P_cP_mAE_m} = \frac{(a-c)^2}{4b}$; (12.11)

- чистые потери общества от монополизации = $S_{EmAEc} = \frac{(a-c)^2}{8b}$. (12.12)

Как видно из рис. 12.7 и формул 12.10–12.12, при постоянных предельных издержках потери в условиях монополии будут составлять четвертую часть от благосостояния общества при совершенной конкуренции.

Кроме прямых потерь от монополизации, выделяют еще и альтернативные, равные величине образующейся монопольной прибыли (сверхприбыли). Поскольку монопольная прибыль расходуется на поддержание рыночной власти, т.е. не увеличивает общественный продукт как таковой, ее условно можно отнести к потерям благосостояния общества. Величина чистых потерь с учетом альтернативных издержек от монополизации DWL_a будет равна:

$$DWL_a = 0,5\Delta P \cdot \Delta Q + \Delta P \cdot Q_m. \quad (12.13)$$

12.6. Монополия и экономическая эффективность

Как известно из главы 11, на совершенно конкурентном рынке выполняются два важнейших условия экономической эффективности: в сфере производства – равенство цены и минимума средних издержек ($P_c = AC_c = AC_{\min}$) и в сфере распределения ресурсов – равенство цены и предельных издержек ($P_c = MC$).

Для монополии, успешно защищающей свой рынок от проникновения других фирм, условие производственной эффективности не выполняется: цена товара больше средних монопольных издержек, а средние монопольные издержки больше минимальных средних издержек ($P_m > AC_m > AC_{\min}$). Фирма-монополист не достигает минимума средних издержек, означающего технологический оптимум, в связи с чем можно говорить о неполной загрузке производственных мощностей, т.е. о неэффективном использовании ресурсов общества. Графически данная ситуация представлена на рис. 12.4: при оптимальном объеме производства Q_m фирма достигает не нижней точки параболы AC , а точки B , которая находится выше точки минимума и соответствует величине средних издержек, равной AC_m .

Также не выполняется монополией условие эффективности в сфере распределения ресурсов: монопольная цена больше предельных издержек ($P_m > MC$, так как $P_m > MR$, а $MR = MC$). Данное неравенство говорит о недопроизводстве продукта в отрасли, так как общество оценивает дополнительные единицы производимого товара выше, чем какие-либо другие (альтернативные) продукты, которые могут быть изготовлены из имеющихся ресурсов.

Представленные выше выводы об общественной эффективности монополии были сделаны при допущении равенства структуры производственных издержек в условиях совершенной конкуренции и в условиях монополии. Предполагалось, что и конкурентная, и монопольная отрасли имеют одинаковую динамику и структуру средних общих и предельных издержек. Однако, в реальности величина и структура затрат на одно и то же количество выпускаемой продукции может существенно отличаться в зависимости от типа рынка. С одной стороны, монопольные издержки могут быть меньше конкурентных в силу положительного эффекта масштаба производства (ситуация X-эффективности). С другой стороны, издержки монополиста могут быть больше за счет внутренних издержек управления (ситуация X-неэффективности).

12.7. X-неэффективность монополий

X-неэффективность монополии – тенденция к росту издержек производства, связанная с расширением и бюрократизацией управленческого аппарата, ослаблением стимулов к инновациям и риску. Автор концепции X-эффективности американский экономист Харви Лейбенстайн (1922–1992) рассматривал X-неэффективность как ситуацию, когда фактические издержки фирмы для данного объема производства больше, чем минимально возможные издержки для этого объема. В принципе, X-неэффективность можно наблюдать при любых рыночных структурах, но особенно явно она проявляет себя при монополии (рис. 12.8).

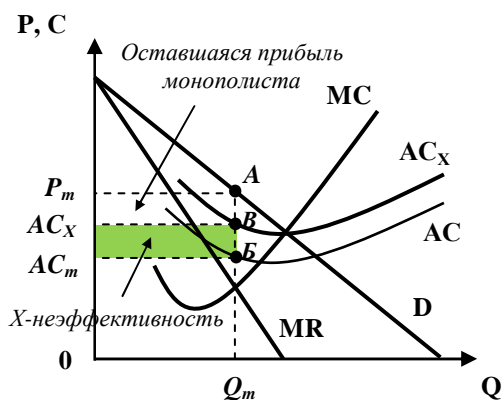


Рис. 12.8. Равновесие фирмы-монополиста в случае X-неэффективности

Когда фактические средние издержки монополии становятся больше средних отраслевых издержек при любом объеме производства (т.е. кривая фактических издержек AC_x на рис. 12.8 располагается выше отраслевой кривой AC), то возникает X-неэффективность, величина которой на единицу продукции равна отрезку BB' . Общая величина X-неэффективности отражается прямоугольником AC_mAC_xBB' и показывает, насколько снижается прибыль фирмы из-за внутренних проблем с управлением.

Среди причин, вызывающих X-неэффективность у монополии, могут быть следующие:

- 1) неэффективное управление фирмой;
- 2) слабые стимулы к внедрению прогрессивных технологий и обновлению производства за счет отсутствия конкурентов;
- 3) огромные силы и средства, которые монополисты тратят на сохранение и укрепление собственной рыночной власти;
- 4) стремление менеджеров к увеличению личной власти и престижа;
- 5) стремление к свободному распоряжению своим временем собственниками фирмы и нежеланию много работать.

Лейбенштайн считал, что средняя норма X-неэффективности в американском бизнесе второй половины XX в. составляла 20%, т.е. бизнес мог бы производить в среднем на 20% больше при том же объеме использования труда, капитала и материалов.

Вместе с тем существует и другая точка зрения на проблему эффективности монополий. Так, австрийский экономист Йозеф Шумпетер (1883–1950) и американский экономист Джон Гэлбрэйт (1908–2006), признавая наличие потерь благосостояния общества от повышения цен и снижения объемов выпуска в условиях монополии, выявили ее положительную роль в области использования научно-технических достижений и развития экономики в целом. Данная точка зрения подкрепляется следующими положениями:

- 1) фирмы-монополисты располагают достаточным объемом средств и запасом финансовой прочности для осуществления НИОКР, инвестиций (в том числе рискованных) в наукоемкие технологии, исследования рынка, изучения общественных потребностей и т.д.;
- 2) получение сверхприбылей вкупе с высокими барьерами входа в отрасль, защищающими монопольную власть на рынке, стимулируют инновационную деятельность для поддержания фирмой в будущем статуса монополии и сохранения возможностей получения сверхприбылей в долгосрочной перспективе.

Исходя из этого, можно предположить, что, если монополист активно осуществляет инновации, снижает средние затраты на производство за счет внедрения передовых технологий, то тем самым он компенсирует потери благосостояния общества от монополизации отрасли и имеет неоспоримые преимущества перед конкуренцией. В данном случае говорят об X-эффективности монополии, которая выражается неравенством:

$$\Delta AC \cdot Q_m > DWL, \quad \text{или} \quad \Delta AC \cdot Q_m > 0,5 \Delta P \cdot \Delta Q, \quad (12.14)$$

где ΔAC – величина экономии средних издержек, DWL – чистые потери общества от монополизации.

12.8. Ценовая дискриминация

Ценовая дискриминация – это ситуация, когда одинаковые товары фирма продает различным покупателям по разным ценам. Это прием, применяемый фирмами для роста объема продаж и максимального увеличения своей прибыли за счет присвоения потребительского излишка. Объектом ценовой дискриминации являются, как правило, товары с низкоэластичным спросом, т.е. товары, не имеющие близких заменителей и выпускаемые фирмами с высоким уровнем рыночной власти. Чем менее эластичен спрос, тем больше потребительский излишек, изымаемый монополистом.

Цены в рамках ценовой дискриминации могут различаться в зависимости от:

- качества обслуживания покупателей;
- объема покупки (например, оптовая скидка или розничная надбавка);
- дохода покупателя;
- времени покупки (день-ночь, будни-выходные и т.д.) и другого.

Различают несколько видов ценовой дискриминации в зависимости от типа присвоения потребительского излишка.

Дискриминация первой степени (совершенная дискриминация) – ситуация в ценообразовании, когда на каждую единицу товара устанавливается цена, равная цене спроса. Каждый потребитель покупает товар по отличной от других цене в соответствии со своим спросом.

Рассмотрим рис. 12.9. Простая монополия, не осуществляющая ценовую дискриминацию, установила бы цену на уровне P_m с тем, чтобы продать количество товара Q_m . Дискриминирующая монополия расширяет диапазон цен от конкурентного уровня P' до максимального уровня A , одновременно увеличивая объем продаж с Q_m до Q' . В результате фирма получает не только обычную для монополиста прибыль, отражаемую фигурой $BP'EC$, но и сверхприбыль $P'AE$, равную всему потребительскому излишку на рынке.

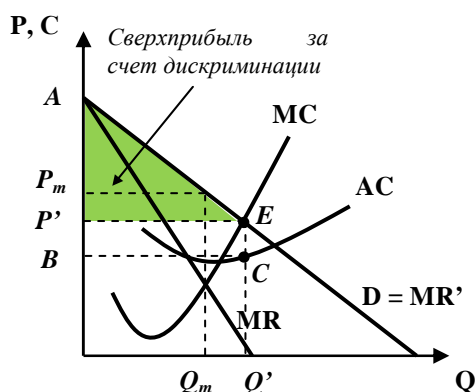


Рис. 12.9. Ценовая дискриминация первой степени

Каким образом происходит расширение продаж до конкурентного уровня? Если простая монополия продает дополнительную единицу товара, снижая цену на все реализуемые единицы (т.е. $TR = MR_1 + MR_2 + \dots + MR_n$, где $MR_i < P_i$), то дискриминирующая монополия продает дополнительную единицу товара, понижая цену только на эту единицу, а не на все (т.е. $TR = P_1 + P_2 + \dots + P_n$). В случае абсолютной дискриминации $MR' = P$, т.е. кривая MR' совпадает с кривой спроса, максимум прибыли наступает при $P = MC$, а объем производства достигает конкурентного уровня.

Это крайний случай ценовой дискриминации, когда весь потребительский излишек присваивается фирмой. В реальной жизни его трудно наблюдать в чистом виде, однако, он является определенной моделью для изучения поведения крупных фирм на рынке.

Дискриминация второй степени – это дискриминация одного покупателя в зависимости от объемов приобретения товара. В таком случае цены (или тарифы) называются *многоставочными (блочными)*. Продавец не может определить платежеспособность покупателей, поэтому он предлагает всем одну и ту же структуру цен (тарифов), предоставляя покупателю самому выбрать объем покупки и условия ее оплаты.

В рамках ценовой дискриминации второй степени выделяют два типа цен (тарифов):

- блочный понижающий (больше покупаешь – меньше платишь);
- блочный повышающий (меньше покупаешь – меньше платишь).

Понижающий тариф – система оплаты, предусматривающая снижение цены при росте объема покупок, а *повышающий тариф*, наоборот, предполагает повышение цены при росте объема покупок, например, услуги связи, электроэнергия и т.п.

Дискриминация третьей степени – это дискриминация по группам потребителей в зависимости от их платежеспособности на основе сегментации рынка. Примерами здесь может служить установление одной и той же фирмой разных цен на услуги для организаций и для частных лиц, разных тарифов на электроэнергию для фирм и для населения, отличных от других цен на проезд для студентов и пенсионеров и т.д.

12.9. Монополия. Двусторонняя монополия

В экономической практике встречаются случаи, когда рыночной властью обладает не продавец, а покупатель какого-нибудь товара или ресурса. Данное обстоятельство существенно влияет на процесс установления рыночного равновесия, т.е. формирования рыночной цены товара и объема продаж. Выделяют два классических случая реализации монопогией ее рыночной власти: непосредственно монополии и двусторонней монополии.

12.9.1. Монополия

Монополия – это монополия со стороны покупателя, например, покупка сельскохозяйственной продукции, военный заказ государства или единственное крупное предприятие на рынке труда. Характерными чертами монополии являются:

- наличие единственного покупателя, предъявляющего спрос на всю производимую в отрасли продукцию;
- наличие большого числа продавцов, имеющих небольшие рыночные доли;
- преимущественно стандартизированный товар;
- активная ценообразующая политика покупателя на основе высокой информированности о ценах на рынке;
- приспособление продавцов к условиям покупателя.

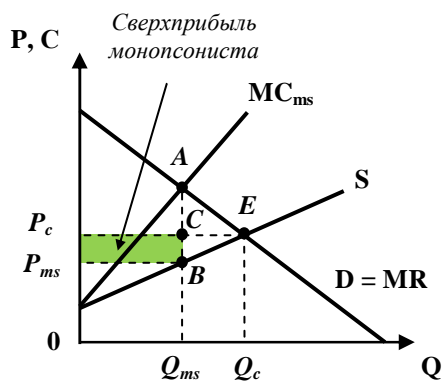


Рис. 12.10. Равновесие в условиях монополии

На рис. 12.10 линия S – возрастающая кривая предложения отрасли, характеризующая покупку каждой дополнительной единицы товара при повышении цены на все единицы товара, включая предыдущие. Значит, предельные издержки покупки товара больше, чем цена при том же объеме: $MC_{ms} > P$, а кривая предельных издержек монополиста MC_{ms} лежит выше кривой предложения S .

Равновесие фирмы-монополиста достигается при универсальном условии $MR = MC$ и в своем построении имеет много общего со случаем монополии. Принимая рынок продавцов как конкурентный (т.е. $D = MR$), точка пересечения кривых MR и MC_{ms} – точка A – есть точ-

ка определения оптимального объема покупки монополиста Q_{ms} . Цена монополиста P_{ms} устанавливается с помощью линии предложения S .

В процессе монополизации отрасли объем закупок сокращается с конкурентного уровня Q_c до Q_{ms} , и закупочная цена снижается с P_c до P_{ms} . В результате снижения затрат на покупку товара по сравнению с конкурентным уровнем монополист увеличивает свою прибыль на величину, равную площади заштрихованной фигуры $P_{ms}P_cCB$, захватывая таким образом часть излишка продавцов. Излишек, обозначенный треугольником BCE , не достается никому и может быть рассмотрен как часть чистых потерь при монополии. Полные потери благосостояния при монополии отражены треугольником BAE . Так проявляется рыночная власть монополиста.

12.9.2. Двусторонняя монополия

Двусторонняя монополия – ситуация, когда на рынке фирма-монополист (единственный продавец) противостоит фирме-монополисту (единственному покупателю). Классическим случаем двусторонней монополии является противостояние профсоюза и крупного предприятия – работодателя на рынке труда.

В условиях монополии фирма олицетворяет отрасль, поэтому кривые предложения фирмы и отрасли совпадают. Для монополии кривой предложения не существует, поэтому кривая предложения отрасли является для нее кривой предельных издержек.

Аналогично, в условиях монополии фирма олицетворяет отрасль, поэтому кривые спроса фирмы-монополиста и отрасли совпадают. Для монополии кривой спроса не существует, поэтому кривая спроса отрасли является для нее кривой предельного дохода.

Равновесие для конкурентного, монопольного рынков и рынка монополии отражено на рис. 12.11 соответствующими точками E_c , E_m и E_{ms} с характерными для них параметрами равновесия.

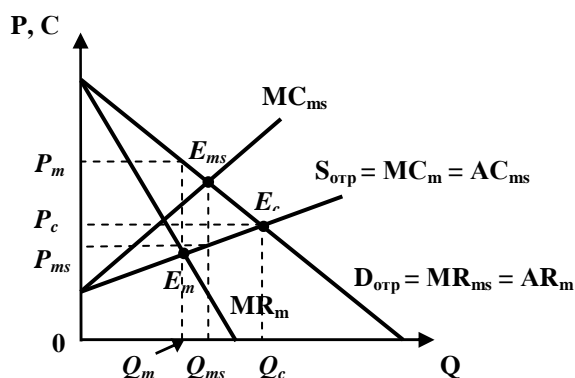


Рис. 12.11. Равновесие в условиях двусторонней монополии

Объем выпуска в условиях двусторонней монополии меньше, чем при совершенной конкуренции. Какой будет цена, зависит от степени рыночной власти монополиста и монополиста. Не исключено, что цена при противостоянии двух монополистов установится ближе к конкурентному уровню.

12.10. Показатели монопольной власти

Существуют два основных показателя монопольной власти, которые активно используются в экономической практике.

1. *Индекс Лернера*, предложенный американским экономистом Абба Лернером (1903–1982) в 1934 г., рассчитывается посредством величины, на которую цена P_m , максимизирующая прибыль, превышает предельные издержки MC :

$$I_L = \frac{(P_m - MC)}{P_m} \quad (12.16)$$

Индекс Лернера также можно математически определить как величину, обратную коэффициенту эластичности спроса по цене:

$$I_L = \frac{1}{Ed} \quad (12.16)$$

или же как долю прибыли PR в выручке TR :

$$I_L = \frac{(Pm - AC)}{Pm} = \frac{PR}{TR}. \quad (12.17)$$

Использование в некоторых случаях показателя средних издержек AC вместо предельных издержек MC обусловлено трудностью расчета последних в практической деятельности. Отношение прибыли к выручке (или доля прибыли в цене товара) является одним из важнейших показателей экономической деятельности – рентабельности.

Индекс Лернера рассчитывается в долях единицы (или в процентах) и принимает числовые значения от 0 до 1 (или от 0% до 100%). Если $I_L > 0$, то фирма обладает рыночной властью. Чем выше индекс, тем больше монопольная власть фирмы. При совершенной конкуренции $P = MC$, а значит, $I_L = 0$.

Использование индекса Лернера основано на утверждении о том, что большая величина прибыли – это признак монополии. Однако, это не всегда справедливо. Во-первых, может наблюдаться большая разница между бухгалтерскими и экономическими издержками, когда при подсчете прибыли не учитываются внутренние издержки (нормальная прибыль и издержки использования собственного капитала). Во-вторых, сама по себе монопольная власть не гарантирует высокие прибыли, например, в случае X -неэффективности или падения спроса.

II. *Индекс Херфиндаля-Хиршмана*, названный в честь ученых, его предложивших, и учитывающий доли фирм в общем объеме продаж отрасли:

$$I_{HH} = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2, \quad (12.18)$$

где $S_1, S_2, S_3, \dots, S_n$ – доли соответственно 1-й, 2-й, ..., n -й фирм, от наибольшей к наименьшей, в общем объеме продаж отрасли.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана является главным ориентиром при оценке допустимости слияний в США с 1982 г. Чем больше индекс, тем выше опасность монополизации отрасли при слиянии двух или нескольких компаний, в частности:

- если $I_{HH} < 1000$, то рынок считается неконцентрированным, и слияние допускается;
- если $1000 < I_{HH} < 1800$, то рынок считается умеренно концентрированным, однако, уровень I_{HH} выше 1400 требует дополнительной проверки Департаментом юстиции;
- если $I_{HH} > 1800$, то рынок считается высококонцентрированным. Если в результате слияния I_{HH} увеличивается менее чем на 50 пунктов, то слияние разрешается, если же I_{HH} увеличивается более чем на 100 пунктов, слияние запрещается. Рост I_{HH} на 51-99 пунктов становится основанием для дополнительной проверки целесообразности слияния.

Приведем несколько примеров расчета индекса. В случае чистой монополии $S_1 = 100\%$, соответственно индекс $I_{HH} = 10000$. Если в отрасли 100 одинаковых фирм, то $S_i = 1\%$, а $I_{HH} = 1^2 \cdot 100 = 100$. В случае, если в отрасли одна фирма занимает 90% всего объема продаж, а остальные десять фирм – по 1%, то $I_{HH} = 90^2 + 1^2 \cdot 10 = 8100 + 10 = 8110$.

12.11. Значение монополий для общества. Мифы, связанные с деятельностью монополий

Монополии существенно влияют на жизнь общества, во многом определяют его экономический облик. По показателям деятельности крупных компаний оценивают динамику рынка, выявляют тенденции развития национальных экономик и мировой экономики в целом. Монополии, будучи не просто единственными производителями каких-либо товаров, но и крупными потребителями всех видов ресурсов, в том числе уникальных, формируют структуру экономики, структуру занятости и потребления. Рыночная власть монополий мо-

жет распространяться не только на какие-либо отрасли, но и на целые государства, экономика которых зависит от заказов крупных международных корпораций.

12.11.1. Преимущества и недостатки монополии как рыночной структуры

Влияние монополий на экономическое развитие может быть как положительным, так и отрицательным. Среди *преимуществ монополий* выделяют:

- возможности использования эффекта масштаба производства и снижения себестоимости продукции;
- значительные возможности финансирования научно-технического прогресса. Согласно гипотезе Йозефа Шумпетера, потери общества от деятельности монополий компенсируются совершенствованием технологий и повышением эффективности общественного производства (подробнее см. п. 12.7);
- возможность нести значительные инвестиционные риски.

Для самой фирмы-монополиста главным преимуществом является наличие запаса финансовой прочности и возможность получения положительной экономической прибыли (сверхприбыли) в долгосрочной перспективе.

Среди *недостатков монополии* можно отметить:

- нерациональное использование ресурсов общества;
- сдерживание конкуренции и развития связанных с нею преимуществ;
- потери благосостояния потребителей (назначение более высоких цен при более низком объеме предложения);
- усиление неравенства доходов и социальная дифференциация;
- тенденции к бюрократизации и снижению стимулов к внедрению инноваций (нарастание X-неэффективности).

12.11.2. Мифы, связанные с существованием монополий

Зачастую деятельность монополий сопровождается устойчивыми стереотипами, не совсем корректными мнениями (как положительными, так и отрицательными), относительно ее воздействия на рынок.

Миф 1. Монополист может установить сколь угодно высокую цену на свой товар. *На самом деле:* рост цен ограничен спросом на данный товар (т.е. платежеспособностью населения), и для расширения объема продаж монополисту приходится снижать цену.

Миф 2. Монополист стремится ограничить выпуск продукции. *На самом деле:* монополист стремится максимизировать прибыль, поэтому будет расширять производство, пока не достигнет условия $MR = MC$. А в долгосрочном периоде будет стремиться полнее использовать положительный эффект масштаба производства.

Миф 3. Монополист стремится продать с максимальной прибылью каждую единицу товара. *На самом деле:* монополист стремится к максимуму общей прибыли, а не к максимуму прибыли на единицу продукции. Равенство $MR = MC$ достигается не за счет максимизации разницы между ценой и средними издержками, а за счет реализации такого объема продукции, которое дает максимальную совокупную прибыль (рис. 12.12).

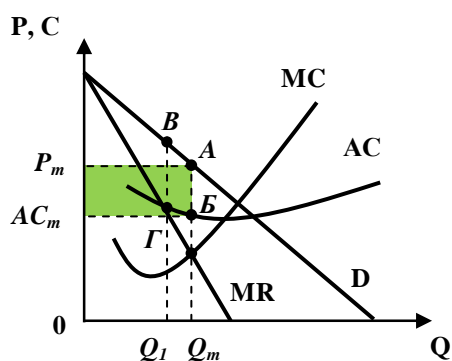


Рис. 12.12. Максимизация прибыли в условиях монополии

На рис. 12.12, отражающем ситуацию равновесия монопольной фирмы, видно, что максимум прибыли на единицу продукции, отмеченный отрезком $BГ$, достигается при объеме производства Q_1 , а максимум общей прибыли – при объеме Q_m . Главным фактором увеличения совокупной прибыли здесь является расширение объема продаж.

Миф 4. Монополист обязательно получает положительную экономическую прибыль. *На самом деле:* результаты деятельности монополиста, как и любого предприятия, зависят от объективной рыночной ситуации. В случае снижения спроса или удорожания ресурсов монополист может нести убытки (рис. 12.13).

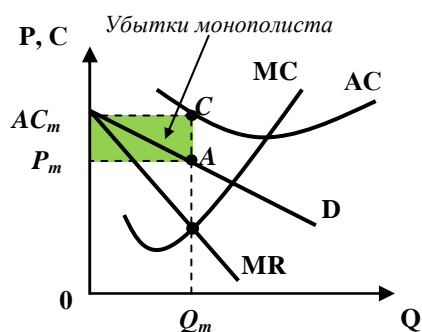


Рис. 12.13. Убытки в условиях монополии

Как видно на рис. 12.13, кривая средних издержек AC находится выше кривой спроса при любом объеме продаж. Соответственно, $AC_m > P_m$. В данном случае Q_m – объем производства, минимизирующий убытки монополиста, а величина минимально возможного убытка равна площади заштрихованного прямоугольника P_mAC_mCA .

12.12. Антимонопольная политика, ее инструменты

Антимонопольная политика – система административных и экономических мер по предупреждению и сокращению опасной для общества монопольной власти хозяйствующих субъектов.

Среди основных экономических мер антимонопольной политики государства выделяют:

- прямое регулирование;
- налогообложение;
- регулирование естественных монополий.

12.12.1. Прямое и косвенное регулирование деятельности монополий

Прямое регулирование включает в себя принудительное установление «потолка цен», предельного темпа роста цен или предельного уровня нормы прибыли. Применение прямых мер позволяет достичь следующих результатов:

- во-первых, сокращения объема получаемой монополистом прибыли и перераспределения выгод от рыночной деятельности (благополучия) в пользу потребителей;
- во-вторых, вынужденного расширения объема производства с тем, чтобы путем роста объемов продаж фирма компенсировала снижение цены;
- в-третьих, снижения предельных и средних издержек путем совершенствования технологии.

Мотивируя расширение объемов выпуска и снижение издержек, государство стремится к тому, чтобы параметры монопольного рынка и степень эффективности его функционирования приблизились к условиям совершенной конкуренции.

В процессе *косвенного регулирования* деятельности монополий государство может вводить различные виды налогов, сокращающие положительную экономическую прибыль монополиста. Налогообложение здесь выполняет две главные функции: фискальную, посредст-

вом которой пополняются бюджетные средства, и экономическую (регулирующую), способствующую уменьшению рыночной власти монополий и оживлению конкуренции.

Так, в случае введения фиксированного *потоварного налога*, уплачиваемого фирмой с каждой проданной единицы, предельные и средние издержки увеличиваются на величину налога, монопольная цена увеличивается, а объем выпуска падает. При этом, часть налогового бремени фирма перекладывает на потребителя.

В отличие от потоварного налога, сумма которого зависит от объема продукции, *паушальный налог* взимается в размерах, независимых от каких-либо показателей экономической деятельности (дохода, цены или объема производства) и потому может быть отнесен к постоянным затратам. Введение паушального налога увеличивает средние общие издержки (за счет средних постоянных издержек), а предельные издержки при этом не меняются. В итоге, равновесные параметры фирмы (цена и объем выпуска) остаются прежними, уменьшается лишь получаемая монополистом прибыль. Значит, в отличие от потоварного, паушальный налог не перекладывается на потребителей и уплачивается полностью монополистом.

12.12.2. Особенности регулирования естественных монополий

Естественная монополия – монопольная фирма, которая в силу объективных экономических или технологических факторов может удовлетворять весь рыночный спрос на определенный товар с меньшими средними издержками, чем в условиях конкуренции двух или нескольких фирм. Преимущество в формировании издержек легко показать графически (рис. 12.14).

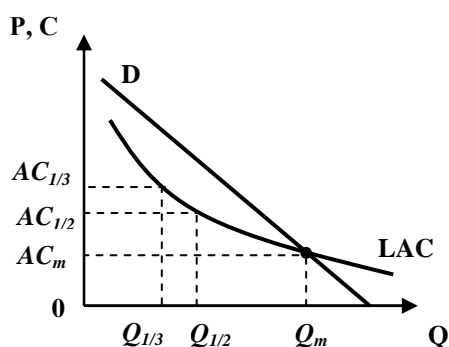


Рис. 12.14. Эффект масштаба производства в условиях естественной монополии

Кривая долгосрочных средних издержек LAC имеет ниспадающий характер, что отражает действующий положительный эффект масштаба: чем больше объем производства, тем ниже издержки на единицу продукции. Кривая LAC пересекает линию спроса D до наступления технологического оптимума, т.е. минимума LAC. Если в отрасли действует одна фирма – монополия, то все количество товара в отрасли (Q_m) производится с минимальными средними издержками AC_m . Если в отрасли две фирмы, каждая из которых производит половину отраслевого объема ($Q_{1/2}$), то издержки на единицу продукцию увеличиваются до $AC_{1/2}$. Если количество фирм возрастет до трех, объем выпуска каждой из которых составит $Q_{1/3}$, то средние издержки увеличиваются до $AC_{1/3}$.

Учитывая значительные возможности естественных монополий устанавливать высокие цены без гарантии полного насыщения рынка, их деятельность подлежит государственному регулированию. Целью регулирования естественных монополий является сведение к минимуму общественных потерь от монополизации, в рамках чего решаются следующие задачи:

- ◆ увеличение объема производства в отрасли при снижении монопольных цен на продукцию;
- ◆ рост и поддержание экономической эффективности производства в отрасли;
- ◆ обеспечение гарантии поставок товара (услуг) на рынок;
- ◆ обеспечение социальной справедливости в распределении произведенного продукта между потребительскими группами;

♦ охрана окружающей среды и другие задачи.

Согласно Федеральному закону от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях», сферами регулирования естественных монополий в России являются:

- ✿ транспортировка газа по трубопроводам;
- ✿ транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам;
- ✿ железнодорожные перевозки;
- ✿ услуги в транспортных терминалах, портах и аэропортах;
- ✿ общедоступная электросвязь и почтовая связь;
- ✿ передача электрической энергии;
- ✿ оперативно-диспетчерское управление в электроэнергетике;
- ✿ передача тепловой энергии;
- ✿ использование инфраструктуры внутренних водных путей;
- ✿ захоронение радиоактивных отходов;
- ✿ водоснабжение и водоотведение с использованием централизованных системы, систем коммунальной инфраструктуры;
- ✿ ледокольная проводка судов, ледовая лоцманская проводка судов в акватории Северного морского пути.

Для регулирования естественных монополий используется целый ряд методов.

1. *Прямое установление цен.* Цена на продукцию фирмы-монополиста может быть административно снижена вплоть до уровня средних и даже предельных издержек. Убытки, возникающие у монополии в случае установления цены на уровне предельных издержек, могут быть компенсированы государственными субсидиями и льготами.

2. *Косвенное регулирование цен.* К косвенным методам ценообразования относят, главным образом, регулирование нормы доходности и регулирование предела повышения цен. Установление нормы доходности целесообразно в отношении монополий, издержки которых имеют тенденцию к росту, а установление пределов повышения цен предпочтительно для фирм, снижающих свои издержки.

3. *Использование конкурентных механизмов.* Данный метод подразумевает под собой переход от ценового регулирования естественной монополии к антимонопольному, т.е., введение конкуренции как таковой и ее экономическую и юридическую защиту.

4. *Проведение государственных аукционов.* Целью данного метода является предоставление права на производство определенной продукции фирме, готовой вносить в госбюджет наибольшую из предложенных сумму платежа. В этом случае сохраняются монопольные параметры равновесия – цена и объем выпуска, но часть монопольной прибыли изымается в бюджет. Достоинством данного метода является наличие стимулов для фирмы снижать затраты, а недостатком – неэффективные для общества цена и объем выпуска.

Естественно, что обозначенным выше не исчерпывается обширный круг инструментов регулирования естественных монополий, но основным и наиболее эффективным методом является прямое установление цен. В частности, в России, в соответствии с законом № 147-ФЗ, в качестве методов государственного регулирования субъектов естественных монополий применяется прямое ценовое регулирование (установление цен (тарифов) или их предельного уровня), а также определение потребителей, подлежащих обязательному обслуживанию, в случае невозможности удовлетворения монополией отраслевого спроса в полном объеме. Практика косвенного ценообразования характерна для зарубежных стран – США, Великобритании и других.

12.13. Антимонопольная политика в России

Антимонопольная политика в России проводится *Федеральной антимонопольной службой* (ФАС России), являющейся уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов, контролю и надзору за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защи-

ты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий и рекламы. Главными задачами ФАС России являются:

- контроль за соблюдением антимонопольного законодательства;
- выявление нарушений антимонопольного законодательства и привлечение к ответственности за такие нарушения;
- предупреждение монополистической деятельности;
- осуществление контроля за экономической концентрацией в сфере использования земли, недр и других природных ресурсов.

Юридической основой для проведения антимонопольной политики является *федеральный закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции»* (в редакции от 02.07.2013), который определяет организационные и правовые основы защиты конкуренции, предупреждения и пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции.

В законе «О защите конкуренции» монополистическая деятельность определена как злоупотребление хозяйствующим субъектом или группой лиц своим доминирующим положением, а также как соглашения или согласованные действия, запрещенные антимонопольным законодательством. Доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта (или субъектов) на рынке определенного товара, дающее таким хозяйствующим субъектам возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

Основным, хотя и не единственным, критерием для определения доминирующего положения хозяйствующего субъекта является его доля на рынке. Если доля фирмы превышает 50%, ее положение признается доминирующим, однако, закон предусматривает возможность признания доминирующего положения и с меньшей долей рынка. Не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации), доля которого на рынке не превышает 35%.

В целом, в законе «О защите конкуренции» прописан широкий ряд моментов, направленных на совершенствование правового регулирования отношений, связанных с защитой и развитием конкуренции. Так, в нем представлен глубокий и современный понятийный аппарат антимонопольной практики; разграничиваются виды действий и сделок, на осуществление которых требуется разрешение антимонопольного органа; прописана процедура рассмотрения дел о нарушении антимонопольного законодательства антимонопольным органом и многое другое.

В настоящее время *приоритетными направлениями по развитию конкуренции* и совершенствованию антимонопольной политики в России являются:

- ⓐ внедрение лучших практик развития конкуренции в субъектах Федерации;
- ⓐ снижение доли государственного сектора в экономике;
- ⓐ развитие конкуренции в инфраструктурных отраслях, включая сферы естественных монополий;
- ⓐ развитие конкуренции при осуществлении закупок;
- ⓐ упрощение деятельности предпринимателей в рамках антимонопольного регулирования;
- ⓐ повышение уровня защиты прав потребителей;
- ⓐ создание механизма реализации «дорожной карты» по развитию конкуренции;
- ⓐ реализация отраслевых мер по развитию конкуренции (на рынках лекарственных препаратов, медицинских услуг, авиаперевозок, услуг связи, услуг дошкольного образования, нефтепродуктов).

Контрольные вопросы по теме 12

1. Почему монополию относят к так называемым фирмам – «прайс-мейкерам»?
2. Какие существуют барьеры, блокирующие вход фирмам в монополизированную отрасль?
3. Какой вид монополии считается наиболее устойчивым и долговечным?

4. Как формируется предельный доход и выручка монопольной фирмы? Как соотносится предельный доход и цена на монопольном рынке?
5. На каком участке кривой отраслевого спроса предпочитает действовать фирма? Почему?
6. В чем принципиальное отличие механизма ценообразования на конкурентном и неконкурентном рынках? Отрадите данный механизм на графике.
7. Может ли монополист получать положительную экономическую прибыль в долгосрочном периоде?
8. Почему возникают чистые потери от монополизации отрасли? Какие факторы способствуют увеличению данных потерь?
9. Насколько эффективной является монополия как тип рыночной структуры?
10. В чем состоит сущность явления Х-неэффективности? В условиях какой рыночной структуры Х-неэффективность проявляет себя наиболее ярко?
11. Что такое ценовая дискриминация? Какие выгоды получает дискриминирующая монополия?
12. В каких случаях на рынке возникает монопсония? В чем состоит особенность ценообразования в условиях монопсонии?
13. На каком уровне устанавливается рыночная цена в условиях двусторонней монополии?
14. Какие существуют показатели монопольной власти?
15. Верно ли, что монополист может установить сколь угодно высокую цену на свой товар?
16. Может ли монополия получать убытки?
17. Какие инструменты использует государство в рамках антимонопольной политики?
18. Какими нормативными актами регулируется деятельность монополий в России?

Тема 13. РЫНОК НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ: МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И ОЛИГОПОЛИЯ

- 13.1. Характерные черты монополистической конкуренции
- 13.2. Дифференциация продукции
- 13.3. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции в краткосрочном и долгосрочном периодах
- 13.4. Монополистическая конкуренция и экономическая эффективность
- 13.5. Неценовая конкуренция. Реклама
- 13.6. Характерные черты олигополии
- 13.7. Основные модели ценообразования при олигополии
- 13.8. Олигополия и экономическая эффективность

13.1. Характерные черты монополистической конкуренции

Монополистическая конкуренция – это тип рыночной структуры, возникающий, когда на рынке действует достаточно большое количество фирм, способных влиять на рыночную ситуацию, главным образом, на цену. Монополистическая конкуренция – своеобразная промежуточная модель рынка, объединяющая в себе черты совершенной конкуренции и монополии. Впервые понятие «монополистическая конкуренция» ввел американский экономист Эдвард Чемберлин (1899–1967) в своей книге «Теория монополистической конкуренции» в 1933 г.

Монополистическая конкуренция имеет ряд характерных черт, связанных с поведением хозяйствующих субъектов и условиями ценообразования.

1. В отрасли действует *значительное количество небольших фирм*, из чего следует, что:
 - а) каждая фирма занимает определенную небольшую долю на рынке, как правило, от 1% до 10% всего объема продаж отрасли;
 - б) отдельная фирма, изменяя объем производимой продукции, может повлиять на цену товара, но при этом, рыночная власть каждой фирмы и ее контроль над ценой ограничены;
 - в) каждая фирма самостоятельно определяет свою ценовую политику, учесть реакцию конкурентов очень трудно из-за их многочисленности;

г) из-за многочисленности фирм отсутствует возможность сговора между ними и картеллизации отрасли.

2. *Реализуемая продукция является дифференцированной*, что определяет следующие особенности рынка:

а) продукт отрасли не является однородным, поэтому спрос на него не является абсолютно эластичным, как при совершенной конкуренции;

б) все товары являются товарами – заменителями друг друга, поэтому спрос на товар отдельной фирмы имеет более высокую эластичность, чем в условиях монополии с ее уникальным продуктом;

в) дифференциация продукции приводит к сегментации, т.е. разделению отраслевого рынка на небольшие части (сегменты), на каждом из которых доля даже маленькой фирмы может стать большой.

3. *Вход в отрасль относительно свободный*, и это означает, что:

а) вход на рынок обычно не сопровождается большими затратами, однако, фирме могут потребоваться значительные расходы на рекламу своего дифференцированного товара, чтобы потребители узнали о его отличительных и привлекательных свойствах;

б) эффект масштаба небольшой, и фирмы не имеют решающих технологических преимуществ перед другими фирмами, в противном случае рынки отдельных товаров монополизировались бы;

в) отдельные фирмы могут выдвигать юридические барьеры в виде патентов, лицензий или торговых марок, охраняя тем самым свой рыночный сегмент от проникновения других фирм, но, в отличие от монополии, данные барьеры не носят исключительного характера, так как юридически защищаются товары – заменители;

г) между фирмами разгорается конкурентная борьба, в результате чего фирма не получает экономическую прибыль в долгосрочной перспективе.

4. Возникает и развивается *неценовая конкуренция* как необходимый элемент конкурентной борьбы, и это значит, что:

а) возможности ценовой конкуренции ограничены;

б) каждая фирма ищет и продвигает неценовые преимущества своего товара, основанные на дифференциации продукции: дизайн, оформление упаковки, экологичность, эргономичность, надежность и безопасность в эксплуатации, возможность использования особыми категориями потребителей (детьми, пожилыми людьми, инвалидами и т.п.) и другие;

в) фирмы используют различные виды неценовой конкуренции, выражающиеся в способах продвижения товара и стимулирования сбыта: реклама, гарантии в обслуживании, особое размещение товара в торговых залах, индивидуальные консультации, доставка на дом, продажа в кредит, продажа под торговой маркой, сетевой маркетинг, возможность попробовать товар перед покупкой, подарки за покупку и другие виды промоакций.

В реальной жизни рынок монополистической конкуренции встречается довольно часто. Его примерами могут служить рынки некоторых продовольственных товаров (мяса и колбас, молочной продукции, сыров, специй и т.д.), одежды и обуви, косметики и парфюмерии, бытовой техники, мебели и товаров для дома, бытовых услуг, ювелирных изделий и других групп потребительских товаров. Главным отличительным признаком данного типа рыночной структуры является стремление производителей (явное или мнимое) соответствовать потребительским ожиданиям, угодить любому вкусу покупателей и тем самым увеличить объем продаж. Монополистически конкурентная фирма – основной резерв удовлетворения все возрастающих потребностей населения в современной экономике.

13.2. Дифференциация продукции

Дифференциация продукции – различия потребительских свойств товаров в рамках одной товарной группы, направленные на выделение данных товаров из общей массы продукции, реализуемой на рынке. *Дифференцированным* называется продукт, качественные характеристики которого отличаются от аналогичного продукта, производимого конкурентом. На-

пример, стиральные машины фирмы «Samsung» по функциональным характеристикам и дизайну могут существенно отличаться от стиральных машин других фирм, несмотря на то, что производятся для удовлетворения одной и той же потребности – стирки белья.

Рынок однородной (стандартизированной) продукции по многим параметрам отличается от рынка дифференцированной продукции (табл. 13.1.).

Таблица 13.1.

**Сравнительная характеристика рынков
однородной и дифференцированной продукции**

Признак сравнения	Рынок однородной продукции	Рынок дифференцированной продукции
Степень ценовой эластичности спроса на продукцию фирмы	Спрос абсолютно эластичен	Спрос не является абсолютно эластичным
Степень перекрестной эластичности товаров на рынке	Товары разных производителей являются совершенными заменителями ($E_{xy} \rightarrow \infty$)	Товары разных производителей не являются совершенными заменителями ($1 < E_{xy} < \infty$)
Основной источник конкурентоспособности фирмы	Снижение издержек производства	Неценовая конкуренция и глубина дифференциации продукта, основанные на потребительских запросах
Система сбыта	Как таковая отсутствует (не является необходимой)	Присутствует в различных формах
Преимущества	Экономия затрат на производство, сбыт, обслуживание и пр., упрощение организации и контроля за производством и продажами	Возможность удовлетворения разнообразных вкусов и предпочтений потребителей, возможность влиять на цену и сегментировать рынок, формировать круг «своих» покупателей
Недостатки	Невозможность удовлетворить разнообразные вкусы и предпочтения потребителей, зависимость от рыночной конъюнктуры	Усложнение и удорожание процесса производства и сбыта, значительные расходы на рекламу

Дифференциация продукции может осуществляться по различным признакам, а именно: по внутренним и/или внешним свойствам продукта. Внутренние свойства продукта включают в себя технологичность (различия в технических параметрах), экологичность, надежность и безопасность в эксплуатации, способы использования, ремонтоспособность и т.д. Внешние свойства отражаются в форме продукта, дизайне, упаковке, пред- и послепродажном сервисе, наличии информации о пользовании, возможности использования особыми категориями потребителей и других качествах продукта.

Дифференциация продукции может быть глубокой или поверхностной. *Поверхностная дифференциация* предполагает различия в незначительных свойствах или деталях товара, а *глубокая* – более весомые и важные различия, ориентированные на особый круг покупателей. Чем глубже дифференциация, тем менее эластичным становится спрос на данный товар, тем более сегментированным становится рынок, тем больше рыночная власть производителя и выше его доля в общем объеме продаж на данном сегменте. Как правило, в случае глубокой дифференциации продукт со всеми его особенностями защищен товарными марками или товарными знаками – особыми обозначениями для визуального отличия товаров одних производителей от товаров других. Фирма, реализующая глубоко дифференцированный продукт, стремится к монопольному положению в своем сегменте, т.е. цена продукта увеличивается, а объем продаж – уменьшается.

В зависимости от особенностей потребительских характеристик товара различают горизонтальную и вертикальную дифференциацию продукции. Для *горизонтальной дифференциации* характерны:

- ✳ различия потребительских характеристик товаров, удовлетворяющих разные вкусы;

✳ зависимость конкурентоспособности товаров от соответствия товарных свойств и характеристик предпочтениям клиентов, т.е. от неценовых критериев;

✳ приверженность определенных потребителей той или иной марке товара.

Увеличение доходов населения и рост потребительского спроса в условиях горизонтальной дифференциации способствует расширению запросов потребителей, что побуждает новые фирмы войти в отрасль. В результате, рыночная власть продавцов уменьшается, что приводит к снижению цен и росту предложения в данной товарной группе.

Для *вертикальной дифференциации* характерны:

- различия в качестве товаров, удовлетворяющих одинаковые вкусы;
- зависимость конкурентоспособности товаров от уровня цены товара, т.е. от ценовых критериев;
- стремление потребителя в своем выборе ориентироваться на соотношение цены и качества.

Увеличение доходов населения и рост потребительского спроса в условиях вертикальной дифференциации приводит к замещению низкокачественных товаров высококачественными и, соответственно, уменьшению количества продавцов и росту их рыночной власти. В результате, уровень цен в данной товарной группе будет повышаться, а объем предложения сократится.

В реальной жизни горизонтальная и вертикальная дифференциация сочетаются друг с другом, но преобладание какой-либо из них может оказать существенное влияние на развитие конкуренции и положение фирм в отрасли. В экономической теории существует целый ряд конкретных моделей дифференциации продукции, которые показывают особенности развития конкуренции между фирмами в том или ином случае и отражают многообразие рыночных стратегий в условиях монополистической конкуренции.

13.3. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции в краткосрочном и долгосрочном периодах

13.3.1. Спрос на продукцию фирмы в условиях монополистической конкуренции

Как было отмечено в п. 13.1., спрос на продукцию монополистически конкурентной фирмы не является ни абсолютно эластичным, как при совершенной конкуренции, ни таким низкоэластичным, как в условиях монополии. Кривая спроса D имеет небольшой отрицательный наклон, занимая как бы промежуточное положение между горизонтальной линией и линией с «крутым» наклоном (рис. 13.1).

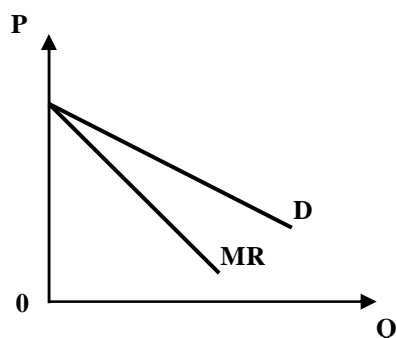


Рис. 13.1. Спрос на продукцию фирмы в условиях монополистической конкуренции

Степень эластичности спроса на конкретный товар зависит, главным образом, от количества товаров-конкурентов, глубины дифференциации продукта и степени приверженности потребителей данной марке товара. Степень лояльности покупателей к какому-либо продукту проявляется в их желании купить данный товар даже при росте его цены. Естественно, что чем меньше конкурентов, глубже дифференциация и выше степень лояльности покупателей, тем менее эластичным является спрос, и тем круче наклон кривой спроса.

Поскольку график спроса имеет отрицательный наклон, т.е. объем продаж растет только при снижении цены, график предельного дохода лежит ниже линии спроса. Это соответствующим образом влияет на динамику выручки (общего дохода) фирмы. Выручка фирмы в данном случае будет формироваться аналогично ситуации при монополии (см. рис. 12.2).

13.3.2. Равновесие фирмы в краткосрочном периоде

В краткосрочном периоде фирма на рынке монополистической конкуренции может как получать прибыль, так и нести убытки. При этом, на финансовый результат может влиять как рыночная ситуация (изменение уровня цен, действия конкурентов, государственное регулирование и другое), так и различные внутрифирменные факторы (технологические особенности производства и продаж, степень эффективности рекламы, лояльность покупательской аудитории и другие).

Как известно, равновесие фирмы можно определить двумя подходами: сопоставлением общей выручки и общих издержек ($TR - TC = \max$) и сравнением предельной выручки и предельных издержек ($MR = MC$). Учитывая, что выручка монополистически конкурентной фирмы формируется аналогично случаю с монополией, то равновесие прибыльной фирмы по первому подходу может быть отражено рис. 12.3. Если фирма терпит убытки, то кривая выручки TR будет проходить ниже кривой общих издержек TC , и равновесие фирмы установится, когда расстояние между кривыми TR и TC будет наименьшим.

Равновесие фирмы по второму подходу представлено на рис. 13.2.

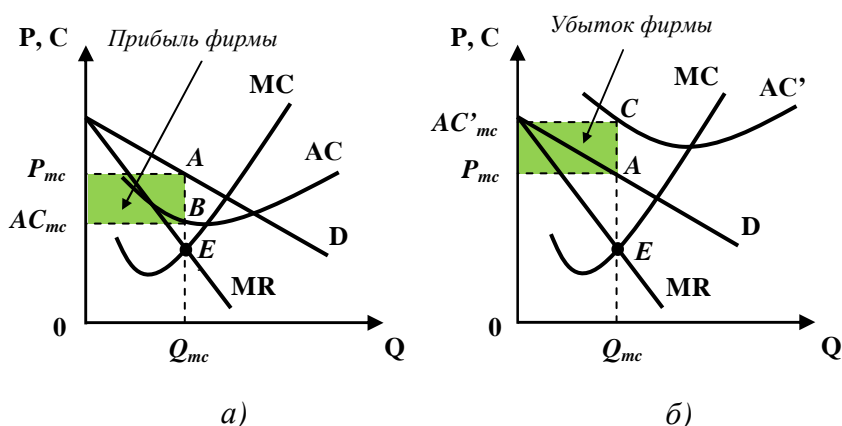


Рис. 13.2. Равновесие фирмы на рынке монополистической конкуренции в краткосрочном периоде: а) случай максимизации прибыли; б) случай минимизации убытков

Точка E в обоих случаях отражает условие максимизации прибыли $MR = MC$, будучи точкой пересечения соответствующих кривых. С помощью точки E и линии спроса D находят равновесные параметры фирмы: оптимальный объем выпуска Q_{mc} и цена P_{mc} .

В случае a на рис. 13.2 цена продаж P_{mc} больше средних издержек фирмы AC_{mc} , поэтому фирма получает положительную экономическую прибыль. Величина максимальной прибыли соответствует площади заштрихованной фигуры $AC_{mc}P_{mc}AB$. Случай b демонстрирует превышение средних издержек AC'_{mc} над ценой P_{mc} , в результате чего фирма терпит убытки, минимально возможный размер которых соответствует площади заштрихованной фигуры $P_{mc}AC'_{mc}CA$.

С помощью приведенных на рис. 13.2 графиков можно найти основные показатели деятельности фирмы. Так, выручка фирмы определяется по формуле:

$$TR = P_{mc} \cdot Q_{mc} \quad , \quad (13.1)$$

общие затраты на производство:

$$TC = AC_{mc} \cdot Q_{mc} \quad , \quad (13.2)$$

а прибыль:

$$PR = (P_{mc} - AC_{mc}) \cdot Q_{mc} \quad . \quad (13.3)$$

13.3.3. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

Рынок монополистической конкуренции имеет низкие барьеры и позволяет фирмам достаточно свободно входить в отрасль и выходить из нее, поэтому количество фирм может существенно меняться в долгосрочной перспективе. Получение фирмами положительной экономической прибыли будет побуждать другие фирмы входить на данный рынок, в результате чего их число в отрасли увеличится, а спрос на продукцию отдельной фирмы уменьшится. Это приведет к снижению цены товара и, соответственно, прибыли. Цена будет падать до тех пор, пока не станет равной средним издержкам, а экономическая прибыль будет уменьшаться вплоть до нуля. Таким образом, в долгосрочном периоде на рынке монополистической конкуренции складывается ситуация, аналогичная совершенной конкуренции, когда цена товара устанавливается на уровне средних издержек, а экономическая прибыль равна нулю (рис. 13.3). Исключением из этой схемы могут являться фирмы, деятельность которых защищена юридическими барьерами – патентами или лицензиями, что дает им большую рыночную власть по сравнению с конкурентами и больше возможностей для получения экономической прибыли в долгом периоде.

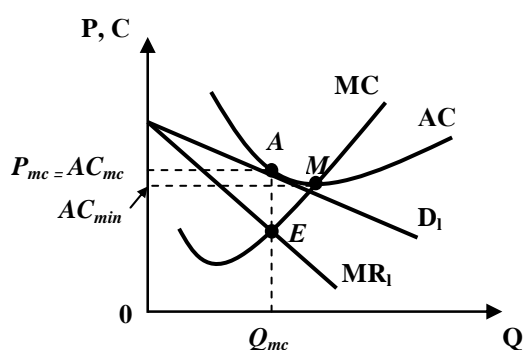


Рис. 13.3. Равновесие фирмы на рынке монополистической конкуренции в долгосрочном периоде

Итак, кривая спроса D_1 на рис. 13.3 располагается ниже и более полого, чем кривая спроса D в краткосрочном периоде (рис. 13.2, а), поскольку в результате роста числа фирм в отрасли спрос на продукцию данной фирмы уменьшился и стал более эластичным. С помощью точки E , отражающей условие максимизации прибыли $MR = MC$, и кривой спроса D_1 можно найти равновесные параметры фирмы: количество продукции Q_{mc} и цену P_{mc} , которая равна средним издержкам AC_{mc} . В данном случае кривая AC касается линии спроса D_1 в точке безубыточности A . Чем более эластичным становится спрос и более полого лежит кривая D_1 , тем ближе точка A к точке минимума средних издержек M , и тем больше ситуация становится похожей на совершенную конкуренцию.

13.4. Монополистическая конкуренция и экономическая эффективность

Изучая равновесие фирмы на рынке монополистической конкуренции в долгосрочном периоде, можно отметить следующее.

1. Объем выпуска в отрасли меньше, а цена больше, чем на рынке совершенной конкуренции, так как спрос на продукцию отдельной фирмы является менее эластичным.
2. Средние издержки производства больше, чем при совершенной конкуренции, так как включают в себя расходы на дифференциацию продукции, сбыт и рекламу. В то же время не так сильно проявляется явление X -неэффективности, как при монополии.
3. Цена товара равна средним издержкам ($P_{mc} = AC_{mc}$), т.е. равновесие наступает в точке безубыточности, как и при совершенной конкуренции. Напомним, что при монополии цена больше средних издержек ($P_m > AC_m$).
4. Средние издержки в точке максимизации прибыли больше минимальных средних издержек ($AC_{mc} > AC_{min}$), что говорит о том, что условие производственной эффективности не

соблюдается, и производственные мощности используются не полностью. Это можно увидеть на рис. 13.3, где точка равновесия A лежит выше точки минимума средних издержек M .

5. Цена товара в точке максимизации прибыли больше предельных издержек ($P_{mc} > MC$), что свидетельствует о неэффективности распределения ресурсов общества, или, о недопроизводстве продукта в отрасли. На рис. 13.3 видно, что точка A , которой соответствует P_{mc} , лежит выше точки предельных издержек E .

Таким образом, монополистическая конкуренция – менее эффективная рыночная структура, чем совершенная конкуренция, но более эффективная, чем монополия. Общество несет определенные потери, но из-за существования конкуренции они, в целом, невысоки и компенсируются очень важным преимуществом, характерным только для рынка монополистической конкуренции – наиболее полным удовлетворением потребностей людей.

13.5. Неценовая конкуренция. Реклама

13.5.1. Особенности неценовой конкуренции

Неценовая конкуренция – соперничество между производителями, основанное на неценовых критериях и возникающее при ограничении возможностей для ценовой конкуренции. Неценовая конкуренция может осуществляться двумя путями:

- а) приведение качественных характеристик товара в соответствие с запросами потребителей;
- б) приспособление вкусов и запросов потребителей к уже существующим характеристикам товара.

Улучшение качественных характеристик товара может быть достигнуто как за счет разработки новых моделей товара или технологических усовершенствований, так и без существенных изменений его потребительских качеств – просто за счет совершенствования дизайна, упаковки, послепродажного обслуживания, способа продаж и т.п.

Приспособление вкусов потребителей под свой товар осуществляется обычно посредством рекламы. *Реклама* – деятельность по информированию потребителей о преимуществах (реальных или мнимых) какого-либо товара или какой-либо компании. Информирование может строиться как привлечение внимания к товару, формирование или поддержание интереса к нему. Цель рекламы – увеличить спрос за счет повышения интереса к товару, и, как следствие, повысить объем продаж и прибыль. Эффект от рекламы, как правило, кратковременен в связи со значительной конкуренцией: свой товар одновременно рекламируют многие фирмы, что не позволяет отдельной фирме долго удерживать преимущества.

13.5.2. Воздействие рекламы на равновесие фирмы

Воздействие рекламы на равновесие фирмы представлено на рис. 13.4.

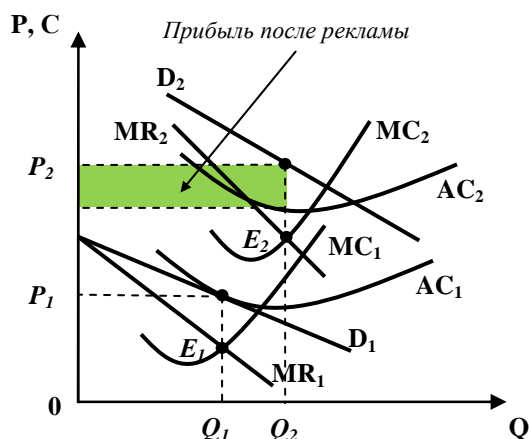


Рис. 13.4. Воздействие рекламы на издержки и прибыль фирмы

Поскольку реклама и другая деятельность по продвижению товара связана со значительными затратами, средние и предельные издержки фирмы возрастают, а их графики сдвигаются вверх с положения AC_1 и MC_1 до положения AC_2 и MC_2 соответственно. Если реклама была успешной, то спрос на товар возрастает и становится менее эластичным, и график спроса D_1 сдвигается вверх вправо до положения D_2 . Аналогичным образом сдвигается график предельного дохода – с MR_1 до MR_2 . Равновесие фирмы, определяемое равенством $MR = MC$, сдвигается с E_1 до E_2 , объем реализации увеличивается с Q_1 до Q_2 , и фирма получает долгожданную прибыль, равную площади заштрихованного прямоугольника. В долгосрочной перспективе без повторной рекламы спрос на продукцию фирмы может снова упасть до D_1 , а равновесие – вернуться в точку E_1 .

Если реклама была неэффективной, т.е. не оказала желаемого воздействия на спрос, то фирма несет значительные убытки, так как уровень издержек возрос, а объем продаж не изменился. В случае неуспешной рекламы продажи могут даже уменьшиться, если фирма при прежнем спросе начнет увеличивать цену, чтобы компенсировать затраты на рекламу.

13.5.3. Интенсивность рекламной деятельности

Эффективность рекламы зависит от ряда факторов, прежде всего, от особенностей рекламируемого продукта. Так, результативность рекламы строительного оборудования и чипсов будет существенно различаться. Для оценки интенсивности рекламы используют показатель *эластичности спроса по рекламе*, определяющий, на сколько процентов возрастает объем продаж при увеличении расходов на рекламу на 1%. Чем выше эластичность спроса по рекламе, тем более активно предприятие проводит рекламную деятельность, и тем выше предельная прибыль от рекламы.

Однако, предельная прибыль как разница между ценой и средними издержками зависит от ценовой эластичности спроса, поэтому воздействие рекламы на финансовый результат тем сильнее, чем ниже эластичность спроса по цене. Таким образом, *интенсивность рекламы*, определяемую как доля расходов на рекламу в общей выручке фирмы, можно выразить *формулой Дорфмана-Штайнера*:

$$\frac{a}{TR} = \frac{P-MC}{P} \cdot E_a = \frac{E_a}{E_d} = E_a \cdot I_L, \quad (13.4)$$

где a – расходы фирмы на рекламу, TR – выручка, E_a – эластичность спроса по рекламе, E_d – эластичность спроса по цене, а отношение $(P - MC)/P$ представляет собой индекс Лернера I_L .

Из принципа Дорфмана-Штайнера, названного по именам ученых, изучавших оптимальный уровень расходов на рекламу, следует, что:

- интенсивность рекламы тем выше, чем выше эластичность спроса по рекламе и ниже эластичность спроса по цене;
- если эластичность спроса по рекламе превышает ценовую эластичность спроса, то фирма может увеличить прибыль, поднимая цену и расходы на рекламу;
- интенсивность рекламы пропорциональна силе монопольной власти. На рынке совершенной конкуренции реклама как таковая нецелесообразна в связи с отсутствием рыночной власти фирмы. Активизация рекламной деятельности фирмы происходит одновременно с наращиванием ее рыночных позиций.

13.5.4. Положительные и отрицательные стороны рекламы

Реклама способна оказать существенное влияние на потребительскую аудиторию, цены и объем продаж товаров. Однако, по поводу характера этого влияния среди экономистов нет единого мнения. Среди *положительных сторон рекламы* обычно выделяют:

- улучшение информированности покупателей о товарах и услугах;
- наличие стимула к улучшению качественных характеристик товара, стремление производителей соответствовать ожидаемому уровню;
- усиление конкуренции среди производителей и ослабление монопольной власти;

- развитие рекламной деятельности как отдельной отрасли экономики и, как следствие, рост занятости, доходов населения, реализация их творческих способностей;
 - финансирование средств массовой информации, прежде всего, радио и телевидения.
- Среди *отрицательных черт рекламы* можно отметить следующие:
- навязчивый характер рекламы, главная цель которой – склонить к покупке, а не информировать. Большая часть рекламных сообщений стремится эмоционально задеть потребителя, а не дать объективную информацию о товаре или услуге;
 - рост цен на рекламируемые продукты за счет повышения затрат, а также создание «рекламных» финансовых барьеров для развития здоровой конкуренции в отрасли;
 - возникновение отрицательного внешнего эффекта от информационного засорения средств массовой информации;
 - непроизводительные расходы общества на рекламу, которая не создает полезного продукта и, по большей части, не удовлетворяет потребности людей.

13.6. Характерные черты олигополии

Олигополия (от греч. слов «*oligos*» – несколько, «*poleo*» – продаю) – тип рыночной структуры, при котором рыночная власть распределена между ограниченным количеством фирм, а вход в отрасль сильно затруднен. Если монополистическая конкуренция как тип несовершенной конкуренции тяготеет к условиям совершенно конкурентного рынка, то олигополия приближается к условиям монополии. Это подтверждают следующие ее характерные черты.

1. В отрасли *функционируют несколько крупных фирм*, наделенных значительной рыночной властью. Количество фирм может составлять 2-4 в случае «жесткой» олигополии или же 5-10 в случае «мягкой» олигополии.

2. На вход в отрасль *существуют высокие барьеры*, основными причинами возникновения которых являются:

- а) экономия на масштабах производства, т.е. достижение минимальных средних издержек при достаточно большом количестве производимой продукции;
- б) наличие юридических барьеров на вход в отрасль – патентов, лицензий, контроля над источниками сырья, которые защищают рынок от конкуренции;
- в) финансовые ограничения на вступление в отрасль, связанные как с организацией производства, так и со значительными расходами на рекламу и продвижение товара на рынок.

3. В связи с немногочисленностью фирм *возникает зависимость фирм друг от друга*, которая проявляется в необходимости учитывать поведение конкурентов и их возможную реакцию на или иные изменения на рынке. Учитывая это, равновесие фирм меняется не так часто, как при других рыночных структурах. Кроме того, взаимозависимость создает возможности для сговора фирм и картелизации отрасли, т.е. превращения ее из олигополии в монополию.

4. В зависимости от особенностей производимого продукта выделяют *чистую* олигополию, когда фирмы производят однородную продукцию, например, нефть, металлы, бензин и т.п., и *дифференцированную* олигополию в случае изготовления дифференцированной продукции, такой, как автомобили, бытовая техника, оборудование и т.д.

13.7. Основные модели ценообразования при олигополии

13.7.1. Многообразие моделей ценообразования при олигополии

Взаимозависимостью фирм и субъективными особенностями их взаимоотношений обусловлено существование целого ряда различных моделей олигополии. Только рассмотрев их в целом, можно представить адекватную картину олигопольного рынка.

В зависимости от того, как фирмы взаимодействуют друг с другом, олигопольный рынок можно разделить на два типа: кооперированную олигополию и некооперированную олигополию. В случае кооперированной олигополии фирмы согласовывают свои действия при установлении цены и объема производства, а при некооперированной – действуют независимо,

на свой страх и риск. На рис. 13.5 представлены базовые модели олигополии, классифицируемые на основе согласованности поведения фирм.



Рис. 13.5. Основные модели олигополии

При изучении олигополии большое значение придается *теории игр* – математическим методам анализа рыночных стратегий, предлагающих фирмам определенные правила рационального выбора между кооперированной и некооперированной олигополиями. Каждый «игрок» ищет оптимальное решение, с одной стороны, учитывая, реакцию фирм-конкурентов, с другой стороны, пытаясь максимизировать свою выгоду и ограничить свободу выбора конкурента. Чем больше фирм участвует в игре, тем сложнее анализ.

13.7.2. Ценовая конкуренция (модель Бертрана)

Данная модель описана французским математиком и экономистом Жозефом Бертраном в 1883 году и представляет собой одну из интерпретаций *дуополии* – простейшей формы олигополии, когда на рынке функционируют две фирмы, производящие однородный продукт.

Каждая фирма стремится максимизировать прибыль и назначает свою цену, но, действуя независимо, не может точно спрогнозировать реакцию конкурента. Если каждая фирма считает, что снижение цены позволит ей вытеснить конкурента с рынка, то между фирмами начинается ценовая война. *Ценовая война* – последовательное снижение цен фирмами с целью вытеснения конкурента с рынка. Война цен может продолжаться до тех пор, пока цена не упадет до уровня средних, а потом и предельных издержек, достигнув таким образом конкурентного равновесия: $P = AC = MC$. В этом случае фирмы получают нулевую экономическую прибыль и делят рынок поровну, так как продают товар по одинаковой цене. Однако, отсутствие прибыли долго не может устраивать обе фирмы, поэтому ценовые войны недолговременны и редки. При олигополии предпочтение отдается неценовым (объемным) видам конкуренции.

13.7.3. Объемная конкуренция (модель Курно)

Базовая модель объемной конкуренции в условиях дуополии предложена французским экономистом Огюстеном Курно (1801–1877) в 1838 г.

Пусть каждая из двух фирм самостоятельно принимает решение об объеме своего производства, при этом, рыночный спрос и объем производства конкурента считается постоянным. Поведение обеих фирм предполагается одинаковым (симметричным). Фирма определяет свой оптимальный объем производства в зависимости от того, каким, по ее мнению, является объем выпуска конкурента, т.е.:

$$Q = Q_1 + Q_2; \quad Q_1 = Q - Q_2; \quad Q_2 = Q - Q_1,$$

где Q – общий объем выпуска отрасли, равный рыночному спросу; Q_1 – объем производства первой фирмы; Q_2 – объем производства второй фирмы.

Если выразить рыночный спрос линейной функцией вида

$$P = a - b \cdot Q \quad \text{или} \quad P = a - b \cdot (Q_1 + Q_2), \quad (13.5)$$

где P – рыночная цена, одинаковая для обеих фирм, а прибыль фирм выразить как разницу между выручкой и издержками

$$p_1 = TR_1 - TC_1 = P \cdot Q_1 - c \cdot Q_1; \quad p_2 = TR_2 - TC_2 = P \cdot Q_2 - c \cdot Q_2, \quad (13.6)$$

где p_1 и p_2 – прибыли первой и второй фирм, c – средние издержки, которые для упрощения предполагаются одинаковыми для обеих фирм, то путем несложных математических преобразований можно получить уравнения *кривых реакции* фирм с одинаковым поведением³:

$$Q_1 = (a - c) / 2b - 0,5Q_2; \quad Q_2 = (a - c) / 2b - 0,5Q_1. \quad (13.7)$$

Кривая реакции – это зависимость объема выпуска фирмы от объема выпуска конкурента при известном рыночном спросе. Кривые реакции фирм-дуополистов по Курно отражены на рис. 13.6.

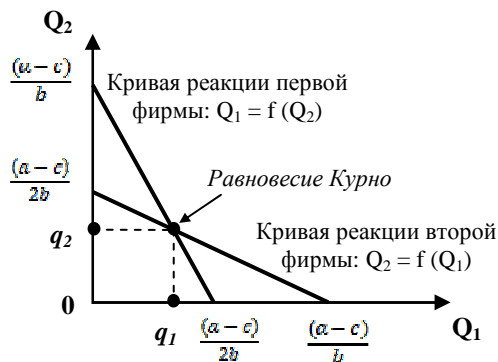


Рис. 13.6. Равновесие фирм-олигополистов в модели Курно

Равновесие на рынке симметричной дуополии наступает в точке пересечения кривых реакции фирм. Можно сказать, что равновесие Курно (в современной интерпретации *равновесие Курно–Нэша*, в честь американского математика, развившего идею Курно) достигается, когда каждая фирма выбрала наилучшее решение об объеме производства, и нет необходимости в сговоре, чтобы увеличить прибыль. При этом, оптимальные объемы выпуска первой и второй фирм – q_1 и q_2 – равны:

$$q_1 = \frac{(a-c)}{3b}; \quad q_2 = \frac{(a-c)}{3b}. \quad (13.8)$$

Таким образом, каждая фирма производит только треть объема совокупного рыночного спроса, равного $Q = (a - c)/b$. Вместе фирмы выпускают лишь 2/3 объема рыночного спроса, что делает объемную конкуренцию фирм-олигополистов по Курно менее эффективной, чем рынок совершенной конкуренции, удовлетворяющий весь спрос. Однако, если несговорчивые фирмы решат объединиться и действовать как чистая монополия, то объем выпуска на рынке составит только половину от выпуска в условиях совершенной конкуренции (см. формулу 12.6.), а объем производства каждой фирмы будет равен 1/4 рыночного спроса. Можно сказать, что случай некооперированного поведения фирм-олигополистов более выгоден для потребителей, чем их сговор.

13.7.4. Асимметричная олигополия (модель Штакельберга)

Модель асимметричной олигополии предложена немецким экономистом Генрихом фон Штакельбергом в 1934 г. как дальнейшее развитие идеи Курно. Но если модель Курно пред-

³ В рамках данного пособия подробный математический аппарат вывода ряда формул (здесь и далее по тексту) не приводится. Для ознакомления с алгоритмом расчета таких формул можно воспользоваться учебниками из списка предложенной литературы.

полагает одинаковое (симметричное) поведение двух фирм, то Штакельберг рассматривал возможность различного (асимметричного) поведения фирм в рамках дуополии: на рынке могут существовать лидер и последователь.

Фирма-лидер, пользуясь своей рыночной властью, самостоятельно принимает решение об объемах своего производства, зная, как последователь будет реагировать на принятое решение. Фирма-последователь приспособливает свой объем производства под выпуск лидера, зная, что на его решение лидер не отреагирует.

Используя те же предпосылки, что и в модели Курно (см. формулы 13.5. и 13.6.), но принимая во внимание особенности поведения лидера, определяющего оптимальный объем выпуска на основе рыночного спроса, а также особенности поведения последователя, определяющего свой оптимальный объем производства на основе выпуска лидера, можно математически вывести следующие уравнения кривых реакции лидера и последователя:

$$Q_l = 2(a - c) / 3b - 2Q_n / 3; \quad Q_n = (a - c) / 2b - Q_l / 2, \quad (13.9)$$

где Q_l и Q_n – объемы производства фирмы-лидера и фирмы-последователя соответственно. Кривые реакции фирм-дуополистов по Штакельбергу отражены на рис. 13.7.

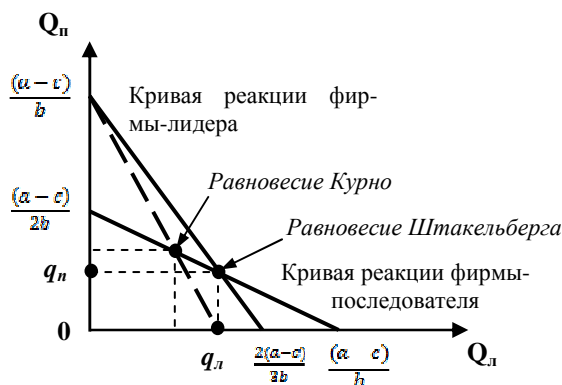


Рис. 13.7. Равновесие фирм-олигополистов в модели Штакельберга

Равновесие на рынке асимметричной дуополии наступает в точке пересечения кривых реакции фирм, при этом, оптимальные объемы выпуска фирмы-лидера и фирмы-последователя – q_l и q_n – равны:

$$q_l = \frac{a-c}{2b}; \quad q_n = \frac{a-c}{4b}. \quad (13.10)$$

Таким образом, фирма-лидер производит половину объема совокупного рыночного спроса, равного $Q = (a-c)/b$, а фирма-последователь – только четверть. Вместе фирмы выпускают 3/4 объема рыночного спроса, что делает модель Штакельберга более эффективной, чем модель Курно, удовлетворяющую лишь 2/3 всего спроса. Однако, нельзя забывать, что более благоприятные позиции фирмы-лидера, получающего большую часть отраслевой прибыли, могут побудить фирму-последователя вступить в ожесточенную ценовую конкуренцию с лидером, результат которой трудно предсказать.

13.7.5. Модель ломаной кривой спроса

Описанные выше модели Бертрана, Курно и Штакельберга рассматривают простейшую форму олигополии – дуополию, когда на рынке функционируют две фирмы, и учесть реакцию одной фирмы на решения другой вполне возможно. Если же число участников на рынке больше двух, то количество вариантов реагирования на действия фирмы со стороны других фирм возрастает. Чем будет определяться равновесие фирмы, принимающей решения по поводу цены, в условиях жесткой конкуренции и отсутствия сговора? Наиболее рациональный ответ на этот вопрос дает модель ломаной кривой спроса, разработанная в 1939 г. экономистом Полем Свизи и объясняющая жесткость цен в условиях некооперированной олигополии.

Пусть на рынке работают несколько фирм, производящих одинаковый товар и занимающих примерно равные доли рынка. Все фирмы продают свою продукцию по общей цене P_e , а объем продаж каждой фирмы составляет Q_e . Если вдруг одна из фирм (например, фирма А) решила изменить цену на свой товар, то возможны два варианта развития событий:

I вариант: в случае снижения фирмой А своей цены ниже рыночного уровня P_e конкуренты, скорее всего, тоже снизят цены, чтобы не допустить оттока своих покупателей к фирме А;

II вариант: в случае повышения фирмой А своей цены выше рыночного уровня P_e конкуренты, скорее всего, проигнорируют данные ценовые изменения, ожидая, что покупатели фирмы А перейдут к ним.

Таким образом, если конкуренты игнорируют повышение цен, но реагируют на понижение цен, то кривая спроса на товар фирмы А будет иметь разный наклон (разную эластичность) выше и ниже уровня рыночной цены P_e , т.е. *будет ломаной* (рис. 13.8).

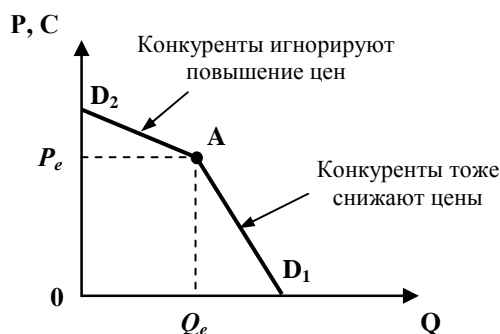


Рис. 13.8. Кривая спроса на продукцию фирмы-олигополиста в модели ломаной кривой спроса

Итак, на участке AD_1 конкуренты снижают свои цены вслед за фирмой А, и кривая спроса фирмы становится низкоэластичной, т.е. потребители слабо реагируют на изменение цен, потому что цены снизились в целом по отрасли. На участке AD_2 цена фирмы А становится выше, чем у конкурентов, а кривая спроса этой фирмы — более эластичной, т.е. потребители, чутко реагируя на изменение цены, будут стремиться искать более дешевый товар у других фирм. В результате, любое изменение цен приводит к уменьшению прибыли: в первом случае — за счет снижения цены, во втором — за счет снижения объема продаж. Этим и объясняется негибкость цен при олигополии.

Жесткость олигопольных цен сохраняется также при небольших изменениях издержек и рыночного спроса (рис. 13.9).

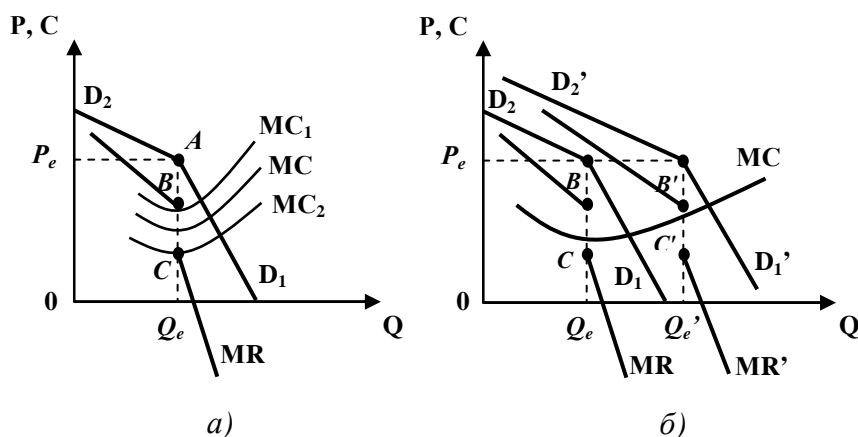


Рис. 13.9. Модель ломаной кривой спроса: а) в случае роста издержек; б) в случае роста спроса

Ломаная кривая спроса формирует соответствующую кривую предельного дохода MR, которая имеет разрыв BC на уровне равновесного выпуска Q_e . Кривая предельных издержек MC проходит через разрыв BC . Если издержки возрастают (или снижаются), и кривая MC смещается вверх (или вниз) в пределах отрезка BC до положения MC_1 или MC_2 , то ни оптимальный объем выпуска Q_e , ни равновесная цена P_e не меняются (рис. 13.9, а).

В случае увеличения рыночного спроса сдвиг кривой спроса и кривой предельного дохода вправо до положения $D_1'D_2'$ и MR' приведут к росту объема выпуска до уровня Q_e' , но цена останется прежней (рис. 13.9, б).

Исключением из описанной модели поведения олигополистов может стать дифференцированная олигополия. Если фирма производит глубоко дифференцированный продукт, то в своем сегменте фирма является монополистом, имеющим возможность устанавливать более высокие цены без особых потерь в продажах. В этом случае лояльные покупатели готовы платить более высокую цену за покупку своего любимого товара или товара любимой торговой марки.

13.7.6. Сговор фирм. Модель картелизации отрасли

Главным недостатком моделей некооперированной олигополии является ограничение роста прибыли из-за жесткой конкуренции и большой вероятности ценовых войн. Преодолеть это ограничение можно путем кооперированного поведения, или сговора. *Сговор* (явный или тайный) – договор между фирмами, стремящихся к максимизации прибыли за счет распределения рыночной власти в отрасли. Сговор проявляется в форме *картеля* – объединения фирм, согласующих свои решения по поводу важнейших условий деятельности, влияющих на отраслевую прибыль: цен, объемов и условий продаж, использования патентов, методов сбыта и т.д. Сговорившись, предприятия-олигополисты действуют как одна фирма – монополия. В рамках картеля устанавливается единая монополярная цена, и для каждой фирмы определяется объем продаж, как правило, меньший, чем в условиях олигополистической конкуренции. В результате, равновесие каждой фирмы формируется как на монопольном рынке (рис. 13.10).

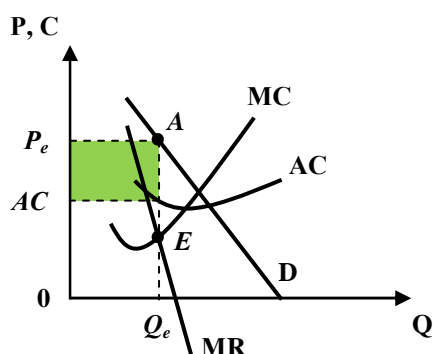


Рис. 13.10. Равновесие фирмы-олигополиста в условиях картелизации отрасли

Следует отметить, что в отличие от других, достаточно устойчивых, форм монополистических структур (синдикаты, тресты, концерны), картели недолговечны, так как каждое предприятие, вошедшее в картель, сохраняет свою финансовую и производственную самостоятельность. Основными факторами, затрудняющими создание и сохранение картелей, являются:

- а) большое количество фирм в отрасли: чем больше фирм, тем сложнее договориться;
- б) высокая вероятность оппортунистического поведения фирм, т.е. нарушения условий сговора, особенно в части цен или объема продаж;
- в) различие между фирмами в уровне издержек, что объективно затрудняет поиск единой цены, устраивающей всех участников рынка;
- г) необходимость удерживать рыночные границы для предотвращения входа в отрасль новых предприятий-конкурентов;
- д) антимонопольное регулирование, запрещающее различные виды сговоров между фирмами, приводящих к монополизации рынка;
- е) объективные изменения рыночной ситуации (кризисы, спады), когда каждый участник, столкнувшись с падением спроса, осуществляет стратегию выживания, действуя сам за себя.

13.7.7. Модель ценового лидерства

Учитывая трудности и ограничения в создании картелей, фирмы могут выбрать альтернативный путь кооперированного поведения, так называемый путь сознательного параллелизма, одной из форм которого является модель ценового лидерства. В условиях данной модели одна из фирм ведет активную ценовую политику и является ценовым лидером, а другие фирмы подстраиваются под цену, установленную лидером, образуя конкурентное окружение лидера. При этом, фирмам не нужно вступать в сговор, они действуют самостоятельно и независимо.

Существует несколько причин возникновения лидерства какой-либо из фирм. Обычно лидером является наиболее крупная и известная в отрасли фирма, которая обеспечивает:

- а) контроль значительной части рынка, чувствительность потребителей к изменениям цены и объемов продаж фирмы;
- б) минимальный уровень средних издержек, обусловленный внедрением передовых технологий, привлечением квалифицированных кадров, использованием патентов и т.д.;
- в) наличие у продукции особых качественных характеристик, которые выделяют ее из всех продуктов-аналогов.

Равновесие на рынке с ценовым лидером можно определить на основе данных о рыночном спросе и предложении со стороны конкурентного окружения (рис. 13.11).

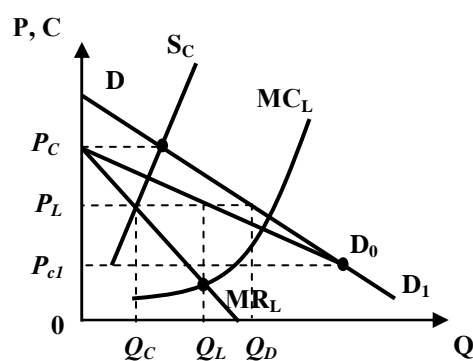


Рис. 13.11. Равновесие на рынке в модели ценового лидерства

Пусть DD_1 – кривая рыночного спроса, S_C – предложение со стороны конкурентного окружения, известное лидеру. При цене P_C рыночное равновесие наступит в точке пересечения кривых спроса D и предложения конкурентов S_C , и весь отраслевой спрос будет удовлетворяться конкурентами. А при цене ниже P_{cl} , соответствующей точке минимума средних переменных издержек конкурентных фирм, конкуренты не смогут выпускать продукцию, и весь рыночный спрос будет покрываться фирмой-лидером. Таким образом, кривая спроса фирмы-лидера имеет вид ломаной $P_C D_0 D_1$. Имея кривые предельного дохода MR_L , предельных издержек MC_L и линию спроса $P_C D_0 D_1$, ценовой лидер установит цену P_L , обеспечивающую ему максимум прибыли (по правилу $MR_L = MC_L$) при оптимальном объеме выпуска Q_L . Объем предложения фирм-конкурентов при цене P_L равен Q_C , а общий выпуск отрасли составит $Q_D = Q_L + Q_C$, что наглядно видно на графике.

Насколько эффективна модель ценового лидерства с точки зрения рынка? Очевидно, что такая модель менее эффективна, чем совершенная конкуренция (несмотря на наличие конкурентного окружения), однако, более эффективна, чем монополия. Принимая во внимание, что равновесие монополиста устанавливается на основе кривой рыночного спроса D , а равновесие олигополиста – на основе остаточного спроса D_L , можно графически сравнить их равновесные параметры (рис. 13.12).

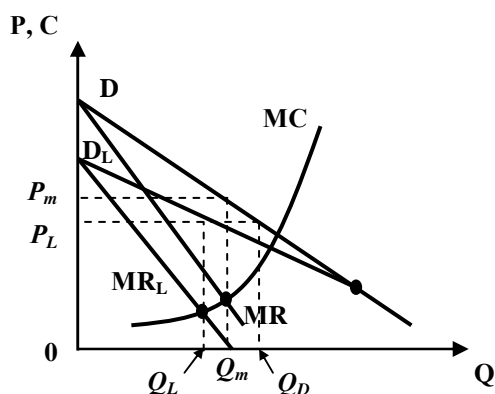


Рис. 13.12. Сравнение равновесных параметров при олигополии с ценовым лидером и при монополии

Как видно из рис. 13.12, фирма-монополист имела бы больший объем выпуска, чем олигополист – ценовой лидер ($Q_m > Q_L$), но меньший, чем совокупный объем производства олигополистического рынка ($Q_m < Q_D$, или $Q_m < Q_L + Q_C$). Кроме того, ценовой лидер не установит такую высокую цену, как монополия ($P_m > P_L$).

13.8. Олигополия и экономическая эффективность

Олигополия – сложная и многовариантная рыночная структура, имеющая много моделей поведения участников рынка. От выбранной модели поведения зависит и эффективность рыночной деятельности. В целом, можно сказать, что модели кооперированной олигополии приближают рынок к условиям монополии и, как следствие, снижают экономическую эффективность, а модели некооперированной олигополии предусматривают конкуренцию и поэтому снижают эффективность не так сильно. Так или иначе, все модели олигополии ярко отражают все недостатки несовершенного конкурентного рынка, и их экономическая эффективность существенно ниже, чем в условиях совершенной конкуренции.

В табл. 13.2 представлены формулы для расчета равновесных параметров фирмы, действующей в различных рыночных структурах и их моделях. Базовыми условиями для расчета являются линейный вид функции отраслевого спроса $P = a - b \cdot Q$ и постоянные предельные издержки выпуска c .

Таблица 13.2

Методы расчета равновесных параметров фирм в некоторых рыночных структурах*

Модель	Равновесная цена	Равновесный выпуск фирмы	Выпуск отрасли	Величина прибыли фирмы
Совершенная конкуренция (n фирм)	c	$(a - c)/(b \cdot n)$	$(a - c)/b$	0
Монополия ($n = 1$)	$(a + c)/2$	$(a - c)/2b$	$(a - c)/2b$	$(a - c)^2/4b$
Курно ($n = 2$)	$(a + 2c)/3$	$(a - c)/3b$	$2(a - c)/3b$	$(a - c)^2/9b$
Штакельберга ($n = 2$):				
- для фирмы-лидера	$(a + 3c)/4$	$(a - c)/2b$	$3(a - c)/4b$	$(a - c)^2/8b$
- для фирмы-последователя		$(a - c)/4b$		$(a - c)^2/16b$
Бертрана ($n = 2$)	$\rightarrow c$	$\rightarrow (a - c)/2b$	$\rightarrow (a - c)/b$	$\rightarrow 0$
Картель (n фирм)	$(a + c)/2$	$(a - c)/2nb$	$(a - c)/2b$	$(a - c)^2/4nb$

* $P = a - b \cdot Q$ представляет собой функцию отраслевого спроса;
 c – постоянные предельные издержки;
 n – количество фирм в отрасли.

Равновесные параметры фирм в таких рыночных структурах, как монополистическая конкуренция, модель ценового лидерства и некоторых других, рассчитываются, исходя не из отраслевого спроса, а из спроса на продукцию фирмы.

Контрольные вопросы по теме 13

1. Каковы основные черты монополистической конкуренции? В чем главное отличие монополистической конкуренции от совершенной?

2. Какой продукт называется дифференцированным? Какие факторы способствуют дифференциации продукции?

3. Существует ли зависимость между глубиной дифференциации продукции и степенью ценовой эластичности спроса на продукт?

4. Как определяются равновесные параметры фирмы на рынке монополистической конкуренции в краткосрочном периоде?

5. Сформулируйте условие равновесия монополистически конкурентной фирмы в долгосрочной перспективе. Чем оно отличается от модели совершенной конкуренции?

6. Насколько эффективна монополистическая конкуренция по сравнению с совершенной?

7. Почему неценовая конкуренция играет такую большую роль на монополистически конкурентном рынке?

8. Каков механизм воздействия рекламы на цену и объем продаж фирмы? Как можно оценить эффективность рекламы для фирмы?

9. Каковы характерные черты олигополии? Чем обусловлена качественная неоднородность олигополии как типа рыночной структуры?

10. Какими моделями представлена некооперированная олигополия, а какими – кооперированная? В чем главное отличие между ними?

11. Как можно определить оптимальные объемы выпуска фирм в модели Курно? Насколько полно фирмы в данной модели удовлетворяют рыночный спрос на продукт?

12. Можно ли сказать, что модель Штакельберга более эффективна по сравнению с моделью Курно?

13. На основе модели ломаной кривой спроса поясните, чем обусловлена жесткость ценообразования при олигополии.

14. С какой целью фирмы-олигополисты предпочитают договариваться между собой (вступать в сговор)? Каких результатов добиваются фирмы, объединившихся в картель?

15. Почему картели являются достаточно неустойчивыми и недолговечными объединениями?

16. В чем заключается специфика олигополистической модели ценового лидерства? Насколько данная модель эффективна по сравнению с такими типами рыночной структуры, как совершенная конкуренция и монополия?

РАЗДЕЛ III. РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Тема 14. СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА ФАКТОРНЫХ РЫНКАХ

- 14.1. Специфика рынков факторов производства
- 14.2. Условие максимизации прибыли для фирмы, использующей факторы производства
- 14.3. Особенности формирования спроса на факторы производства
- 14.4. Особенности предложения факторов производства
- 14.5. Равновесие на конкурентном рынке фактора производства
- 14.6. Влияние рынка фактора производства на товарный рынок
- 14.7. Трансфертный доход и экономическая рента

14.1. Специфика рынков факторов производства

Рынки факторов производства (факторные рынки) – это рынки, на которых осуществляется купля-продажа факторов производства. Как известно из п. 2.9.1., факторы производства – это ресурсы, вовлекаемые в процесс производства товаров и услуг, поэтому факторные рынки еще называют ресурсными рынками, а сами понятия «фактор производства» и «экономический ресурс» рассматриваются как близкие синонимы.

Поскольку в хозяйственной деятельности используются различные виды ресурсов, то, соответственно, выделяют различные рынки факторов производства, в частности: рынок труда, рынок капитала, рынок земли, а также производные от них рынки. На этих рынках, как и на любых других, действуют рыночные законы (спроса и предложения, убывающей предельной отдачи, т.д.), однако, неоднородность факторных рынков, специфика самих факторов, особенности их взаимодействия друг с другом формируют особые черты их функционирования.

Специфика факторных рынков по сравнению с товарными обусловлена следующим. Во-первых, цены ресурсов определяют величину издержек фирм – производителей товаров, а значит, влияют на цены конечных продуктов. Во-вторых, цены ресурсов определяют доходы владельцев ресурсов в виде заработной платы, процентных и рентных доходов, что, в свою очередь, формирует уровень жизни населения, степень его экономической активности. В-третьих, посредством факторных рынков происходит распределение ресурсов в экономике: регулирующая функция рынка направляет ресурсы в наиболее эффективные и конкурентоспособные отрасли и фирмы.

14.2. Условие максимизации прибыли для фирмы, использующей факторы производства

Ресурсы используются фирмами для производства товаров и услуг. Из п. 10.21. известно, что условием максимизации прибыли фирмы является равенство предельного дохода и предельных издержек $MR = MC$. Также в п. 10.22. рассмотрены показатели предельного продукта фактора производства MP , предельной доходности фактора производства MRP и предельных издержек на ресурс MRC , связь между которыми отражается следующими формулами:

$$MRP = MR \cdot MP, MRC = MC \cdot MP. \quad (14.1)$$

Если предельный доход и предельные издержки из равенства $MR = MC$ умножить на одну и ту же величину – предельный продукт фактора производства MP , то указанное равенство примет вид:

$$MR \cdot MP = MC \cdot MP, \quad \text{или} \quad MRP = MRC. \quad (14.2)$$

Равенство 14.2 отражает условие максимизации прибыли фирмы, использующей определенный фактор производства. Фирма будет приобретать дополнительные единицы ресурса до тех пор, пока его предельная доходность не станет равна предельным издержкам на его приобретение.

Здесь следует отметить, что фирма может реализовывать производимую продукцию на конкурентном или несовершенном конкурентном товарном рынке. Приобретать факторы производства также можно на конкурентном или несовершенном конкурентном ресурсном рынке. Если фирма реализует продукцию и закупает ресурс на конкурентных рынках, то предельный доход фирмы равен цене товара: $MR = P$, а предельные издержки ресурса равны его цене: $MRC = P_f$. В этих условиях равенство 14.2 принимает вид:

$$P \cdot MP = P_f, \quad \text{или} \quad MRP = P_f. \quad (14.3)$$

Также следует учесть, что фирма зачастую использует не один, а несколько переменных факторов производства. *Минимизация издержек производства*, т.е. достижение технологически оптимального способа производства, возможна при равенстве взвешенных предельных производительностей всех факторов:

$$\frac{MP_a}{P_a} = \frac{MP_b}{P_b} \quad \text{или} \quad \frac{MRP_a}{P_a} = \frac{MRP_b}{P_b}, \quad (14.4)$$

где MP_a и MP_b – предельные продукты (предельные производительности в натуральном выражении) факторов a и b ; а MRP_a и MRP_b – это предельные доходности (предельные производительности в денежном выражении) факторов a и b .

Условие максимизации прибыли для фирмы, использующей несколько переменных факторов, предусматривает равенство $MRP = MRC$ для каждого фактора производства и имеет вид:

$$\frac{MRP_a}{MRC_a} = \frac{MRP_b}{MRC_b} = 1. \quad (14.5)$$

Если факторные рынки являются конкурентными, то условие максимизации прибыли фирмы отражается равенством:

$$\frac{MRP_a}{P_a} = \frac{MRP_b}{P_b} = 1. \quad (14.6)$$

Для подробного рассмотрения показателей предельной производительности факторов производства и характерных для них тождеств следует обратиться к п. 10.22.

14.3. Особенности формирования спроса на факторы производства

14.3.1. Построение кривой спроса на фактор производства

Спрос на фактор производства – это зависимость между ценой фактора и его приобретаемым количеством. Определить данную зависимость и построить кривую спроса можно, если знать, какое количество фактора будет оптимально для фирмы при каждом конкретном значении его цены. Рассмотрим простой случай, когда факторный рынок является конкурентным. Оптимальное количество фактора производства определяется условием максимизации прибыли $MRP = P_f$, т.е. каждому уровню цены P_f соответствует такое количество фактора, при котором значение предельной доходности MRP становится равным P_f .

Если цена фактора P_f повышается, то значение MRP также должно увеличиться. Поскольку для фирмы, действующей на конкурентном товарном рынке $MRP = MP \cdot P$, где P – величина постоянная, рост MRP означает увеличение предельного продукта фактора производства MP , которое, согласно закону убывающей предельной производительности, указывает на сокращение количества используемого фактора. Таким образом, рост цены фактора вызывает снижение объемов его приобретения. И наоборот, снижение цены приводит к росту потребления ресурса.

На рис. 14.1 представлены кривые средней и предельной доходности фактора производства – ARP и MRP . По виду они напоминают кривые среднего и предельного продуктов – AP и MP (см. п. 10.4), только строятся в координатной плоскости с осью цены, выражаемой в стоимостных единицах.

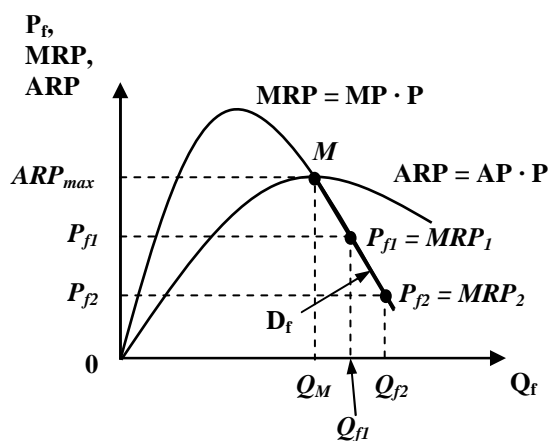


Рис. 14.1. Построение графика спроса на фактор производства

Как видно из рис. 14.1, каждая точка кривой MRP отражает определенную комбинацию цены фактора производства и его оптимального приобретаемого количества (например, P_{f1} и Q_{f1} или P_{f2} и Q_{f2}), т.е., по сути, является кривой спроса на ресурс D_f . Учитывая, что фирма не будет приобретать ресурс, если его цена будет выше максимальной средней доходности, то верхней точкой кривой спроса на ресурс является точка M , а минимальным приобретаемым объемом ресурса – Q_M . Следует отметить, что Q_M соответствует не только максимуму средней выручки, но и минимуму средних издержек фирмы.

Таким образом, в соответствии с законом убывающей предельной производительности фактора производства, кривая спроса на фактор имеет стандартный нисходящий вид, и уровень ее наклона зависит, в основном, от параметра MP . Чем более производительным является ресурс, тем медленнее убывает его предельный продукт, и тем более эластичной является его кривая спроса. Справедливо и наоборот: чем менее производителен ресурс, тем быстрее убывает его предельный продукт, и тем менее эластичной является его кривая спроса.

14.3.2. Факторы спроса на ресурс

В целом, спрос на ресурсы подвержен влиянию тех же факторов, которые воздействуют на спрос на товарных рынках. Тем не менее, выделяют несколько факторов, которые в наибольшей степени определяют спрос на ресурсы.

1. *Спрос на товар, в производстве которого используется ресурс.* Если на производимые товары и услуги существует спрос, то на используемые в процессе производства ресурсы тоже возникает спрос. Чем больше спрос на товары и услуги, тем выше спрос на ресурсы, с помощью которых производят эти товары и услуги, и наоборот. Таким образом, спрос на ресурсы зависит от спроса на конечный продукт, т.е. является *производным* от спроса на товары и услуги.

2. *Производительность ресурса.* Производительность – это показатель эффективности использования фактора производства, который зависит как от внутренних свойств ресурса, так и от применяемой в производстве технологии. Средняя производительность определяется средним вырабатываемым продуктом (средней доходностью) и рассчитывается как отношение результатов производства (в натуральном или стоимостном выражении) к затратам ресурса. Основными показателями средней производительности ресурсов в экономике являются трудоотдача, фондоотдача, материалоотдача и обратные к ним показатели трудоемкости, фондоемкости и материалоемкости. Предельная производительность определяется предельным продуктом производства.

Повышение производительности ресурса ведет к увеличению выпуска на единицу затрат, т.е. к росту среднего и предельного продуктов. Соответственно, спрос на ресурс будет тем выше, чем больше его производительность.

3. *Цены на другие ресурсы.* В производстве товаров и услуг фирмы, как правило, используют несколько ресурсов, взаимодействие которых определяется технологией производства. Некоторые технологии предполагают взаимодополняемость ресурсов, некоторые – взаимо-

заменяемость. В зависимости от этого спрос на один ресурс может по-разному реагировать на изменения цены другого. Если при повышении цены одного ресурса растет спрос на другой, то действует эффект замещения, и относительно дорогой ресурс замещается относительно дешевым. Если при снижении цены одного ресурса растет спрос на другой, то действует эффект выпуска, т.е. увеличивается потребление всех ресурсов. Если ресурсы абсолютно дополняемы (например, швея и швейная машинка, земля и сельскохозяйственный рабочий), то при изменении цены одного из них действует только эффект выпуска. Если ресурсы абсолютно заменяемы (например, экскаватор и землекоп), то действует только эффект замещения.

Эффект замещения и эффект выпуска, наблюдаемые на ресурсных рынках, являются аналогами эффекта замещения и эффекта дохода на товарных рынках, изучаемых в теории потребительского поведения.

14.3.3. Спрос на фактор производства со стороны конкурентных и неконкурентных фирм

Как было отмечено выше, предельная доходность ресурса для фирмы, реализующей продукцию на конкурентном рынке, равна произведению предельного продукта фактора производства MP и цены товара P : $MRP = MP \cdot P$, где P – величина постоянная. При изменении цены фактора производства значение MRP будет меняться только за счет составляющей MP , т.е. приращение предельного продукта MP , а, значит, и количества фактора должно быть достаточно существенным, чтобы привести MRP к новому значению.

Для фирмы, действующей на несовершенном конкурентном товарном рынке, предельная доходность ресурса рассчитывается по формуле $MRP = MP \cdot MR$, где MR – предельный доход фирмы, величина которого меньше цены P . При изменении цены фактора производства значение MRP будет меняться не только за счет предельного продукта MP , но и за счет предельного дохода MR . Чтобы привести MRP к новому значению, не требуется такого существенного приращения предельного продукта, как в случае с конкурентной фирмой. Это значит, что изменение количества приобретаемого ресурса в данном случае будет меньше (рис. 14.2).

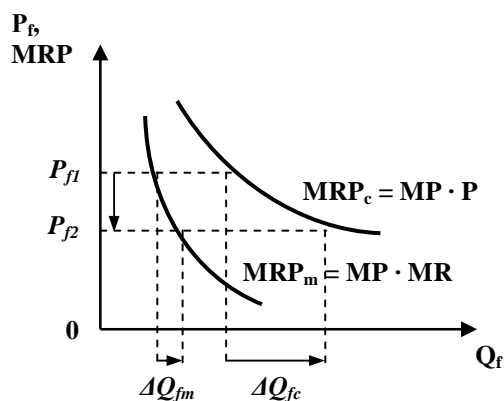


Рис. 14.2. Спрос на фактор производства со стороны конкурентной и неконкурентной фирм

Кривая MRP_c на рис. 14.2 представляет собой кривую спроса на фактор производства со стороны фирмы, действующей на товарном рынке в условиях совершенной конкуренции, а MRP_m – в условиях несовершенной конкуренции. При снижении цены на фактор с P_{f1} до P_{f2} конкурентная фирма наращивает потребление ресурса в большей степени, чем неконкурентная. Таким образом, график спроса на фактор производства со стороны конкурентной фирмы является более эластичным, чем график спроса неконкурентной фирмы.

14.3.4. Эластичность спроса на фактор производства

Эластичность спроса на фактор производства отражает степень реакции спроса на изменение цены фактора и рассчитывается как отношение процентного изменения объема спроса на фактор к процентному изменению его цены. Специфика факторных рынков и производ-

ный характер спроса на ресурсы формируют особые условия, от которых зависит эластичность спроса на факторы производства.

1. *Эластичность спроса на готовую продукцию.* Цены факторов производства во многом определяют цену товара, поэтому чем более чутко потребители товара реагируют на изменение его цены, тем более гибко фирмы-производители будут реагировать на изменение цен на ресурсных рынках.

2. *Возможность замены одного фактора на другой.* Чем больше возможностей для физической и технологической замены факторов производства, например, труд на капитал или капитал на труд, тем проще и легче отказаться от дополнительных единиц какого-либо фактора в случае его удорожания и, соответственно, тем выше эластичность спроса на него.

Следует отметить, что возможности для взаимной замены факторов производства очень ограничены. Замена факторов возможна лишь в зоне субституции, т.е. на участке изокванты, за пределами которой отсутствуют рациональные комбинации факторов производства (см. п. 10.7.1.). Действительно, нельзя до бесконечности замещать труд капиталом: можно автоматизировать определенные этапы трудового процесса, но не весь процесс. Замещению практически не поддается труд воспитателя, учителя, врача, представителей творческих профессий и многих других. Значительная замена капитала трудом также невозможна, особенно в капиталоемких отраслях, так как производительность труда может упасть в десятки раз. В связи с этим спрос на факторы производства со стороны фирм-покупателей ресурсов не может быть абсолютно эластичным. Ограниченность взаимного замещения ресурсов – еще одна интерпретация ответа на вопрос, почему графики спроса на факторы производства имеют отрицательный наклон.

3. *Доля фактора в общих издержках производства.* Чем большую долю занимает фактор в общем объеме издержек, тем в большей степени вырастут издержки фирмы при его удорожании, и сократится объем спроса на него. Соответственно, чем больше доля фактора в издержках, тем выше эластичность спроса на него.

4. *Период времени.* Чем более длительный период времени берется для рассмотрения, тем большим переменам подвержен рынок, и тем более эластичным считается спрос практически на любой ресурс.

14.4. Особенности предложения факторов производства

Предложение фактора производства определяется его количеством, которое производители (владельцы, продавцы) готовы представить на рынок при конкретных уровнях цен. Предложение ресурсов имеет свои особенности, которые обусловлены рядом причин.

1. *Ограниченность (редкость) ресурсов.* Ресурс – это экономическое благо, полученное от природы или произведенное в процессе труда. Добыча (получение, формирование, изготовление) любого фактора производства сопряжена с затратами (порой значительными) труда, энергии, времени, других видов ресурсов. Как и любое другое экономическое благо, фактор производства имеет свою стоимость и может быть продан на рынке. При этом, продавец фактора, в отличие от покупателя, заинтересован в установлении как можно более высокой цены за каждую единицу фактора, так как цена является основой формирования дохода владельца ресурса. Объем предложения фактора производства тем больше, чем выше его цена, что определяет положительный наклон графика предложения (рис. 14.3).

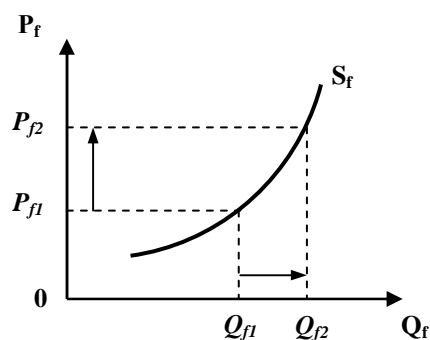


Рис. 14.3. Кривая предложения фактора производства

2. *Ограниченность взаимной замены факторов производства.* Как и другие товары, ресурсы конкурируют между собой, однако, возможности их конкуренции ограничены. Многим видам экономических ресурсов на сегодняшний день практически невозможно найти замену, например, земле, редким природным ископаемым, квалифицированным кадрам, высокотехнологичному оборудованию и т.п. В связи с этим предложение факторов производства для фирмы-продавца не может быть абсолютно эластичным, а график предложения всегда имеет положительный наклон. Чем более редким и труднозаменяемым является ресурс, тем ниже эластичность его предложения.

3. *Мобильность факторов производства.* Мобильность определяется способностью фактора быть использованным в различных отраслях и видах производства. Например, экономист может быть нанят производственным предприятием или торговой фирмой, а одно и то же оборудование – использовано в строительстве или при выпечке хлеба. Чем мобильнее фактор производства, тем легче и быстрее продавец фактора может реагировать на изменение цен, и тем выше эластичность предложения. Высокая мобильность позволяет также быстрее устранить динамические различия цен на факторы производства, т.е. такие различия, которые возникают вследствие разной экономической конъюнктуры в отраслях-потребителях ресурса: факторы из слаборазвивающихся отраслей перетекают в отрасли с устойчивым спросом и расширяющимся объемом выпуска продукции.

Следует отметить, что количество и мобильность факторов производства сильно зависят от времени. Некоторые ресурсы, такие как земля, оборудование и т.п., в краткосрочном периоде могут быть совсем немобильными, их количество – строго фиксированным, а предложение – абсолютно неэластичным. С течением времени количество пахотных земель может увеличиться за проведения счет мелиоративных мероприятий, а оборудование может быть переналажено для выпуска другой продукции. Таким образом, в долгосрочном периоде количество и/или мобильность факторов может возрасти, соответственно, повысится и эластичность их предложения.

4. *Стремление к монополизации факторных рынков.* Специфика ресурсов, их ограниченность, необходимость в ряде случаев преодоления экономических, финансовых и юридических барьеров для получения (формирования, изготовления) факторов производства нередко приводят к объективной необходимости концентрации факторных рынков. Стремление к монополизации существенным образом влияет на условия ценообразования, как на факторном рынке, так и на рынке готовой продукции.

Особенности предложения факторов производства в каждом конкретном случае – на рынках труда, капитала, земли – определяются всеми перечисленными выше факторами и будут рассмотрены в соответствующих разделах.

14.5. Равновесие на конкурентном рынке фактора производства

Ценообразование на рынке фактора производства, как и на любом другом рынке, осуществляется в зависимости от типа рыночной структуры, которая может варьироваться от совершенной конкуренции до монополии. Рассмотрим наиболее простую модель рынка фактора производства – рынок совершенной конкуренции.

Конкурентный факторный рынок характеризуется следующими основными чертами:

- ✳ множество продавцов и покупателей фактора производства, каждый из которых не в состоянии влиять на цену фактора;
- ✳ отсутствие барьеров на вход в отрасль и выход из нее;
- ✳ качественная однородность фактора производства;
- ✳ мобильность фактора, достаточная для быстрого реагирования продавцов на изменение рыночной ситуации.

Равновесие на рынке целесообразно рассмотреть как с точки зрения отдельной фирмы, так и с позиций рынка в целом.

14.5.1. Равновесие фирм на рынке фактора производства

На рынке фактора производства действуют два типа фирм – покупателей и продавцов ресурса. От типа фирмы зависит конфигурация кривых спроса и предложения (рис. 14.4).

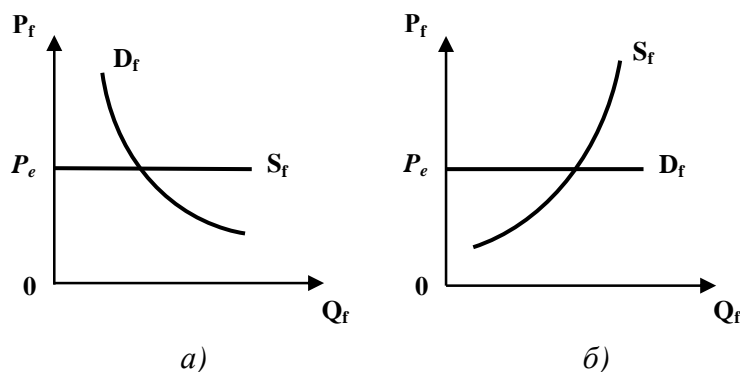


Рис. 14.4. Равновесие фирмы на конкурентном рынке фактора производства:
а) фирмы-покупателя;
б) фирмы-продавца

Из п. 14.3 известно, что кривая спроса фирмы-покупателя ресурса (фирмы-производителя готовой продукции) имеет отрицательный наклон. График предложения такой фирмы отражает возможность купить на рынке любое количество ресурса по установившейся рыночной цене и поэтому представляет собой горизонтальную линию (рис. 14.4, а). Из п. 14.4 известно, что кривая предложения фирмы-продавца ресурса имеет положительный наклон. График спроса на ресурс этого продавца отражает способность реализовать на рынке все имеющееся количество ресурса по рыночной цене и потому представляет собой горизонтальную линию (рис. 14.4, б). Поскольку рынок конкурентный, покупатель ресурса не сможет купить его дешевле, а продавец ресурса не сможет продать его дороже, чем равновесная рыночная цена P_e .

14.5.2. Рыночное равновесие

Рыночный спрос на фактор производства представляет собой совокупный спрос со стороны всех отраслей, использующих фактор в своем производстве. График рыночного спроса D_f имеет, в целом, стандартный вид (рис. 14.5), и в простых случаях, когда потребителями фактора являются независимые друг от друга товаропроизводители, а цены на готовую продукцию постоянны, является результатом горизонтального суммирования индивидуальных кривых спроса.

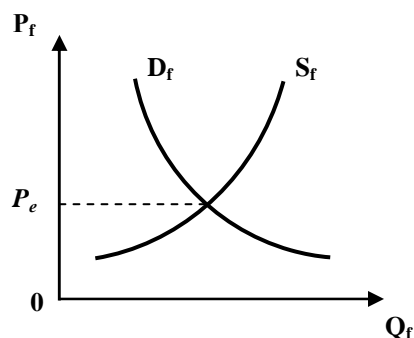


Рис. 14.5. Рыночное равновесие на рынке фактора производства

Однако, следует помнить, что, во-первых, рыночная цена на готовую продукцию может меняться вследствие изменения цен на ресурс. Например, рост цен на муку сократит предложение хлеба и установит новую – более высокую – цену на хлеб. В этом случае в тождестве $MRP = MP \cdot P$ множитель P перестанет быть постоянным и вместе с множителем MP станет оказывать влияние на MRP , поэтому кривая рыночного спроса будет менее эластичной, чем кривая, полученная путем горизонтального суммирования. Во-вторых, потребителями фактора производства зачастую выступают несколько отраслей, выпускающих взаимозави-

симую либо конкурентную продукцию, и спрос на продукцию одной отрасли может сильно зависеть от цен на продукцию другой. Например, ткань может закупаться и производителем курток, и производителем пальто, поэтому спрос на ткань должен объективно учитывать зависимость объемов пошива курток от цен пальто и объемов пошива пальто от цен курток. Таким образом, на рынках факторов производства могут складываться кривые спроса, существенно отличающиеся от привычных рыночных кривых, полученных методом горизонтального суммирования.

Что касается кривой рыночного предложения фактора производства, то ее наклон зависит, в основном, от эффекта масштаба в отраслях, производящих готовую продукцию. Отрасли с постоянными средними издержками приобретают ресурс по неизменной цене, и в этом случае предложение фактора является совершенно эластичным, а кривая предложения представляет собой горизонтальную линию. Для отраслей с увеличивающимися средними издержками (убывающим эффектом масштаба) кривая предложения имеет стандартный положительный наклон (как S_f на рис. 14.5), для отраслей со снижающимися средними издержками (возрастающим эффектом масштаба) – отрицательный наклон. В отдельных случаях, когда количество фактора производства строго фиксировано, его предложение не зависит от цены, т.е. является абсолютно неэластичным, а кривая предложения представлена вертикальной линией.

14.6. Влияние рынка фактора производства на товарный рынок

Цены факторов производства определяют стоимость готовой продукции, поэтому равновесные параметры факторных рынков существенно влияют на ситуацию на товарных рынках. Уровень цен и объем реализации ресурсов обусловлены, в первую очередь, типом структуры факторного рынка, или его конкурентностью.

Пусть рынок фактора производства является конкурентным (рис. 14.6), и его равновесными параметрами служат цена P_{fc} и объем выпуска Q_{fc} , определяемые точкой e_c – точкой пересечения кривых спроса D_f и предложения (предельных издержек MC) (рис. 14.6, а). Данному состоянию факторного рынка соответствует равновесие на товарном рынке в точке E_c , параметрами которого являются цена товара P_c и объем производства Q_c (рис. 14.6, б).

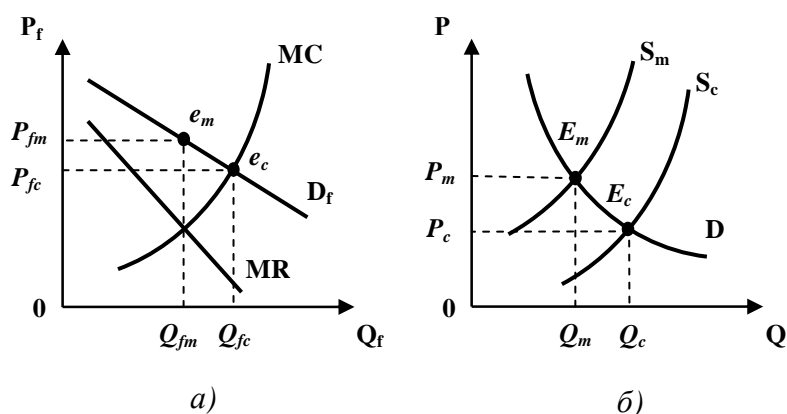


Рис. 14.6. Влияние структуры факторного рынка на равновесие товарного рынка

Когда оба рынка – и факторный, и товарный – являются конкурентными, общество достигает максимальной экономической эффективности: экономика производит максимально возможное количество ресурса, с помощью которого достигается максимально возможный выпуск готового товара. В процессе монополизации факторного рынка равновесие на нем будет определяться точкой e_m , соответствующей условию $MR = MC$, при этом, цена фактора поднимется до P_{fm} , а объем выпуска снизится до Q_{fm} . Удорожание фактора производства сократит предложение на товарном рынке, и кривая S_c сдвинется в положение S_m . В результате, равновесие на товарном рынке установится в точке E_m , которому соответствует более высокая цена на товар P_m и более низкий объем выпуска Q_m . Таким образом, монополизация фак-

торных рынков негативно влияет на потребительскую привлекательность рынков готовой продукции и снижает общую эффективность экономики.

Помимо двусторонней конкуренции и несовершенной конкуренции со стороны владельцев ресурсов, в процессе взаимодействия факторных и товарных рынков могут встречаться и другие сочетания рыночных структур. В частности, для некоторых случаев очень характерна монопосония, когда какое-либо предприятие или отрасль выступают единственным покупателем фактора производства (например, на рынке труда или сельскохозяйственной продукции) либо двусторонняя монополия, когда на рынке противостоят друг другу монополист-покупатель фактора и монополист-продавец (например, крупное добывающее предприятие закупает буровую установку). Основы теоретического анализа случаев монопосонии и двусторонней монополии представлены в п. 12.9, а применительно к рынку труда будут дополнительно рассмотрены в п. 15.6.2 и 15.7.4.

14.7. Трансфертный доход и экономическая рента

Рынки факторов производства – особые рынки, главными субъектами которых являются владельцы, или собственники, ресурсов. Каждый владелец (группа владельцев) претендует на получение дохода, который будет не только покрывать расходы на производство (добычу, формирование и т.д.) ресурса как такового, но и приносить прибыль. В частности, работник как владелец рабочей силы получает доход в виде заработной платы, собственник земли – в виде ренты, собственник капитала – процента, предприниматель – прибыли от хозяйственной деятельности. С точки зрения теории альтернативных издержек и концепции экономической ренты, любой вид дохода от ресурса (зарплата, рента, процент, прибыль) распадается на две составляющие: трансфертный (удерживающий) доход и экономическую ренту.

Трансфертный доход – плата владельцу ресурса за использование данного ресурса в определенной сфере деятельности с целью удержания его от использования в других – альтернативных – сферах деятельности. Для владельца ресурса это альтернативный доход, удерживающий его от перехода в другие отрасли. Для фирмы-потребителя ресурса это издержки упущенных возможностей, или альтернативные издержки фирмы.

Экономическая рента – плата владельцу ресурса сверх трансфертного дохода. Величина экономической ренты зависит от ряда факторов, таких как редкость ресурса, его качество (производительность) и мобильность. Чем более редким, более производительным и менее мобильным является ресурс, тем большую долю будет занимать экономическая рента в общем доходе владельца ресурса, и наоборот. Другими словами, экономическая рента тем выше, чем меньше ценовая эластичность предложения ресурса. Для фирмы-потребителя ресурса экономическая рента выступает рентным платежом, или платежом за уникальность и нужность ресурса.

На рис. 14.7 представлено равновесие на рынке конкретного фактора производства, где P_e и Q_e – его равновесные цена и количество.

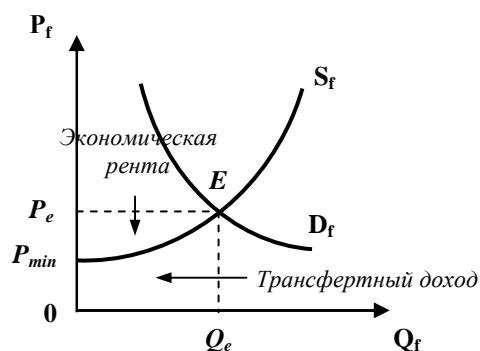


Рис. 14.7. Трансфертный доход и экономическая рента

Фигура $OP_{min}EQ_e$ отражает, с одной стороны, общие альтернативные затраты, которые несут фирмы, приобретающие данный фактор производства, с другой стороны, общий альтернативный доход владельцев фактора. P_{min} отражает минимальную цену фактора на отрас-

левом рынке. Если цена падает меньше альтернативных издержек, т.е. меньше P_{min} , то фактор не продается (объем предложения равен нулю), а если цена превышает альтернативные издержки, то фактор может быть продан. По какой цене он может быть продан – зависит от величины экономической ренты. В случае на рис. 14.7 он продается по цене P_e , т.е. величина экономической ренты от данной единицы фактора производства равна разнице между P_e и P_{min} , а совокупная экономическая рента от всех продаваемых на рынке единиц фактора равна площади фигуры $P_{min}P_eE$.

Существует два крайних случая формирования экономической ренты: с абсолютно эластичным предложением ресурса и абсолютно неэластичным предложением (рис. 14.8).

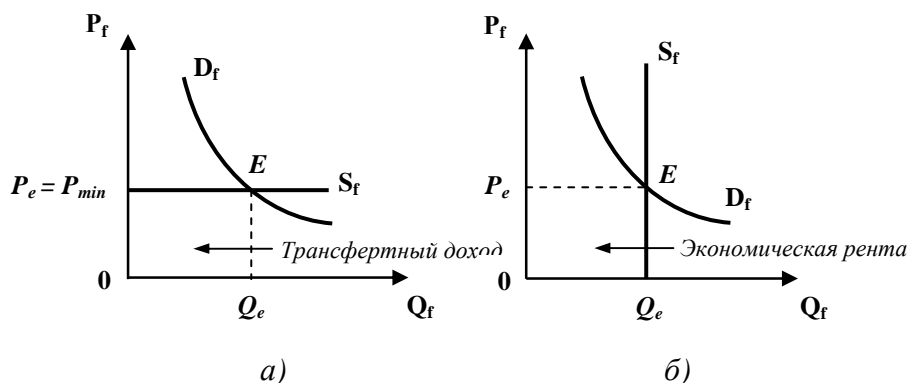


Рис. 14.8. Формирование экономической ренты:
а) в случае абсолютно эластичного предложения фактора производства;
б) в случае абсолютно неэластичного его предложения

Если предложение фактора абсолютно эластично и имеет график в виде горизонтальной линии, то экономическая рента равна нулю, и владельцы фактора получают лишь трансфертный доход, общая величина которого равна площади фигуры OP_eEQ_e (рис. 14.8, а). Примером может служить труд низкоквалифицированных рабочих, предложение которого не отличается ни редкостью, ни уникальностью. В силу высокой мобильности этого фактора фирмам-покупателям не надо платить зарплату больше минимального уровня: вся оплата труда направлена на удержание рабочих в рамках данной отрасли.

Иной случай представляет собой абсолютно неэластичное предложение, когда фактор производства уникален. Тогда весь доход, получаемый владельцем фактора, состоит из экономической ренты (рис. 14.8, б). В качестве примера можно привести труд талантливого ученого или инженера, актера или певца, найти которым замену очень сложно. Еще одним классическим примером данного случая является участок земли в центре города – очень ограниченный и немобильный ресурс.

Контрольные вопросы по теме 14

1. В чем заключается специфика рынков факторов производства по сравнению с товарными рынками?
2. Объясните принцип минимизации издержек и условие максимизации прибыли фирмы с точки зрения использования ресурсов.
3. Почему кривая спроса на фактор производства является частью кривой предельной доходности? Какой принцип лежит в основе отрицательного наклона кривой спроса на фактор производства?
4. Какие факторы определяют спрос и предложение факторов производства? Как влияние этих факторов отражается на графиках спроса и предложения?
5. Чем объясняется более пологий наклон кривой спроса на фактор производства со стороны фирмы, реализующей свою продукцию на конкурентном рынке, по сравнению с фирмой, действующей на неконкурентном товарном рынке?
6. Чем определяется степень эластичности спроса на фактор производства?
7. Какие фирмы, являющиеся субъектами на факторных рынках, имеют абсолютно эластичный спрос? А какие фирмы имеют абсолютно эластичное предложение?

8. Насколько эффективной с точки зрения общества является деятельность конкурентной на товарном рынке фирмы, которая закупает факторы производства на неконкурентных ресурсных рынках?

9. Чем обусловлено наличие экономической ренты в денежном вознаграждении, выплачиваемом владельцу ресурса? Продажа каких ресурсов предполагает получение исключительно экономической ренты?

Тема 15. РЫНОК ТРУДА И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА

- 15.1. Понятие и особенности рынка труда
- 15.2. Понятие и виды заработной платы
- 15.3. Показатели производительности труда
- 15.4. Спрос и предложение на конкурентном рынке труда
- 15.5. Факторы, влияющие на равновесие на рынке труда
- 15.6. Рынок труда в условиях несовершенной конкуренции
- 15.7. Деятельность профсоюзов на рынке труда
- 15.8. Установление минимальной заработной платы
- 15.9. Дифференциация заработной платы
- 15.10. Дискриминация на рынке труда
- 15.11. Неравенство доходов в обществе
- 15.12. Понятие человеческого капитала

15.1. Понятие и особенности рынка труда

Труд – важнейший фактор производства, приводящий в движение все остальные факторы. На протяжении человеческой истории труд рассматривался как главный фактор эволюции и движущая сила прогресса. В современной экономической теории труд рассматривается как целенаправленная деятельность человека по созданию экономических благ. С понятием «труд» тесно связано понятие *рабочей силы*, представляющая собой совокупность физических, духовных и интеллектуальных качеств человека, которые проявляются и реализуются в процессе труда.

Рабочая сила как экономический ресурс может быть куплена и продана на особом рынке – рынке рабочей силы, который еще называют рынком труда. *Рынок рабочей силы (рынок труда)* – это система экономических отношений по поводу купли-продажи рабочей силы. Объектом рынка труда является товар – рабочая сила, а субъектами выступают владельцы рабочей силы – люди (индивиды, наемные работники), предприятия-работодатели, покупающие рабочую силу (нанимающие индивидов) и профсоюзы, представляющие интересы владельцев рабочей силы.

Рынок труда существенно отличается от других товарных и ресурсных рынков, что обусловлено следующими причинами. Во-первых, работодатель покупает рабочую силу, а не самого человека, при этом, используя рабочую силу, работодатель должен заботиться именно о человеке, создавая ему соответствующие условия труда, выплачивая заработную плату и социальный пакет и т.д. Во-вторых, производительность труда определяется не только качеством рабочей силы, но и организацией процесса труда, которая зависит во многом от работодателя. В-третьих, рынок труда очень неоднороден по своему составу и состоит из множества сегментов (например, рынок водителей или рынок менеджеров), каждый из которых имеет свои особенности. В-четвертых, процессы, происходящие на рынке труда, являются объектом пристального внимания и регулирования со стороны государства, а также предметом экономической и политической борьбы.

В целом, «человеческая» составляющая такого экономического ресурса, как рабочая сила, определяет многие другие особенности рынка труда. В силу этого ситуация на рынке труда является индикатором социальной стабильности и качества жизни в стране.

15.2. Понятие и виды заработной платы

Под *заработной платой* обычно понимается вознаграждение, получаемое наемным работником за труд в пользу работодателя. В широком смысле – это система отношений между

наемным работником и работодателем по поводу вознаграждения за труд. В узком смысле заработная плата – это цена рабочей силы (цена труда), которая определяется суммой средств, выплачиваемых за использование единицы труда в единицу времени. На графиках и в формулах зарплата обозначается буквой W (от англ. слова *wage* – заработная плата).

Существует обширная классификация заработной платы. В частности, в зависимости от учета инфляции различают номинальную и реальную заработную плату. *Номинальная заработная плата* – сумма денег, получаемая наемным работником за свой труд в единицу времени (день, неделю, месяц и т.д.). *Реальная заработная плата* – это совокупность товаров и услуг, которые можно приобрести на номинальную заработную плату. Реальная зарплата учитывает покупательную способность денег, т.е. обратно пропорциональна индексу потребительских цен:

$$W_r = W_n / I, \quad (15.1)$$

где W_r – реальная заработная плата, W_n – номинальная заработная плата, I – индекс потребительских цен, учитывающий инфляцию. С помощью индекса цен, равного $(1+i)$, также можно найти изменение реальной заработной платы в процентах:

$$r = \frac{n-i}{1+i} \quad \text{или} \quad I + r = \frac{1+n}{1+i}, \quad (15.2)$$

где r и n – изменение соответственно реальной и номинальной заработной платы в процентах, i – уровень инфляции.

В зависимости от характера объектов оплаты различают два вида заработной платы: основную и дополнительную. К *основной* относится заработная плата, начисляемая за отработанное время, количество и качество выполненных работ. Сюда относится оплата по сдельным расценкам, тарифным ставкам, окладам, премии сдельщикам и повременщикам, доплаты и надбавки. *Дополнительная* заработная плата – это выплаты за неотработанное время, предусмотренные трудовым законодательством. К таким выплатам относятся: оплата очередных отпусков, перерывов в работе кормящих матерей, льготных часов подростков, выходное пособие при увольнении и т.д.

По способу начисления выделяют две основные формы заработной платы: повременную и сдельную. При *повременной форме* оплаты труда заработная плата зависит от фактически отработанного времени и тарифной ставки работника. В зависимости от единицы учета отработанного времени применяются часовые, дневные и месячные тарифные ставки. Так, общую сумму дневного заработка W_∂ можно рассчитать, умножив почасовую тарифную ставку оплаты труда W_q на нормированное число часов труда в день H_q :

$$W_\partial = W_q \cdot H_q. \quad (15.3)$$

При *сдельной форме* оплаты труда учитываются количественные показатели результата труда (штуки, метры, килограммы и т.д.) и их расценки. В этом случае труд нормируется с помощью *нормы выработки* – установленного количества продукции, вырабатываемого одним работником в единицу времени при нормальных условиях труда, или *нормы времени*, расходуемого на изготовление единицы продукции. Рассчитать средний дневной заработок W_∂ можно, умножив норму дневной выработки HB_∂ на сдельную расценку изделия $P_{ш}$:

$$W_\partial = HB_\partial \cdot P_{ш}. \quad (15.4)$$

Повременная форма оплаты труда применяется в сферах деятельности со строго установленным временем работы (например, секретарь, операционист в банке и т.д.), а сдельная форма распространена там, где необходимо наращивать объемы производства (например, строительный рабочий, токарь, пекарь и т.д.).

Рассмотренные формы оплаты труда не являются однородными и включают в себя целый ряд систем и подсистем, применение каждой из которых зависит от сферы деятельности предприятия, особенностей управления и мотивации персонала, использования современных

технологий в оплате труда, а также от степени достижения коммерческих результатов предприятия и других факторов.

15.3. Показатели производительности труда

Показатели производительности труда тем или иным способом оценивают степень эффективности использования фирмой ресурса труда. Производительность труда зависит от многих факторов: от профессионально-квалификационных характеристик рабочей силы, системы организации труда на предприятии, мотивации к труду и системы поощрений за результаты труда, морально-психологического климата в коллективе и других. В свою очередь, производительность труда напрямую влияет на результаты производства и финансовые итоги деятельности фирмы.

Классическим показателем производительности труда является отношение результатов труда к затратам ресурса труда, которые могут быть выражены как в натуральных, так и в стоимостных показателях:

$$P_{нат} = \frac{\text{Количество продукции}}{\text{Количество единиц труда}}, \quad (15.5)$$

$$P_{см1} = \frac{\text{Стоимость продукции}}{\text{Количество единиц труда}}; \quad P_{см2} = \frac{\text{Стоимость продукции}}{\text{Заработная плата}}, \quad (15.6)$$

где $P_{нат}$ – производительность труда в натуральных единицах, или количество выпущенной продукции на единицу труда, $P_{см1}$ – производительность труда в стоимостном выражении, или величина дохода от реализации продукции на единицу труда, $P_{см2}$ – величина дохода от реализации продукции на единицу заработной платы.

Показатель, обратный производительности труда, называется *трудоемкостью* и отражает количество затрат труда на единицу продукции. Производительность труда тесно связана с другими показателями эффективности работы предприятия, в частности, с фондоемкостью $\Phi_{емк}$ и фондовооруженностью $\Phi_{воор}$ производства:

$$\Phi_{емк} = \frac{\text{Стоимость основных фондов}}{\text{Количество продукции}}, \quad (15.7)$$

$$\Phi_{воор} = \frac{\text{Стоимость основных фондов}}{\text{Количество единиц труда}}. \quad (15.8)$$

В микроэкономическом анализе показатель $P_{нат}$ рассматривается как средний продукт труда AP_L , а показатель $P_{см1}$ – как средняя доходность труда ARP_L . Важную роль в изучении рынка труда играют показатели предельного продукта труда MP_L , предельной доходности труда MRP_L , предельных издержек труда MRC_L :

$$MP_L = \frac{\Delta TP_L}{\Delta Q_L}, \quad (15.9)$$

$$MRP_L = \frac{\Delta TRP_L}{\Delta Q_L} = MP_L \cdot MR, \quad (15.10)$$

$$MRC_L = \frac{\Delta TRC_L}{\Delta Q_L} = MP_L \cdot MC, \quad (15.11)$$

где Q_L – количество затраченных единиц труда; ΔTP_L – общий продукт продукт; TRP_L – общая доходность труда, или общая выручка от продажи продуктов труда, равная произведению общего продукта труда TP_L и цены продукции P ($TRP_L = TP_L \cdot P$); TRC_L – общие издержки на труд, равные произведению цены труда (заработной платы) на количество затраченного труда ($TRC_L = P_L \cdot Q_L = W \cdot Q_L$).

В соответствии с общим правилом, условие максимизации прибыли фирмы, использующей ресурс труда, имеет вид:

$$MR \cdot MP_L = MC \cdot MP_L, \text{ или } MRP_L = MRC_L. \quad (15.12)$$

Если фирма реализует продукцию и закупает ресурс труда на конкурентных рынках, то предельная доходность труда MRP_L учитывает не предельный доход фирмы, а цену товара P :

$$MRP_L = MP_L \cdot P, \quad (15.13)$$

а условие максимизации прибыли принимает вид:

$$P \cdot MP_L = W, \quad \text{или} \quad MRP_L = W, \quad (15.14)$$

где W – цена ресурса труда, или ставка заработной платы. Фирма будет приобретать дополнительные единицы труда до тех пор, пока его предельная доходность не станет равна заработной плате.

Если фирма использует не только труд, но и другой ресурс, например, капитал, то, согласно общему правилу, условие *минимизации издержек производства* для фирмы принимает вид:

$$\frac{MP_l}{Pl} = \frac{MP_k}{Pk} \quad \text{или} \quad \frac{MRPl}{Pl} = \frac{MRPk}{Pk}, \quad (15.15)$$

где MP_l и MP_k – предельные продукты труда и капитала; а $MRPl$ и $MRPk$ – это предельные доходности труда и капитала.

Условие максимизации прибыли для фирмы, использующей труд и капитал, предусматривает равенство $MRP = MRC$ для каждого фактора производства и имеет вид:

$$\frac{MRPl}{Pl} = \frac{MRPk}{Pk} = 1. \quad (15.16)$$

Подробно показатели предельной производительности факторов производства и характерные для них тождества были рассмотрены в п. 10.22, п. 14.2.

15.4. Спрос и предложение на конкурентном рынке труда

Конкурентный рынок труда характеризуется, в целом, теми же чертами, что и другие конкурентные рынки, а именно:

- ✳ множеством продавцов и покупателей ресурса труда, каждый из которых не в состоянии влиять на цену труда – заработную плату;
- ✳ качественной однородностью труда, т.е. одинаковыми профессионально-квалификационными характеристиками наемных рабочих;
- ✳ мобильностью рабочей силы, т.е. возможностью наемных работников быть трудоустроенными в различных фирмах и достаточно быстрым их реагированием на изменение рыночной ситуации;
- ✳ отсутствием влияния профсоюзов.

15.4.1. Спрос на труд, предложение труда и заработная плата

Спрос на труд – это количество единиц рабочей силы, которую желают и могут приобрести (нанять) фирмы-работодатели при каждом конкретном уровне заработной платы. *Предложение труда* – это количество единиц рабочей силы, которую согласны продать индивиды-владельцы рабочей силы при определенных уровнях заработной платы. Объем спроса и объем предложения труда на графиках и в формулах отражаются с помощью буквы L (от англ. слова *labor* – труд) и в зависимости от рассматриваемого случая могут измеряться количеством работников, человеко-часов, трудодней, рабочих часов и т.д.

Как известно из пп. 14.3.1 и 14.5.1, кривая спроса на труд со стороны фирмы, приобретающей ресурс труда (нанимающей работников), является частью кривой предельной доходности труда, а график предложения труда представляет собой горизонтальную линию, проведенную на уровне рыночной цены труда. Равновесие такой фирмы наступает в точке пере-

сечения кривых спроса и предложения d_L и s_L , т.е. при условии $MRP_L = W_e$, а рыночными параметрами являются W_e и l_e (рис. 15.1, а). Площадь фигуры OW_eEl_e отражает общие расходы фирмы на приобретение ресурса труда.

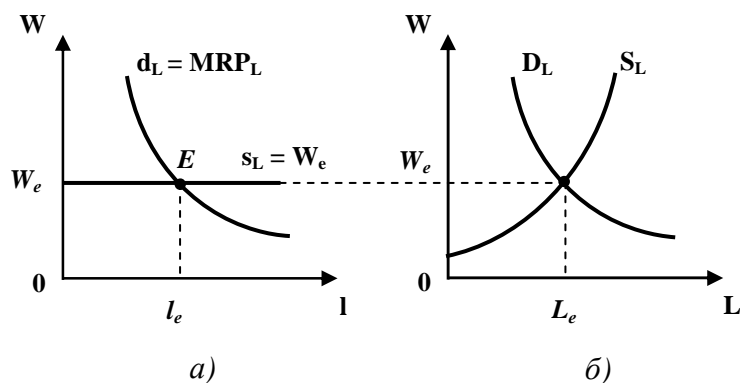


Рис. 15.1. Равновесие на конкурентном рынке труда:
а) равновесие фирмы, нанимающей работников;
б) рыночное равновесие

Рыночное равновесие определяется пересечением кривых рыночного спроса D_L и рыночного предложения S_L (рис. 15.1, б). Равновесие на конкурентном рынке труда означает, что все работники, согласные трудиться за зарплату W_e , находят работу, и все фирмы-работодатели, согласные платить зарплату W_e , закрывают свои вакансии.

15.4.2. Спрос на труд в условиях взаимодополняемости рабочей силы с другими факторами производства

Кривая спроса на ресурс, и на труд в том числе, строится при условии неизменности цен и количества других факторов производства. Однако, когда ресурс труда используется совместно с другими ресурсами, при построении кривой спроса следует учесть влияние изменения цены труда на количество других используемых факторов. В качестве примера рассмотрим труд рабочих, обслуживающих производственное оборудование. Пусть D_{L1} – кривая спроса на труд рабочих, построенная с учетом первоначального фиксированного количества единиц оборудования (рис. 15.2).

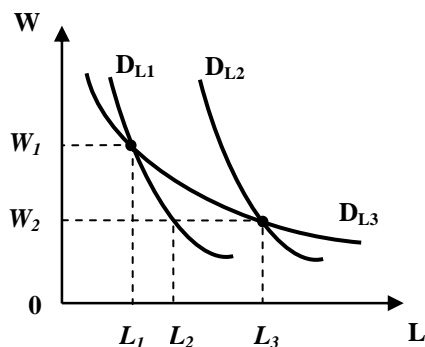


Рис. 15.2. Спрос на труд в условиях взаимодополняемости рабочей силы с другими факторами производства

При уменьшении заработной платы с уровня W_1 до W_2 количество единиц рабочей силы увеличится с L_1 до L_2 . Удешевление ресурса труда делает возможным расширить производство фирмы и увеличивает спрос на оборудование, согласно эффекту выпуска. Приобретение дополнительных производственных мощностей приводит к росту спроса на обслуживающую рабочую силу и сдвигу кривой D_{L1} в положение D_{L2} . В конечном итоге, фирма приобретает ресурс труда в количестве L_3 , а не L_2 , так как изменение цены труда повлияло на количество используемого оборудования, и оба фактора – труд и капитал – стали переменными. При этом, если D_{L1} и D_{L2} – это краткосрочные кривые спроса на труд при определенных фиксированных значениях капитала, то D_{L3} – долгосрочная кривая, учитывающая труд и капитал как переменные факторы.

15.4.3. Особенности формирования индивидуального предложения труда: эффект замещения и эффект дохода

Каждый человек стоит перед выбором: больше трудиться или больше отдыхать. Трудозатраты отдельного индивида измеряются, как правило, в часах затраченного на работу времени. Поскольку в сутках 24 часа, то количество рабочего времени равно разнице между 24 и количеством свободного времени. Рост заработной платы увеличивает альтернативную ценность работы (дохода), поэтому работник стремится больше трудиться и получать более высокий доход, замещая тем самым свободное время. Увеличение предложения труда работником и сокращение его досуга в результате роста заработной платы характеризует *эффект замещения*. Графически эффект замещения отражается *положительным участком* кривой индивидуального предложения труда: рост ставки зарплаты с w_1 до w_2 приводит к увеличению количества рабочих часов в день с h_1 до h_2 (рис. 15.3).

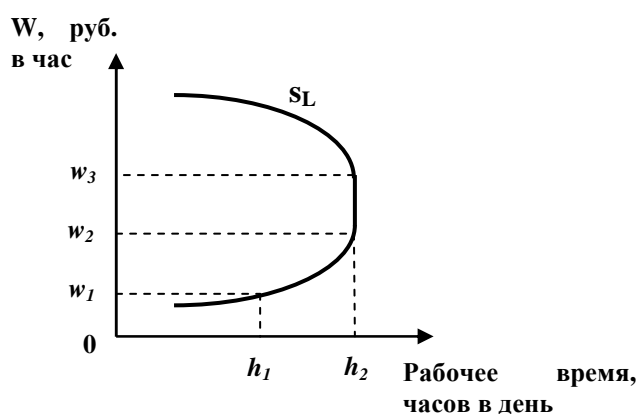


Рис. 15.3. Кривая индивидуального предложения труда

Вместе с тем, по мере роста заработной платы для работника увеличивается ценность его свободного времени. Чем меньше часов досуга остается у человека, тем меньше он склонен жертвовать отдыхом ради получения дополнительной единицы дохода. Наряду с эффектом замещения действует *эффект дохода*, характеризующийся сокращением предложения труда по мере роста заработной платы. На рис. 15.3 видно, что при заработной плате w_2 работник прекращает наращивать рабочие часы, а при зарплате w_3 — начинает их сокращать. *Вертикальный участок* кривой индивидуального предложения труда отражает равное действие эффекта дохода и эффекта замещения, а *отрицательный участок* — преобладание эффекта дохода.

Таким образом, эффект замещения наиболее ярко проявляется при низких уровнях заработной платы, а эффект дохода — при высоких. Чем выше квалификация работника, тем на большую заработную плату он претендует, соответственно, тем больше эффект дохода.

Индивидуальные предложения труда лежат в основе формирования *рыночного предложения*, которое может быть измерено как в общем количестве предлагаемых человеко-часов, так и в количестве работников, готовых трудиться при определенных уровнях заработной платы. Кривая рыночного предложения труда имеет стандартный восходящий вид, как на рис. 15.1, б, так как количество работников, предлагающих свои услуги (в том числе из других отраслей и домохозяйств), тем больше, чем выше уровень заработной платы.

15.5. Факторы, влияющие на равновесие на рынке труда

Спрос на труд и предложение труда — важнейшие элементы рынка рабочей силы, объем которых определяется уровнем заработной платы. Однако, существуют и другие — *неценовые* — факторы, воздействующие на спрос и предложение труда при неизменном уровне заработной платы.

К основным *факторам спроса* на рынке труда обычно относятся:

- ◆ состояние экономической конъюнктуры. Если экономика находится в стадии подъема, хозяйствующие субъекты предъявляют более высокий спрос на товары и услуги, изготавливаемые с помощью ресурса труда, а, значит, и на ресурсы труда;

◆ тип производственных технологий. Если в отрасли господствуют трудоемкие технологии, то спрос на рабочую силу высок. При изменении технологий с трудоемкой на капиталоемкую спрос на труд уменьшается и, как правило, качественно трансформируется;

◆ профессионально-квалификационные характеристики рабочей силы, производительность труда. Чем выше квалификация рабочей силы, тем более продуктивно она используется и больший продукт производит, и, соответственно, тем больше спрос на рабочую силу;

◆ цены на заменяющие и дополняющие факторы производства.

Важнейшими *факторами предложения* труда являются следующие.

■ Демографические факторы, развитие которых характеризуют тенденции, связанные с динамикой и структурой численности населения, трудовых ресурсов, занятого и безработного населения в стране. Демографическая динамика определяется как естественным приростом населения (разницей между количествами рожденных и умерших), так и миграционным притоком (разницей между численностью въехавших в страну граждан других государств и выехавших из страны своих граждан). В свою очередь, на естественный и миграционный прирост оказывают влияние различные экономические и неэкономические факторы (например, социальная, политическая, военная, климатическая, идеологическая среда и другое).

Демографические подъемы и спады способны существенно менять ситуацию на рынке труда, формируя либо избыток рабочей силы (как в Китае, например) либо ее дефицит (как в России и странах Европы). Для дефицитных рынков труда характерно такое явление, как *структурная деформация*, т.е. несовпадение профессионально-квалификационных характеристик рабочей силы заявляемым вакансиям.

■ Экономическая активность граждан, рассчитываемая как отношение числа занятых и безработных граждан к общей численности населения в стране. Чем выше заинтересованность граждан в результатах труда и надежнее гарантированность получения доходов (заработной платы, прибылей и т.д.), тем выше степень экономической активности населения, и тем больше предложение труда.

■ Качественные параметры труда, к которым относят уровень грамотности, образованности, квалификационную структуру рабочей силы и другие показатели, определяющие в конечном итоге производительность труда. Чем лучше образование и выше квалификация, тем более острой является потребность граждан реализовать свою рабочую силу в общественном производстве.

■ Изменение спроса на рабочую силу в других отраслях. Как отмечалось ранее, рынок труда неоднороден и состоит из множества сегментов, которые влияют друг на друга. Например, ухудшение экономической конъюнктуры и уменьшение спроса на труд в одном сегменте отражается увеличением предложения труда и снижением уровня заработной платы в другом сегменте.

■ Величина и динамика пассивных доходов граждан, не связанных с трудом. Так, рост доходов населения из альтернативных источников, например, от сдачи в аренду недвижимости, процентов по вкладам, а также различных льгот и пособий, снижают мотивацию к труду и могут способствовать уменьшению предложения труда.

■ Наличие у ряда профессий и работ преимуществ, не связанных непосредственно с уровнем заработной платы: престижность, возможность получения льгот, жилья или мест в детском саду, ранние пенсии, оплата проезда во время отпуска и т.д.

Воздействие указанных факторов может приводить к изменению спроса и предложения труда и, соответственно, к сдвигу их кривых и смещению рыночного равновесия. Учитывая многочисленность воздействующих факторов и их глубину, рынок труда можно назвать одним из самых неустойчивых и зависимых ресурсных рынков, требующих к себе внимания со стороны регулирующих органов.

15.6. Рынок труда в условиях несовершенной конкуренции

15.6.1. Монополия на товарном рынке

Несовершенная конкуренция может проявляться в различных сочетаниях типов рыночных структур со стороны спроса и предложения труда. Если фирма является монополистом на товарном рынке и при этом нанимает рабочую силу на конкурентном рынке труда, то она оказывается в двойственном положении: на товарном рынке она выступает ценодателем, т.е. устанавливает цену, а на рынке труда – ценополучателем, т.е. соглашается с ценой. В этом случае график спроса фирмы-монополиста на труд D_{Lm} представляет собой часть кривой предельной доходности труда $MRP_{Lm} = MP_L \cdot MR$, а график предложения труда – горизонтальную линию, так как на конкурентном рынке фирма может купить любое количество ресурса труда по одной и той же цене (рис. 15.4).

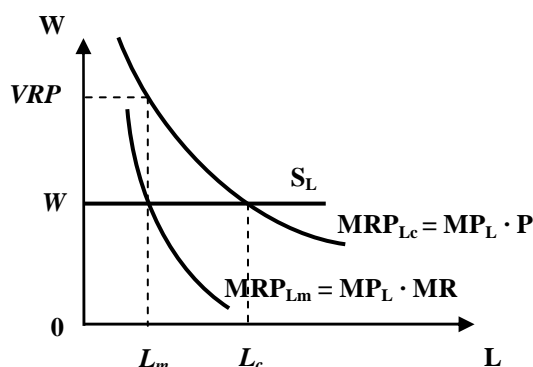


Рис. 15.4. Равновесие на рынке труда в условиях монополии на товарном рынке

По условию равновесия фирмы на конкурентном рынке труда $MRP_{Lm} = W$, количество нанимаемой рабочей силы равно L_m при цене W . Получается, что монополист, занижающий объем выпуска товара по сравнению с рынком совершенной конкуренции, занижает также количество используемого труда: уровень занятости при монополии L_m меньше конкурентного уровня L_c (кривая MRP_{Lc} отражает спрос на труд со стороны конкурентной фирмы).

Поскольку фирма продает свой товар по цене P , то стоимость созданного предельного продукта VRP превышает заработную плату, что говорит о факте эксплуатации работников. Разница между результатами труда и затратами на него образует часть сверхприбыли монополиста.

15.6.2. Монопсония на рынке труда

Монопсония – это один из видов несовершенной конкуренции, при котором множеству продавцов какого-либо товара противостоит его единственный покупатель. Для рынка труда монопсония является обычным явлением, особенно в небольших городах, где крупное градообразующее предприятие выступает единственным работодателем для абсолютного большинства занятого населения.

Характерными чертами монопсонии на рынке труда являются:

- наличие единственной фирмы-работодателя, предъявляющей спрос на всю рабочую силу на данном рынке (в данной отрасли, регионе, городе и т.д.);
- большое число работников, желающих быть нанятыми;
- примерно одинаковая квалификация работников;
- монопольная власть работодателя, которая позволяет диктовать условия в установлении заработной платы;
- адаптация работников к зарплате, устанавливаемой фирмой.

На рис. 15.5 отражена ситуация монопсонии на рынке труда. В соответствии с п. 12.9.1, кривую $S_{Lотр}$ можно определить как линию отраслевого предложения труда, совпадающей с кривой предложения труда для фирмы-работодателя S_{Lms} , так как эта фирма представляет собой отрасль. Линия MRC_{Lms} – кривая предельных издержек работодателя-монопсониста,

которая лежит выше $S_{L_{ms}}$. Линия MRP_L – кривая предельной доходности труда, характерной для данной отрасли, а значит, и для фирмы-монопсониста, использующей труд.

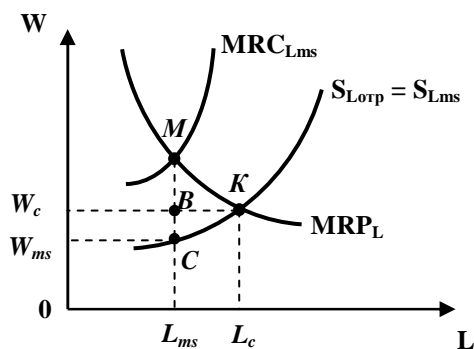


Рис. 15.5. Равновесие на рынке труда в условиях монопсонии

Равновесие работодателя-монопсониста достигается при универсальном условии максимизации прибыли $MRP_L = MRC_{L_{ms}}$, поэтому точка пересечения кривых MRP_L и $MRC_{L_{ms}}$ – точка M – определяет количество нанимаемых работников L_{ms} . Зарплата монопсониста W_{ms} устанавливается с помощью кривой предложения $S_{L_{отр}}$. По сравнению с конкурентным рынком труда, равновесие на котором отражается точкой K , число занятых в условиях монопсонии сокращается с уровня L_c до L_{ms} , а уровень зарплаты снижается с W_c до W_{ms} . В результате снижения затрат на выплату заработной платы монопсонист увеличивает свою прибыль на величину, равную площади фигуры $W_{ms}W_cBC$, захватывая таким образом часть излишка продавцов рабочей силы. Тот факт, что при уровне занятости L_{ms} предельная доходность труда больше заработной платы ($MRP_{L_{ms}} > W_{ms}$), говорит об эксплуатации работника, так как он получает меньше, чем создаваемая им стоимость.

15.7. Деятельность профсоюзов на рынке труда

15.7.1. Место и роль профсоюза на рынке труда

Профсоюз (профессиональный союз) – это общественная организация, объединяющая работников какой-либо отрасли для решения насущных проблем, связанных с работой на предприятиях отрасли. На рынке труда профсоюзы противостоят работодателям, перед которыми путем переговоров отстаивают права и интересы наемных работников. Целями деятельности профсоюзов являются:

- ✳️ повышение заработной платы;
- ✳️ оптимизация режима труда и отдыха;
- ✳️ охрана труда;
- ✳️ защита прав работника, определенных законодательством, и другие цели.

Профсоюз как форма объединения и сплочения работников позволяет быстрее и эффективнее решать трудовые и профессиональные вопросы. Чем мощнее и организованнее профсоюз, тем большую власть он имеет на рынке труда. В отдельных случаях профсоюз является монополистом и выступает как единый продавец рабочей силы.

15.7.2. Деятельность профсоюза на конкурентном рынке труда

Профсоюзы решают много проблем, связанных с трудом и трудоустройством, но главной его задачей является увеличение заработной платы. Если профсоюз действует на конкурентном рынке труда и ведет переговоры с большим количеством работодателей, то увеличить заработную плату и улучшить положение своих членов он может двумя способами:

1) *повышением спроса на рабочую силу* в отрасли. В этом случае действия профсоюза направлены на рост спроса на выпускаемый товар, улучшение качества труда, использование трудоемких технологий, повышение цен на ресурсы-заменители труда, увеличение таможенных тарифов для защиты продукции от зарубежной конкуренции и т.д. Такая тактика в большей степени характерна для *открытых* профсоюзов, объединяющих работников отрасли любых профессий и квалификаций и добивающихся повышения общепрофессионального уровня заработной платы;

2) *ограничением предложения труда*. Профсоюзы могут добиваться обязательного лицензирования определенных видов деятельности (например, врача, юриста, оценщика недвижимости и т.д.), введения ограничений на трудоустройство по уровню образования, возрасту, опыту, наличию профессионально-квалификационных признаков, месту жительства (в случае миграции), а также установления ограничителей интенсивности труда (например, максимальное время нахождения у станка, сокращение рабочего времени) и снижения норм выработки. Такие действия проводят, главным образом, *закрытые* профсоюзы: защищая интересы лишь своих членов, они могут ограничить прием новых членов и установить более высокие членские взносы.

Графически повышение спроса на рабочую силу отражается сдвигом кривой спроса D_L вверх вправо (рис. 15.6, а), а ограничение предложения труда – сдвигом кривой предложения S_L вверх влево (рис. 15.6, б). В первом случае равновесие на рынке труда смещается из точки A_1 в точку A_2 , во втором случае – из точки B_1 в точку B_2 . И стимулирование спроса, и сокращение предложения приводят к росту заработной платы с W_1 до W_2 , однако, в первом случае происходит рост занятости ($L_2 > L_1$), а во втором – ее снижение ($L_2 < L_1$).

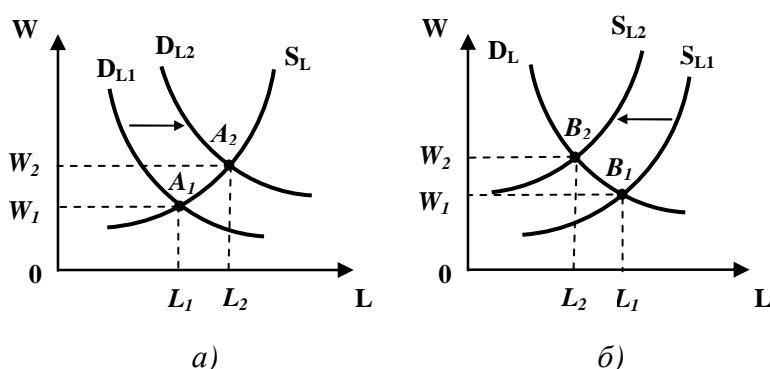


Рис. 15.6. Деятельность профсоюзов на рынке труда: а) повышение спроса на рабочую силу; б) ограничение предложения труда

На эффективность деятельности профсоюза оказывает влияние эластичность спроса и предложения труда. С одной стороны, стимулирование спроса тем больше поднимет уровень заработной платы, чем меньше эластичность предложения труда. С другой стороны, ограничение предложения тем больше увеличит зарплату, чем ниже эластичность спроса на рабочую силу. Низкая степень эластичности спроса и предложения труда характерна для высококвалифицированной рабочей силы, поэтому на практике наиболее успешной является деятельность тех профсоюзов, которые объединяют работников высокой квалификации: у них и зарплата больше, и изменение уровня занятости меньше.

15.7.3. Монопольная власть профсоюза

Сильный профсоюз, используя свою власть, может непосредственно воздействовать на рынок труда в качестве единого продавца рабочей силы, т.е. монополиста. В этом случае ситуация будет складываться как на любом другом монопольном рынке с единственным продавцом и множеством покупателей (рис. 15.7).

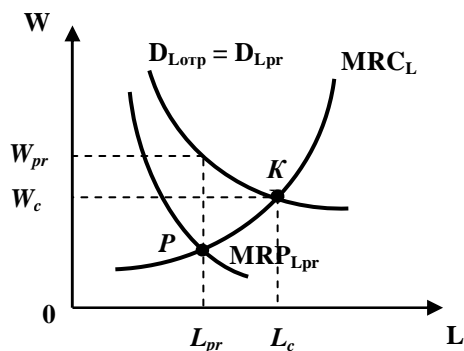


Рис. 15.7. Равновесие на рынке труда в условиях монопольной власти профсоюза

Кривую $D_{Lотр}$ на рис. 15.7 можно определить как линию отраслевого спроса на труд, совпадающей с кривой спроса профсоюза $D_{Lпр}$, так как профсоюз представляет собой отрасль. Линия $MRP_{Lпр}$ – кривая предельной доходности труда профсоюза, которая лежит ниже $D_{Lпр}$, (так же, как и кривая предельного дохода классического монополиста лежит ниже кривой спроса). Линия MRC_L – кривая предельных издержек на труд, характерных для данной отрасли.

Равновесие профсоюза, максимизирующего заработную плату для своих членов, достигается при $MRP_{Lпр} = MRC_L$, поэтому точка пересечения кривых $MRP_{Lпр}$ и MRC_L – точка P – определяет количество нанимаемых членов профсоюза $L_{пр}$. Заработная плата работников-членов профсоюза $W_{пр}$ устанавливается с помощью кривой спроса $D_{Lпр}$. По сравнению с конкурентным рынком труда, равновесие на котором отражается точкой K , число занятых в условиях монопольной власти профсоюза сокращается с L_c до $L_{пр}$, а уровень зарплаты занятых повышается с W_c до $W_{пр}$.

Таким образом, рост заработной платы членов профсоюза достигается за счет снижения общей занятости, что говорит о неэффективности монополии профсоюза как рыночной структуры. Если бы профсоюз преследовал цель максимизировать уровень занятости (а не зарплаты своих членов), то он боролся бы за установление занятости и зарплаты, характерных для конкурентного рынка труда – L_c и W_c .

15.7.4. Двусторонняя монополия на рынке труда

Крупные предприятия, с которыми профсоюзы договариваются о повышении заработной платы и улучшении условий труда, нередко являются единственными покупателями (нанимателями) рабочей силы. Ситуация, когда профсоюзу с большой рыночной властью противостоит одна фирма-работодатель, рассматривается как двусторонняя монополия (рис. 15.8).

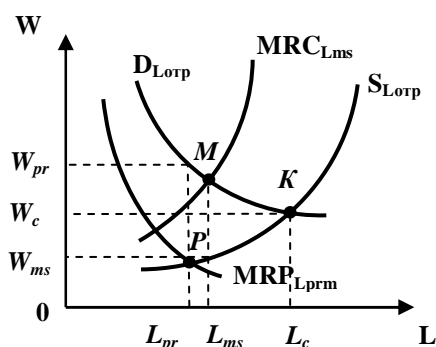


Рис. 15.8. Равновесие на рынке труда в условиях двусторонней монополии

Кривые $D_{Lотр}$ и $S_{Lотр}$ – графики отраслевого спроса и отраслевого предложения труда. Линии $MRP_{Lпр}$ и MRC_{Lms} – соответственно кривые предельной доходности труда для профсоюза и предельных издержек на труд для работодателя-монополиста. Точки K , P и M – точки равновесия для конкурентного рынка труда, профсоюза и фирмы-монополиста соответственно. Равновесные уровни занятости и заработной платы, устанавливаемые на рынке труда в условиях конкуренции, равны L_c и W_c соответственно, в условиях монопольной власти профсоюза – $L_{пр}$ и $W_{пр}$, в условиях монополии – L_{ms} и W_{ms} . Какая конкретно зарплата установится на рынке при двусторонней монополии, зависит от расстановки сил. Попадая в интервал $[W_{ms}; W_{пр}]$, цена труда, возможно, приблизится к конкурентному уровню.

Следует отметить, что в реальной жизни все действия профсоюза, направленные на повышение заработной платы, приводят к ограничению занятости. Возникновение и рост безработицы часто рассматривают как главный недостаток профсоюзного движения. Однако, учитывая активную и целенаправленную деятельность по защите прав наемных работников, роль профсоюзов признается, в целом, положительной, как с точки зрения работников, так и с позиций работодателей. В современном мире отношения между профсоюзами и фирмами-нанимателями можно расценить более как партнерские, нежели как противоборствующие.

15.8. Установление минимальной заработной платы

Установление минимальной заработной платы – еще один способ ценообразования на рынке труда, к которому прибегают и профсоюзы, и государственные органы с целью защиты интересов наемных работников. Со стороны государства установление минимальной заработной платы (минимального размера оплаты труда) – это важный инструмент социально-экономической политики, направленный в первую очередь на обеспечение достойного существования граждан. Однако, последствия установления минимальной зарплаты могут быть неоднозначными (рис. 15.9).

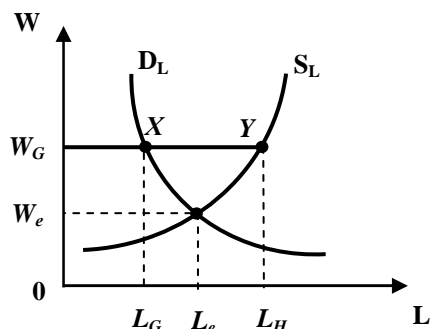


Рис. 15.9. Установление минимума заработной платы на рынке труда

Если на рынке труда со стандартными кривыми спроса и предложения D_L и S_L закрепить минимум оплаты труда W_G выше равновесного уровня W_e , то кривая предложения труда примет вид линии $W_G Y S_L$, т.е. станет абсолютно эластичной до точки Y . Точка пересечения кривых спроса и предложения $W_G Y S_L$ – точка X – указывает на количество рабочей силы L_G , которая будет нанята при зарплате W_G . В итоге, с одной стороны, численность занятых уменьшится с L_e до L_G , возникнет безработица (избыток рабочей силы), равная $(L_H - L_G)$, общественная эффективность функционирования данного рынка труда снизится. С другой стороны, оплата труда всех тех, кто сохранил работу, будет выше равновесного уровня, что вызовет рост их благосостояния.

На последствия установления минимума заработной платы сильное влияние оказывает эластичность спроса на труд и его предложения. Чем менее эластичным оказывается спрос, тем менее ощутимым становится изменение занятости; чем менее эластично предложение труда, тем меньше уровень возникающей безработицы. Учитывая, что низкоэластичные спрос и предложение характерны для высококвалифицированных кадров, можно сказать, что именно они выигрывают от установления минимума заработной платы. Проигрывают, главным образом, низкоквалифицированные рабочие – высококомобильная рабочая сила, согласная работать за зарплату с уровнем ниже минимального: сокращение уровня их занятости может быть намного значительнее по сравнению с другими работниками. В связи с этим государство, наряду с повышением минимального размера оплаты труда, разрабатывает различные программы по сохранению и развитию занятости и самозанятости населения.

С точки зрения работодателя, установление минимума оплаты труда также не вызывает оптимизма. Во-первых, удорожание рабочей силы приводит к снижению объемов выпуска товаров и необходимости увольнять «лишних» работников, во-вторых, увеличивается налоговое бремя в части отчислений по зарплате, что способствует развитию неформальной занятости.

В России минимальный размер оплаты труда (МРОТ) устанавливается законодательно, регулярно пересматривается и на 01.01.2015 г. составил 5965 рублей.

15.9. Дифференциация заработной платы

Классическое равновесие на рынке труда предполагает установление среднего по отрасли уровня заработной платы. Однако, в реальной жизни ставки заработной платы могут существенно различаться как по отраслям, так и внутри отраслей, между фирмами и отдель-

ными работниками. Все различия в заработной плате можно разделить на динамические и равновесные. *Динамические различия* связаны с различной экономической конъюнктурой, складывающейся в разных отраслях. Если в определенной отрасли наметился спад, то спрос на рабочую силу в ней уменьшается, ставки зарплаты падают, и трудовые ресурсы перетекают в отрасли с более благоприятной экономической конъюнктурой. Отрасли с невысоким спросом имеют более низкие ставки заработной платы, чем отрасли с высоким спросом и устойчивыми тенденциями развития.

Равновесные различия связаны с различиями в профессионально-квалификационном уровне индивидов-носителей рабочей силы, что отражается в степени образованности, наличии профессионального опыта и навыков, результативности и качестве работы и других характерных параметрах. Как правило, работники одинаковой квалификации имеют одинаковую заработную плату. В ряде случаев различия в заработной плате обусловлены особыми условиями труда, в частности, при работе, связанной с риском для жизни и здоровья или вредным окружением (например, в таких сферах деятельности, как строительство, химическое производство, армия, полиция, МЧС и т.п.). Дополнительные выплаты к средней заработной плате и/или различные льготы в таких отраслях частично компенсируют риски жизни и здоровью работников и потому называются *компенсационной заработной платой*.

15.10. Дискриминация на рынке труда

Если заработная плата работников одинаковой квалификации, занятых в равных условиях и имеющих равную производительность труда, различается, то имеет место дискриминация. *Дискриминация* (от лат. слова «*discriminatio*» – различение) – это неоправданное ограничение или лишение прав человека из-за присущих ему качеств и характеристик, не имеющих отношения к требованиям к выполняемой работе. К числу таких характеристик относятся расовая и национальная принадлежность, пол, исповедуемая религия, политические взгляды, семейное положение, социальное происхождение, наличие прописки, возраст и состояние здоровья (в пределах трудоспособности), сексуальная ориентация, а также такой устойчивый фактор современной дискриминации, как членство в профсоюзе.

При этом, дискриминацией не следует считать ограничения в отношении отдельных категорий работников, связанные с повышенными требованиями общественной безопасности и государственных интересов. Так, законодательством РФ установлены ограничения занятости некоторых категорий лиц, требующих особой заботы государства: беременные и кормящие женщины, подростки, инвалиды и т.п. Также определены некоторые ограничения при приеме на гражданскую службу по возрасту, состоянию здоровья и степени родства с руководителями или подчиненными работниками.

Поскольку большая часть людей реализует себя в трудовой деятельности и обеспечивает свои потребности посредством заработной платы, равный доступ к труду (рабочим местам) и равноценная оплата за него являются главными составляющими социально-экономической политики во всем мире. Недопустимость дискриминации в сфере труда закреплена Всеобщей декларацией прав человека (1948), Уставом ООН, Конвенцией МОТ № 111 «О дискриминации в области труда и занятий» (1958), Декларацией МОТ об основополагающих принципах и правах в сфере труда (1998) и многими другими международными документами. В России равенство прав и свобод людей гарантировано Конституцией, а статьями 3 и 132 Трудового Кодекса РФ прямо запрещена какая бы то ни было дискриминация в сфере труда и его оплаты. Трудовым кодексом предусмотрена ответственность работодателей за различные проявления дискриминации при найме на работу или при оплате труда работников.

В действительности же дискриминация в сфере труда является самой распространенной из всех видов дискриминаций и способна оказывать большое влияние на рынок. Если рынок продавцов рабочей силы конкурентный, то дискриминация будет наблюдаться в первую очередь в оплате труда, и заработная плата дискриминируемых рабочих будет снижать средний уровень заработной платы в отрасли, увеличивая прибыль фирм-работодателей. Если на рынке действует мощный профсоюз, то дискриминация будет наблюдаться, главным обра-

зом, при найме на работу. В этом случае работу получают только привилегированные лица, а дискриминируемые рабочие будут искать работу в других отраслях.

15.11. Неравенство доходов в обществе

Дифференциация заработной платы определяет неравенство формирования доходов в обществе, в том числе между отдельными субъектами, семьями и домохозяйствами, группами и классами общества. Неравенство формирования доходов ведет к неравномерному распределению собственности и, далее, к социальному неравенству и расслоению общества. Социальное неравенство провоцирует возникновение социальных конфликтов и открытое недовольство текущей экономической политикой страны.

Уровень дифференциации доходов является важным показателем эффективности экономического развития и социальной напряженности в обществе. Степень неравенства можно оценить различными способами, но, главным образом, используют кривую Лоренца, индекс Джини и коэффициенты фондов.

15.11.1. Кривая Лоренца

Кривая Лоренца – графическое изображение распределения доходов в обществе, предложенное американским экономистом Максом Отто Лоренцем (1876–1959) в 1905 году как способ определения неравенства в доходах населения. Для построения данной кривой по горизонтальной оси откладывается процент населения, по вертикальной оси – процент получаемых доходов нарастающим итогом. Доли (группы) населения располагаются, начиная от самых бедных до самых богатых (рис. 15.10).

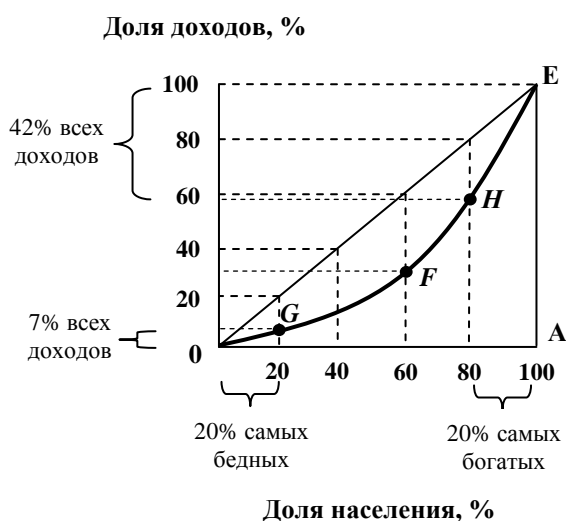


Рис. 15.10. Кривая Лоренца и определение доли доходов групп населения

Биссектриса OE , проведенная из начала координат, отражает линию абсолютного равенства (*линию равномерного распределения доходов*), каждая точка которой показывает, что определенная доля населения получает соответствующую долю общественного дохода. При наличии неравенства каждая доля населения получает меньшую нарастающую долю дохода, чем при равенстве, поэтому кривая Лоренца (*кривая фактического распределения доходов*) лежит ниже линии абсолютного равенства. Каждая точка кривой Лоренца показывает, сколько процентов доходов общества получает определенная доля населения. К примеру, в точке F 60% всего населения получает примерно 32% всех доходов. В целом же, линия OFE в проекциях точек G и H на ось доходов свидетельствует, что 20% наименее обеспеченных людей владеют 7% общих доходов, а 20% наиболее обеспеченных – 42%.

Вогнутость кривой Лоренца зависит от дифференциации доходов в обществе: чем глубже дифференциация, тем дальше располагается кривая от линии равенства. В случае абсо-

лютного неравенства, когда бесконечно малая доля населения получает бесконечно большую долю доходов, кривая Лоренца опускается до линии ОАЕ.

Уровень неравенства доходов не остается неизменным, он меняется в зависимости от политики перераспределения доходов. Так, налоговая система страны, трансферты, программы социального страхования и государственная помощь бедным слоям населения являются главными инструментами перераспределения доходов. Чем более прогрессивной является налоговая система, чем выше социальная нагрузка на крупный бизнес, тем меньше становится дифференциация доходов, и тем ближе кривая Лоренца к линии равенства.

15.11.2. Индекс Джини

Для определения уровня дифференциации доходов существует целый ряд показателей, но наиболее известным среди них является индекс Джини. *Индекс Джини* – коэффициент, характеризующий степень неравенства доходов населения и рассчитываемый как отклонение фактического распределения доходов от абсолютно равномерного. Индекс получил свое название в честь разработавшего его итальянского статистика и социолога Корrado Джини (1884–1965).

Графически индекс Джини можно рассчитать как отношение площади фигуры, ограниченной линией равенства и кривой Лоренца, к площади треугольника ОАЕ (рис. 15.11). Чем глубже неравенство, тем больше площадь заштрихованной фигуры и, соответственно, больше индекс Джини.

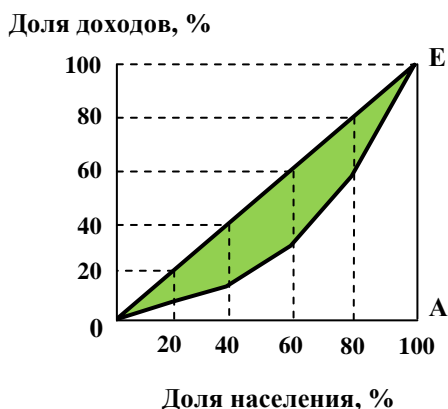


Рис. 15.11. Кривая Лоренца и расчет индекса Джини

Индекс Джини также можно рассчитать по формуле:

$$K_G = \sum p_i \cdot q_{i+1} - \sum p_{i+1} \cdot q_i \quad , \quad (15.17)$$

где p_i – доля населения с определенным уровнем дохода (предварительно ранжированная от самых бедных к самым богатым), исчисленная нарастающим итогом; q_i – доля i -й группы населения в общем объеме доходов, исчисленная нарастающим итогом.

Индекс Джини принимает значения от 0 до 1, где 0 – это значение показателя в условиях абсолютного равенства, 1 – в условиях абсолютного неравенства. Чем больше индекс отклоняется от нуля и приближается к единице, тем в большей степени доходы концентрируются у отдельных членов (групп) общества.

Как и всякому показателю, индексу Джини присущи недостатки и ограничения. Так, он не учитывает иные доходы, кроме денежных, не принимает во внимание источник дохода (трудовой или нетрудовой, активный или пассивный). Также существуют определенные трудности сбора статистических данных для его расчета. Но, несмотря на это, в мировой статистике индекс Джини активно используется для международных сопоставлений и более точной характеристики развития национальных экономик.

15.11.3. Коэффициенты фондов

Коэффициенты фондов характеризуют степень неравенства доходов путем сопоставления доходов (средних или суммарных) богатейших и беднейших слоев населения. Для их оп-

ределения, также, как и для построения кривой Лоренца, все население ранжируется по величине получаемого дохода и разбивается на равные по численности группы.

На практике чаще всего используются три коэффициента фондов – децильный, квинтильный и квартильный – в зависимости от того, на сколько групп делится население. *Децильный коэффициент* (от лат. слова «*deci*» – десятая часть) – это отношение доходов 10% богатейшего населения к доходам 10% беднейшего. *Квинтильный коэффициент* (от лат. «*quinta*» – пятая часть) равен отношению доходов 20% богатейших граждан к доходам 20% беднейших. При расчете *квартильного коэффициента* (от лат. «*quarta*» – четвертая часть) все население делится на четыре группы, и доходы 25% богатейших граждан соотносятся с доходами 25% беднейших.

В условиях абсолютного равенства каждая часть населения получает одинаковый доход, поэтому все коэффициенты фондов равны единице. В условиях неравенства коэффициенты фондов заведомо больше единицы, так как доходы богатейшего населения, стоящие в числителе коэффициента фондов, всегда выше доходов беднейшего, стоящих в знаменателе. При этом, децильный коэффициент больше квинтильного, так как средний доход 10% богатейших граждан больше среднего дохода 20% богатейших, а средний доход 10% беднейших граждан меньше среднего дохода 20% беднейших. Аналогичным образом можно доказать, что квинтильный коэффициент больше квартильного.

Основным недостатком коэффициентов фондов является их слабая чувствительность к изменениям доходов большинства граждан. Так, отдельно взятый коэффициент не изменит своего значения, если доходы граждан, не относящихся к двум крайним группам, изменятся в пределах от максимального дохода в беднейшей группе до минимального дохода в богатейшей группе.

15.12. Понятие человеческого капитала

Активное рассмотрение места и роли человека в процессе общественного производства на протяжении всей истории развития экономической мысли определило возникновение концепции человеческого капитала. Истоки формирования данной концепции уходят к трудам таких классиков, как У. Петти, А. Смит, К. Маркс и других ученых, определивших ведущую роль рабочей силы человека в развитии экономики. Само понятие «человеческий капитал» впервые употребил в 1961 году американский экономист Теодор Шульц (1902–1998), а его последователь Гари Беккер (1930–2014) развил эту идею, обосновав эффективность вложений в человеческий капитал и сформулировав экономический подход к человеческому поведению. За создание основ теории человеческого капитала этим ученым были присуждены Нобелевские премии по экономике: Т. Шульцу в 1979 году, Г. Беккеру в 1992 году. Впоследствии свой вклад в развитие данной теории внесли М. Блауг, Д. Минцер, Ф. Уэлч, Б. Чизвик и другие ученые. Таким образом, современная теория человеческого капитала впитала в себя достижения многих направлений экономической мысли: от классической теории и маржинализма до институционализма и неокейнсианства.

В современной науке *человеческий капитал* рассматривается как совокупность физических, умственных и деловых качеств людей, их знания, умения, навыки, используемые в процессе общественного производства и обеспечивающие получение дохода. Основными свойствами указанной совокупности качеств как особой разновидности капитала являются следующие:

- ◆ неотделимость от человека – владельца и носителя рабочей силы. Именно это и делает человеческий капитал *человеческим* по определению;
- ◆ способность приносить и увеличивать доход, что делает человеческий капитал именно *капиталом* как таковым;
- ◆ необходимость осуществления инвестиционных затрат для формирования и развития качеств, знаний, умений и навыков;
- ◆ способность накапливаться, развиваться, использоваться, а также изнашиваться и устаревать.

Естественно, что человеческий капитал имеет как схожие, так и отличительные черты по сравнению с физическим капиталом. Все отличия обусловлены наличием «человеческой» составляющей, в частности, необходимостью учета личностных, нравственных, культурных особенностей человека, его здоровья, интересов, пожеланий, стремлений и статусом (социальным, семейным, профессиональным и т.д.).

Особое место в теории человеческого капитала занимает категория *инвестиций в человеческий капитал*, рассматриваемая как совокупность затрат, необходимых для поддержания жизнедеятельности человека, воспроизводства и развития его качеств, знаний, умений и навыков, используемых в производстве. Вложения в человеческий капитал определяют качество и производительность труда, а от них зависит объем получаемых человеком доходов в долгосрочной перспективе.

На сегодняшний день инвестиции в человеческий капитал трактуются достаточно широко и предполагают затраты на охрану здоровья, получение образования и повышение квалификации, содействие поиску работы и занятости, усиление мотивации труда и формирование психологического климата, создание социально-производственной инфраструктуры, обеспечение географической и экономической мобильности рабочей силы и т.д. Актуальность теории человеческого капитала в настоящее время и пристальное внимание к сферам, связанным с сохранением и развитием личностного потенциала людей, связаны с беспрецедентным повышением роли человеческого фактора в экономическом развитии и прогрессе, движущегося в сторону создания постиндустриального, информационного общества.

Контрольные вопросы по теме 15

1. В чем заключаются существенные отличия рынка труда от других рынков факторов производства?
2. В чем заключается сущность заработной платы?
3. Какие существуют формы оплаты труда? В каких случаях фирмы используют повременную, а в каких случаях – сдельную заработную плату?
4. Какие показатели характеризуют эффективность использования ресурса труда?
5. Что означает установление равновесия на рынке труда?
6. Как будет меняться индивидуальное предложение труда по мере роста заработной платы? До каких пределов индивид будет увеличивать предложение труда?
7. В чем заключается сущность эффекта замещения и эффекта дохода на рынке труда?
8. Существует ли зависимость равновесных параметров рынка труда от состояния макроэкономической конъюнктуры?
9. Как повлияет на национальный рынок труда активный миграционный приток рабочей силы из-за рубежа?
10. Как влияет степень рыночной власти фирмы, которой она обладает на товарном рынке, на уровень занятости и заработную плату, устанавливаемых на рынке труда?
11. В каких условиях формируется монополия на рынке труда? Какой уровень оплаты труда установит фирма-монополист?
12. Каковы главные цели деятельности профсоюзов? Какими способами профсоюзы, действующие на конкурентном рынке труда, добиваются своих целей?
13. Как влияет на степень занятости и уровень заработной платы деятельность профсоюза с очень сильной рыночной властью?
14. Какой уровень оплаты труда установится на рынке, если фирме-монополисту будет противостоять сильный профсоюз?
15. Можно ли охарактеризовать отношения работодателей и профсоюзов на современном этапе как противоборствующие?
16. Какими показателями оценивается уровень дифференциации доходов в обществе?
17. Принимают ли современные государства меры по снижению дифференциации доходов населения?
18. Какую роль играет теория человеческого капитала в современной экономической науке?

Тема 16. РЫНОК КАПИТАЛА

- 16.1. Особенности капитала как фактора производства
- 16.2. Формы и виды капитала
- 16.3. Понятия инвестиций и инвестирования
- 16.4. Структура рынка капитала
- 16.5. Особенности рынка ссудного капитала. Краткосрочные инвестиции
- 16.6. Долгосрочные инвестиции. Методы принятия инвестиционных решений
- 16.7. Простые и сложные проценты
- 16.8. Особенности рынка капитальных благ
- 16.9. Особенности рынка услуг капитала
- 16.10. Износ основного капитала. Амортизация и ее способы
- 16.11. Источники инвестиций на предприятии

16.1. Особенности капитала как фактора производства

Капитал – один из главных факторов производства, представляющий собой запас созданных человеческим трудом ценностей, используемых в дальнейшем производстве товаров и услуг. Поскольку в современном производстве используется множество различных продуктов, вещей и ценностей, капитал является очень сложной и комплексной экономической категорией. Чаще всего капитал определяют как совокупность материальных, интеллектуальных и финансовых средств, создаваемых и используемых в хозяйственной деятельности с целью получения дохода (прибыли).

Как фактор производства капитал обладает рядом специфических свойств, а именно, он способен:

- ✳ благодаря своим физическим и/или экономическим свойствам вызывать изменение формы и состояния материи в процессе создания конкретного товара или услуги;
- ✳ приносить доход его владельцу;
- ✳ воспроизводиться, накапливаться, количественно и качественно меняться в своем развитии;
- ✳ изнашиваться и устаревать;
- ✳ менять свою стоимость;
- ✳ требовать инвестиций, т.е. затрат на его восстановление и прирост.

Наиболее важным общим признаком всех разнообразных предметов капитала является способность приносить доход. Однако, данная способность появляется только при условии вовлечения их в хозяйственную деятельность. Операции по размещению (вложению, инвестированию) средств в различные сферы хозяйствования (производственную, торговую, кредитную и т.д.) с целью получить доход, называются *активными*, а имущество и средства, размещенные таким образом, формируют *активы* хозяйствующих субъектов.

16.2. Формы и виды капитала

16.2.1. Основные формы капитала

Комплексность понятия капитала как фактора производства предполагает его широкую классификацию. По форме представления различают следующие формы капитала.

1. *Физический (материально-вещественный) капитал* – это имущество и вещи, созданные в процессе производства и используемые в дальнейшем производстве товаров и услуг. К физическому капиталу относятся станки, оборудование, здания, сооружения, транспорт, сырье, материалы, инструменты и т.д.

2. *Денежный капитал* – это капитал в виде денег, на которые приобретаются предметы физического капитала. Иными словами, это денежные средства, которые, будучи вложены (инвестированы) в какие-либо активы, приносят соответствующий доход.

3. *Интеллектуальный капитал* – особый вид капитала, представленный знаниями и результатами интеллектуального труда людей, которые вовлекаются в современное производство и выступают таким образом в качестве источника новой стоимости. Ценность продук-

тов интеллектуального труда находится в нематериальной сфере, хотя интеллектуальные активы и интеллектуальная собственность могут быть закреплены вполне обычными, материальными средствами. Знания как ресурс представлены, в основном, производственными и управленческими технологиями, различными методиками повышения эффективности функционирования предприятий.

Интеллектуальный капитал тесно связан с *человеческим капиталом*, однако, человеческий капитал включает в себя продукты не только интеллектуального труда, но и физического. Кроме того, интеллектуальный капитал – это накопленная и обособленная часть человеческого капитала, способная быть использованной в производстве сама по себе, вне труда человека.

По форме воплощения капитал разделяется на реальный и денежный. *Реальным*, или производительным, является капитал, непосредственно участвующий в производстве новой стоимости: это различные средства производства материального и нематериального характера (физический и интеллектуальный капитал). *Денежный капитал*, выраженный в деньгах, является первоначальной формой производительного капитала, создающей условия для соединения всех факторов производства в конкретном процессе труда.

16.2.2. Сферы концентрации капитала

По сфере концентрации традиционно выделяют такие формы капитала, как промышленный, торговый, банковский и финансовый. *Промышленным* является капитал, вложенный в производственную сферу экономики, включающую все производительные отрасли – индустрию, сельское хозяйство, сферу услуг, транспорт, добычу сырья и т.д. Движение промышленного капитала является непрерывным, так как обеспечивает постоянно возобновляющийся процесс производства. Кругооборот промышленного капитала включает три стадии (три формы): 1 – денежный капитал, когда на деньги приобретаются средства производства; 2 – производительный капитал, когда используются средства производства и создается продукт; 3 – товарный капитал, когда созданный продукт реализуется на рынке. Результатом функционирования промышленного капитала является создание новой (прибавочной) стоимости и, как следствие, получение прибыли владельцем капитала.

Торговый капитал опосредует торговые операции, т.е. обмен созданными в процессе производства стоимостями. Владелец торгового капитала получает доход в виде торговой наценки, т.е. разницы между закупочной и продажной ценой товара.

Банковский капитал функционирует в банковской сфере, обслуживая, главным образом, кредитные операции, и формирует банковскую прибыль. Основная часть банковской прибыли – это процентная маржа, т.е. разница между полученными по кредитам и уплаченными по вкладам процентами. В банках аккумулируется большая часть *ссудного капитала* – еще одной формы капитала, владельцами которого являются собственники временно свободных денежных средств, получающие доход в виде процента.

На основе взаимодействия и слияния промышленного, торгового и банковского капитала возникает *финансовый капитал*, крепко связывающий интересы как промышленных и торговых предприятий, так и банков, которые инвестируют свой капитал в деятельность этих предприятий. Финансовый капитал – высшая ступень развития отношений в сфере капитала, проявляющих себя на разных уровнях, в частности, на микроуровне (финансовый капитал предприятий), на макроуровне (финансовый капитал государства).

16.2.3. Виды капитала

На практике большое значение имеет классификация капитала по видам, так как от особенностей функционирования конкретных видов капитала зависит общее состояние предприятия. Выделяют различные виды капитала в зависимости от следующих критериев.

1. По источникам возникновения: собственный и заемный. *Собственный капитал* – общая стоимость средств предприятия, принадлежащих ему на праве собственности и используемых им в хозяйственной деятельности. Собственный капитал включает в себя уставный,

добавочный, резервный капитал, нераспределенную прибыль, а также безвозмездные поступления и правительственные субсидии. *Заемный капитал* – стоимость средств предприятия, привлеченных для финансирования развития предприятия на возвратной основе. Заемный капитал включает в себя средства, полученные по кредитам, займам, вексельным обязательствам, а также кредиторскую задолженность и лизинг.

2. По назначению: *производственный* (задействованный непосредственно в производстве товаров) и *непроизводственный* (задействованный в службах социального назначения).

3. По целям использования: *производительный*, *ссудный* и *спекулятивный*. *Производительный капитал* – это средства, вложенные в производство товаров и услуг. *Ссудный капитал* – это временно свободные денежные средства, предоставленные кому-либо в виде кредита или займа. *Спекулятивный капитал* – это денежные средства, используемые для спекулятивных финансовых операций с целью получения спекулятивного дохода, т.е. дохода от разницы между ценами товаров, курсами валют или ценных бумаг.

4. По организационно-правовым формам деятельности: *акционерный* (капитал предприятий, созданных в форме акционерных обществ), *паевой* (капитал хозяйственных обществ, кооперативов, хозяйственных объединений и совместных предприятий) и *индивидуальный* (капитал индивидуальных предприятий).

5. По характеру использования: *потребляемый* и *накапливаемый* (реинвестируемый). *Потребляемый капитал* теряет функции капитала после его распределения, в частности, после выплаты дивидендов, процентов, премий, материальной помощи и т.д. *Накапливаемый капитал* характеризует различные формы его прироста в процессе капитализации прибыли.

16.2.4. Основной и оборотный капитал

Существует еще один важный критерий классификации капитала: по объектам он делится на основной и оборотный. Объекты основного и оборотного капитала по-разному переносят стоимость на готовый продукт, имеют различные схемы оборота и восстановления. Активы предприятия в зависимости от объектов вложения средств делятся на внеоборотные и оборотные.

Основной капитал (основные фонды, основные средства) – это совокупность объектов капитала длительного пользования, стоимость которых переносится на готовый продукт по частям. *Внеоборотные активы* – это средства, вложенные в объекты длительного пользования. С учетом особенностей современного бухгалтерского учета, к внеоборотным активам относят:

- ☀ здания, сооружения, станки, оборудование, транспортные средства и т.д.;
- ☀ рабочий скот и многолетние насаждения в сельском хозяйстве;
- ☀ незавершенные вложения в основные средства и затраты на приобретение оборудования, которое еще не установлено;
- ☀ нематериальные активы: права пользования ресурсами, интеллектуальная собственность, торговые марки, товарные знаки, авторские права, лицензии и другое;
- ☀ долгосрочные финансовые вложения в виде займов, покупки ценных бумаг или долевого участия в других предприятиях.

Оборотный капитал (оборотные фонды, оборотные средства) – совокупность объектов капитала, стоимость которых переносится на готовый продукт сразу, в течение одного производственного цикла. *Оборотные активы* – это средства в обороте, к которым относят:

- производственные материалы и сырье;
- незавершенное производство и готовую продукцию на складах;
- дебиторскую задолженность;
- краткосрочные финансовые вложения;
- денежные средства.

Основные фонды составляют низколиквидное имущество предприятия, а оборотные фонды – средне- и высоколиквидное имущество.

Показатели эффективности работы основных и оборотных средств влияют на ликвидность, платежеспособность и рентабельность деятельности предприятия, поэтому имеют большое практическое значение. Основными показателями такого рода являются:

а) *фондоотдача* – объем (стоимость) продукции в расчете на единицу (рубль) основных средств:

$$\Phi_{отд (нат)} = \frac{\text{Объем продукции}}{\text{Количество основных средств}} \quad , \quad (16.1)$$

$$\Phi_{отд (ст)} = \frac{\text{Стоимость продукции}}{\text{Стоимость основных фондов}} \quad , \quad (16.2)$$

где $\Phi_{отд (нат)}$ – фондоотдача, выраженная в натуральных единицах измерения, а $\Phi_{отд (ст)}$ – в стоимостных. Фондоотдача является главным показателем производительности основного капитала. Чем выше значение фондоотдачи, тем больше производительность капитала.

б) *фондоемкость* – показатель, обратный фондоотдаче, отражающий потребность в основных средствах для производства единицы продукции:

$$\Phi_{емк (нат)} = \frac{\text{Количество основных средств}}{\text{Объем продукции}} \quad , \quad (16.3)$$

$$\Phi_{емк (ст)} = \frac{\text{Стоимость основных фондов}}{\text{Стоимость продукции}} \quad . \quad (16.4)$$

в) *материалоотдача* – количество продукции в расчете на единицу оборотных средств, и *материалоемкость* – потребность в оборотных средствах для производства единицы продукции:

$$M_{отд (ст)} = \frac{\text{Стоимость продукции}}{\text{Стоимость оборотных фондов}} \quad , \quad (16.5)$$

$$M_{емк (ст)} = \frac{\text{Стоимость оборотных фондов}}{\text{Стоимость продукции}} \quad , \quad (16.6)$$

г) *оборачиваемость оборотного капитала* (за период):

$$Об = \frac{\text{Выручка от реализации продукции}}{\text{Среднегодовой остаток оборотного капитала}} \quad . \quad (16.7)$$

В знаменателе показателя оборачиваемости может фигурировать не только общее (суммарное) значение оборотного капитала, но и отдельные его статьи, в зависимости от того, какие объекты капитала оказывают максимальное влияние на деятельность предприятия. Чем выше показатель оборачиваемости, тем быстрее возвращается в денежную форму каждый рубль, вложенный в оборотный капитал, что положительно сказывается на ликвидности и платежеспособности предприятия.

16.3. Понятия инвестиций и инвестирования

Инвестиции как экономическая категория неотделима от понятия капитала. *Инвестиции* – это денежные средства и другое имущество, имеющее стоимостную оценку, вкладываемые в хозяйственную деятельность с целью производства какого-либо товара или услуги и, соответственно, получения дохода (прибыли). *Инвестирование* – это процесс вложения средств и имущества в хозяйственную деятельность с целью получения дохода (прибыли).

По своей сути инвестиции представляют собой увеличение запаса имеющегося капитала. Рост инвестиций направлен на развитие и расширение хозяйственной деятельности и способствует экономическому подъему в целом. Вместе с тем, любые инвестиции сопряжены с рисками, поэтому на всех уровнях хозяйствования инвестиционным решениям уделяют большое внимание.

Иногда инвестиции сравнивают с кредитом, однако, между ними есть принципиальное отличие: сумму кредита вместе с процентами необходимо возвращать независимо от при-

быльности проекта, а инвестиции могут окупиться и принести доход только в случае получения прибыли. При возникновении убытков вложенные средства могут быть полностью или частично потеряны.

Как и капитал, инвестиции – очень широкая и комплексная экономическая категория, имеющая обширную классификацию. Так, по составу инвестиции могут быть валовыми и чистыми. *Валовые инвестиции* – это общее увеличение капитала, включающее в себя затраты на восстановление изношенного капитала (амортизационные отчисления), и затраты на создание новой стоимости (*чистые инвестиции*). По срокам вложения инвестиции бывают краткосрочными (до 1 года), среднесрочными (1-3 года), долгосрочными (свыше 3-х лет). По объектам инвестирования они подразделяются на инвестиции в основной капитал, оборотный капитал, нематериальные активы, ценные бумаги и т.д.

В международной практике различают прямые и портфельные инвестиции. *Прямые инвестиции* означают создание или покупку реального бизнеса с возможностью управлять им (так называемое активное владение бизнесом). *Портфельные инвестиции* – это вложения в ценные бумаги какого-либо предприятия (акции, облигации, векселя), не предусматривающие участия инвестора в управлении данным предприятием (пассивное владение бизнесом). В случае прямых инвестиций инвестор заинтересован в получении конкретного продукта и прибыли от его реализации, а в случае портфельных – в получении процентов или дивидендов по ценным бумагам.

16.4. Структура рынка капитала

Разнообразие форм капитала определяет особенности приобретения различных объектов капитала, их использования в хозяйственной деятельности и получения дохода. Например, одно и то же транспортное средство, потребительная стоимость которого состоит в том, чтобы перевозить грузы, может быть использовано разными способами. Во-первых, владелец может задействовать его в производстве товаров или услуг и получать прибыль. Во-вторых, средство можно продать, а вырученные деньги положить в банк и получать проценты. В-третьих, его можно сдать в аренду и получать рентный платеж. В первом случае речь идет о транспортном средстве как о капитальном благе, во втором – как о ссудном капитале, в третьем – как об объекте капитальных услуг.

В соответствии с этим выделяют три главных сегмента рынка капитала.

I. *Рынок ссудного капитала* – рынок, объектом которого являются временно свободные денежные средства, предоставляемые собственниками денег в ссуду и приносящие доход в виде процента.

II. *Рынок капитальных благ* – рынок, на котором покупаются и продаются объекты основного и оборотного капитала, непосредственно используемые в процессе производства – станки, оборудование, сырье, материалы и т.п.

III. *Рынок услуг капитала* – рынок, на котором собственники капитальных благ предоставляют эти блага в аренду хозяйствующим субъектам, получая рентную плату.

Функционирование указанных рынков подчиняется общим рыночным законам, однако, каждый из них весьма специфичен и требует отдельного рассмотрения.

16.5. Особенности рынка ссудного капитала. Краткосрочные инвестиции

В широком смысле *рынок ссудного капитала* – система финансово-экономических отношений, обеспечивающих движение (перераспределение) денежного капитала между хозяйствующими субъектами. Движение денежного капитала принимает форму *кредита*, под которым понимается система отношений по передаче денежных средств от их владельцев к субъектам, предполагающим их использование, на условиях платности, срочности и возвратности.

Субъектами рынка ссудного капитала выступают заемщики и кредиторы, а также их посредники. *Заемщиками*, т.е. лицами, предъявляющими спрос на деньги, могут быть предпри-

ятия и организации, нуждающиеся в пополнении основных и оборотных средств, домохозяйства, приобретающие потребительские товары длительного пользования, и государство, обеспечивающее свои нужды. *Кредиторы* – это лица, предлагающие свои временно свободные денежные средства в качестве ссуд. *Посредниками* на рынке ссудного капитала выступают различные кредитные учреждения, главным образом, банки, аккумулирующие свободные денежные средства населения и превращающие их в ссудный капитал.

16.5.1. Понятие ссудного процента

Принцип платности предоставления денежных средств в ссуду хозяйствующим субъектам предполагает наличие некоей платы владельцу денег за отказ от возможности альтернативного использования этих денег. Такой платой является ссудный процент. Для заемщика *ссудный процент* – это цена, уплачиваемая за использование денежных средств, для кредитора – это доход, полученный за предоставление денежных средств на определенное время. Ссудный процент выражается в проценте от суммы кредита за год, а в стоимостном исчислении представляет собой сумму денег, которую выплачивает заемщик сверх взятой суммы:

$$i = I / K, \quad I = K \cdot i, \quad (16.8)$$

где i – ставка ссудного процента, I – общая сумма процентов за год, или годовой доход кредитора, K – общая величина (сумма) кредита. В целом, заемщик выплачивает кредитору сумму кредита вместе с процентами:

$$D = K + I, \quad (16.9)$$

где D – общая сумма долга, K – капитальная часть долга, I – процентная часть долга.

Для того, чтобы выплатить кредит вместе с процентами, необходимо, чтобы получаемый заемщиком доход (прибыль) был не ниже суммы процентов, т.е. норма доходности (норма прибыли) должна быть больше ссудного процента. Таким образом, источником уплаты ссудного процента является добавочная стоимость, возникающая в процессе производительного использования ссудного капитала. Это не лишено смысла даже при потребительских кредитах: покупку дорогостоящих потребительских товаров, оплату образования, путешествий, лечения и т.д. можно рассматривать как вложения в человеческий капитал, способствующие развитию личности человека, реализации его трудового потенциала, а значит, и росту его доходов.

16.5.2. Номинальный и реальный процент

В зависимости от учета инфляционной составляющей ссудный процент может быть номинальным и реальным. *Номинальный процент* – ставка процента по текущему рыночному курсу, включающая в себя инфляцию. Рост инфляции влечет за собой соответствующее увеличение номинального процента. Согласно эффекту Ирвинга Фишера (1867 – 1947), американского ученого, изучавшего связь между инфляцией и процентом, рост ожидаемой инфляции на 1% вызывает увеличение номинальной ставки на 1%.

Реальный процент – ставка процента, очищенная от инфляции и показывающая темп прироста реального дохода (реальной покупательной способности денег) от кредитования. Реальная ставка процента рассчитывается как разница между номинальной ставкой и уровнем инфляции, однако, при высоких уровнях инфляции (свыше 10%) используется формула с поправкой на новый уровень цен $(1+i)$:

$$r = \frac{n-i}{1+i} \quad \text{или} \quad I + r = \frac{1+n}{1+i}, \quad (16.10)$$

где r и n – соответственно реальная и номинальная ставка процента, i – уровень инфляции.

Расчет реального и номинального процентов имеет большое значение при оценке инвестиционных решений, особенно в современной экономике с нестабильным уровнем цен. Какая конкретно реальная процентная ставка установится в определенный момент времени – зависит от взаимодействия спроса и предложения на конкретном рынке ссудного капитала.

16.5.3. Спрос и предложение на рынке ссудного капитала

Спрос на ссудный капитал – это величина (сумма) денежных средств, которую желают и могут взять в кредит хозяйствующие субъекты при каждой конкретной ставке ссудного процента. *Предложение ссудного капитала* – это величина (сумма) денежных средств, которую согласны предоставить займы владельцы этих средств при определенных ставках ссудного процента. Объем спроса и объем предложения ссудного капитала на графиках и в формулах часто отражаются с помощью буквы K или C (от англ. слова *capital* – капитал) и измеряются суммами денежных средств – тысячами долларов, миллионами рублей и т.д. Если денежные средства используются производительно, то понятия «спрос на ссудный капитал» и «предложение ссудного капитала» тождественны понятиям «спрос на инвестиции» и «предложение инвестиций», так как инвестиции – это прирост запаса капитала, используемого в хозяйственной деятельности с целью роста дохода (прибыли). Модель спроса и предложения на рынке ссудного капитала изображается в системе координат « K (количество единиц капитала, ден. ед.) – % (ссудный процент)».

Рассмотрим особенности формирования спроса и предложения на рынке ссудного капитала в условиях совершенной конкуренции, когда ни один из субъектов не может влиять на рыночную ставку ссудного процента.

Спрос на ссудный капитал

Пусть отдельная фирма осуществляет краткосрочные инвестиции, т.е. использует заемные денежные средства в текущей хозяйственной деятельности с целью получения прибыли. Тогда кривая спроса фирмы на ссудный капитал является частью кривой предельной доходности капитала (см. п. 14.3.1.). *Предельная доходность ссудного капитала* MRP_K (как и любого другого фактора производства) может быть рассчитана в денежном выражении путем произведения предельного продукта капитала MP_K и предельного дохода фирмы MR :

$$MRP_K = MP_K \cdot MR . \quad (16.11)$$

Однако, при оценке эффективности деятельности фирмы, осуществляющей краткосрочные инвестиции, используется аналог показателя предельной доходности – *предельная окупаемость инвестиций* (*предельная норма окупаемости, предельная норма отдачи*), рассчитываемая как отношение предельной прибыли к предельной величине инвестиций и выражаемая в процентах:

$$r = \frac{\text{Предельная прибыль с \%}}{\text{Предельные инвестиции}} \cdot 100\% , \quad (16.12)$$

где r – предельная окупаемость инвестиций, а предельная прибыль с % равна разности предельного дохода от инвестиций и предельных издержек инвестиций (за исключением издержек по процентам).

Предельная окупаемость инвестиций может быть больше или меньше рыночной ставки ссудного процента, и разница между ними характеризует предельную чистую окупаемость инвестиций r_{net} :

$$r_{net} = r - i = \frac{\text{Предельная прибыль без \%}}{\text{Предельные инвестиции}} \cdot 100\% , \quad (16.13)$$

где i – рыночная ставка процента, а предельная прибыль без % равна разности предельного дохода от инвестиций и предельных издержек инвестиций (включая издержки по процентам).

Согласно закону убывающей предельной отдачи фактора производства, с ростом объема инвестиций их предельная окупаемость уменьшается, и кривая предельной окупаемости, являющаяся кривой спроса фирмы на инвестиции, имеет отрицательный наклон (линия d_K на рис. 16.1, а). Сумма индивидуальных спросов отдельных фирм формирует общий рыночный спрос на инвестиции (кривая D_K на рис. 16.1, б).

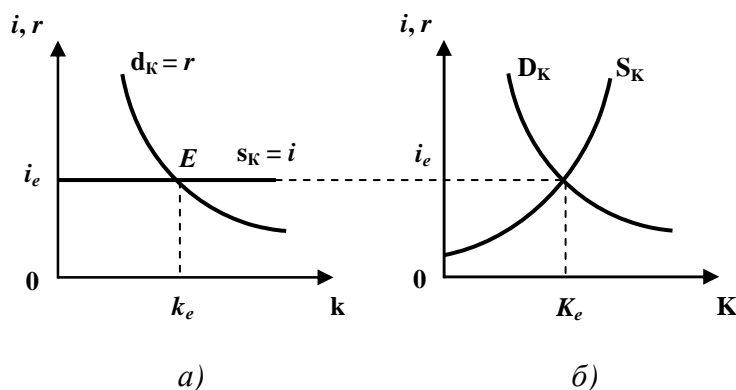


Рис. 16.1. Равновесие на конкурентном рынке ссудного капитала:
 а) равновесие фирмы-заемщика;
 б) рыночное равновесие

Отрицательный наклон кривой спроса на инвестиции отражает обратную связь между ставкой ссудного процента и объемом инвестиций: чем ниже процент, тем дешевле обходятся займы, и тем больше объем спроса фирм на заемные денежные средства.

Предложение ссудного капитала

Как известно из п. 14.5.1, график предложения ссудного капитала для отдельной фирмы-заемщика представляет собой горизонтальную линию, проведенную на уровне рыночной ставки ссудного процента (линия s_k на рис. 16.1, а), так как в условиях конкуренции любое количество капитала можно купить по одной и той же цене. Кривая же рыночного предложения будет иметь положительный наклон (линия S_k на рис. 16.1, б), отражая прямую связь между ставкой процента и объемом предложения ссудного капитала: чем выше процент, тем больше доход на единицу ссужаемого капитала, и тем больше объем предлагаемых денежных средств на рынке со стороны их владельцев.

16.5.4. Равновесие на рынке ссудного капитала в краткосрочном периоде

На рис. 16.1 отражены ситуации равновесия на рынке ссудного капитала, как для отдельной фирмы-заемщика, так и для рынка в целом. Как видно из рис. 16.1, а, равновесие фирмы-заемщика наступает в точке E – точке пересечения кривых спроса и предложения d_k и s_k , т.е. при условии $r = i_e$, а рыночными параметрами являются i_e и k_e . Площадь фигуры Oi_eEk_e отражает общие процентные расходы фирмы.

Рыночное равновесие определяется пересечением кривых рыночного спроса D_k и рыночного предложения S_k (рис. 16.1, б). Равновесие на рынке ссудного капитала означает, что все владельцы денежных средств, удовлетворенные ставкой процента i_e , ссужают свои средства, и все фирмы-заемщики, согласные платить процент i_e , получают доступ к инвестициям.

Определение оптимального объема заемных средств, позволяющего получить фирме-заемщику максимум прибыли, является ключевым аспектом принятия инвестиционных решений. Обобщая все изученное о равновесии фирмы, можно выделить *основные условия максимизации прибыли при краткосрочном инвестировании*:

- 1) равенство предельного дохода от инвестирования и предельных издержек инвестиций вместе с процентами: $MR_I = MC_I$;
- 2) равенство предельной окупаемости инвестиций и ставки ссудного процента: $r = i$;
- 3) предельная чистая окупаемость инвестиций равна нулю: $r_{net} = 0$.

Таким образом, если $MR_I > MC_I$, $r > i$, $r_{net} > 0$, то инвестиции выгодны, и фирме следует их наращивать, чтобы реализовать свой инвестиционный потенциал. Если $MR_I < MC_I$, $r < i$, $r_{net} < 0$, то инвестиции невыгодны, и фирме следует прекратить инвестировать во избежание убытков.

16.5.5. Факторы, влияющие на спрос и предложение ссудного капитала

Главным фактором, влияющим на объемы спроса и предложения на рынке ссудного капитала, является *ссудный процент*. Именно он определяет уровень дохода владельцев денежных средств и уровень издержек инвестиций для хозяйствующих субъектов. При этом,

если фирма берет кредит, т.е. использует заемные деньги, то формируются *прямые (внешние, бухгалтерские)* издержки, а если фирма инвестирует собственные средства, то на основе ссудного процента формируются *вмененные (неявные, внутренние)* издержки, характеризующие стоимость альтернативных вариантов вложения средств, например, в банковский депозит.

Существуют и другие – *неценовые* – факторы, воздействующие на спрос и предложение денег при неизменной ставке ссудного процента.

К основным *факторам спроса* на рынке ссудного капитала относятся:

- уровень деловой активности в стране (регионе, городе, т.д.) и состояние экономической конъюнктуры. Спрос на ссудный капитал увеличивается в период экономического роста и снижается во время спада;

- уровень развития технологий и производительность капитальных благ, в которые вкладываются денежные средства. Чем лучше технологии и выше производительность капитала, тем больше спрос на капитал;

- цены и спрос на готовые товары и услуги, производимые с помощью заемного капитала.

Основными *факторами предложения* являются следующие.

- Объем и динамика сбережений населения. Сбережения населения – основа для предложения ссудного капитала, так как они представляют собой временно свободные денежные средства, или накопления. Объем сбережений зависит, в свою очередь, от доходов населения. Как показывает практика, доход является важнейшим фактором формирования сбережений: его уровень и динамика оказывают большее влияние на объем накоплений, чем процентная ставка.

- Динамика развития реального сектора экономики. Наличие проектов развития реального бизнеса, благоприятные ожидания прибыли создают возможности для развития рынка ссудных капиталов и роста предложения денежных средств со стороны населения.

- Риски вложения средств. Чем выше риск возникновения убытков по инвестиционным проектам, тем больше вероятность неплатежей по кредитам и тем менее охотно владельцы денег ссужают свои средства.

- Уровень развития финансовой, в том числе банковской, инфраструктуры в стране (регионе, городе, т.д.). Чем выше уровень ее развития, тем эффективнее, быстрее и безопаснее происходит кругооборот ссудного капитала, тем большим доверием пользуются у населения кредитные институты. Это влечет за собой рост предложения денежных средств со стороны их владельцев.

- Налогообложение процентных доходов. В некоторых случаях процентные доходы облагаются налогом. В частности, в России под налогообложение попадают доходы по рублевым депозитам, если процентная ставка по депозиту превышает ставку рефинансирования, и валютные вклады, если процентная ставка по ним превышает 9%. Усиление налогового бремени может вызвать отток денежных средств со вкладов и депозитов и, соответственно, уменьшение предложения ссудного капитала.

Воздействие указанных факторов приводит к изменению спроса и предложения на рынке ссудного капитала. Соответственно, кривые спроса и предложения сдвигаются, смещая равновесие. Смещение равновесия, в свою очередь, приводит к изменению объема инвестируемого капитала в экономике.

16.5.6. Дифференциация процентных ставок

Рассматриваемое в теории равновесие на рынке ссудного капитала указывает на какую-либо одну – равновесную – ставку процента. Однако в банковской практике ставки процента существенно различаются в зависимости от видов и условий кредитования. Главными критериями дифференциации процентных ставок являются следующие.

- *Субъекты кредитования.* Банки, как правило, устанавливают разные ставки для физических и юридических лиц.

■ *Срок кредитования.* Обычно, чем больше срок предоставления средств, тем больше упущенных возможностей по размещению этих средств и выше степень неопределенности (риска), что увеличивает процентную ставку. Однако, бывают и обратные ситуации, когда банк, выдавая кредит, гарантирует себе стабильное поступление процентных доходов в течение долгого времени и снижает ставку для заемщика.

■ *Цели кредитования.* Цели потребительского кредитования обычно включают в себя покупку дорогостоящих товаров бытового назначения, автомобилей, недвижимости, оплату образования, медицинских услуг, туристических услуг и другое. Предприятия и организации могут взять кредиты на пополнение оборотных и основных средств, покупку или строительство жилой и нежилой недвижимости, капитальный ремонт и техническое перевооружение производства, расширение бизнеса, проведение научно-исследовательских работ, погашение задолженности перед иными кредиторами, осуществление сделок лизинга и другие цели. В зависимости от цели варьируются и процентные ставки, так как каждая цель ориентирует заемщика на конкретный рынок (или сегмент рынка) с определенной сложившейся конъюнктурой (например, авторынок, рынок коммерческой недвижимости или рынок оборудования) и в связи с этим предполагает соответствующую для данного рынка степень риска кредитования.

■ *Значимость и платежеспособность заемщика.* В ряде случаев при установлении процентной ставки банк исходит из значимости своих клиентов, их платежеспособности и кредитной истории. Как правило, VIP-персоны, а также хорошо зарекомендовавшие себя заемщики кредитуются под льготный (более низкий) процент.

16.6. Долгосрочные инвестиции. Методы принятия инвестиционных решений

16.6.1. Фактор времени и способы его учета

Зачастую, когда речь идет об инвестициях, имеют в виду долгосрочные капитальные вложения. Такие вложения, как инвестиции в основной капитал, расширение масштабов хозяйственной деятельности, научные разработки и т.п., как правило, происходят не одномоментно, а растянуты во времени – от одного до нескольких лет. Соответственно, отдача от инвестиций, т.е. способность инвестиционного проекта приносить прибыль, может быть сильно удалена во времени от момента осуществления затрат.

В связи с этим *фактор времени* обязательно учитывается при принятии инвестиционных решений. Существует два основных подхода к определению выгодности (эффективности) инвестиционного проекта с учетом фактора времени: 1) дисконтирование; 2) расчет внутренней нормы отдачи. В рамках данных подходов используется ряд ключевых экономических показателей, которые выступают критериями эффективности инвестиционных проектов.

16.6.2. Дисконтирование

Дисконтирование – метод соизмерения текущих расходов и будущих доходов путем приведения будущих денежных потоков к настоящему моменту времени. Дисконтирование широко применяется в экономической практике и предполагает сравнение выгоды, которую ожидается получить от инвестиций, с выгодой от альтернативных вариантов вложения средств, чаще всего, с доходами по банковскому вкладу.

Пусть i – годовая рыночная процентная ставка по банковскому вкладу, тогда 1 рубль в настоящем, умноженный на $(1 + i)$, в формуле 16.15 представляет собой 1 рубль *через год*. Через два года 1 рубль в настоящем будет стоить $1 \cdot (1 + i) \cdot (1 + i)$, или $1 \cdot (1 + i)^2$. Через три года он будет стоить $1 \cdot (1 + i) \cdot (1 + i) \cdot (1 + i)$, или $1 \cdot (1 + i)^3$ и т.д. Получается, что 1 рубль, который будет получен через год, сегодня стоит $1 / (1 + i)$; 1 рубль, полученный через два года, сегодня стоит $1 / (1 + i)^2$; через три года – $1 / (1 + i)^3$ и т.д.

Сегодняшняя стоимость будущих денежных средств называется *текущей дисконтированной (приведенной) стоимостью PDV* (от англ. слов *Present Discount Value*):

$$PDV = \frac{FV}{(1+i)^n}, \quad (16.14)$$

где FV (Future Value) – будущая стоимость, приводимая к сегодняшнему дню, n – количество лет. Если инвестиционный проект предполагает не отдельную сумму, а регулярный денежный поток, то PDV суммирует стоимости, дисконтированные в каждом периоде:

$$PDV = \sum_{t=1}^n \frac{FV}{(1+i)^t}. \quad (16.15)$$

Из формул 16.14. и 16.15. видно, что текущая стоимость будущих потоков напрямую зависит от процентной ставки и количества доходных периодов. Ставку процента i называют *нормой дисконта*, а множитель $1/(1+i)^n$ - *коэффициентом дисконтирования*. Чем выше норма дисконта, тем ниже текущая дисконтированная стоимость по инвестиционному проекту и выше доходность вложений в банк. Чем больше продолжительность периода ожидания прибыли n , т.е. периода потери альтернативного дохода, тем меньше текущая стоимость по проекту. Ценность будущих денег тем больше, чем быстрее они будут получены (возвращены) инвестором.

Значение PDV также зависит от величины и характера будущих поступлений. Если финансовый поток аннуитетный, т.е. платежи имеют одинаковую величину FV и выплачиваются через равные промежутки времени, то при бесконечном n формула PDV примет вид:

$$PDV = \frac{FV}{i}. \quad (16.16)$$

Если регулярные платежи растут с постоянным темпом прироста j , то при $j < i$ и бесконечном n текущая стоимость равна:

$$PDV = \frac{FV_1}{i-j}, \quad (16.17)$$

где FV_1 – величина первого платежа. Следует отметить, что формулы 16.15–16.17 являются разновидностями базовой формулы 16.14.

Для того, чтобы оценить выгодность инвестиций, текущую стоимость будущих доходов сравнивают с первоначальными затратами (капиталовложениями). Это делается с помощью показателя *чистой текущей стоимости* NPV (от англ. слов *Net Present Value*):

$$NPV = \frac{FV}{(1+i)^n} - C \quad \text{или} \quad NPV = \frac{PR_1}{(1+i)} + \frac{PR_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{PR_n}{(1+i)^n} - C, \quad (16.18)$$

где PR_1, PR_2, \dots, PR_n – величины прибыли, получаемые в 1-м, 2-м, ..., n -м годах, C – первоначальный объем инвестиций.

Если текущая стоимость будущих поступлений больше первоначальных затрат (т.е. $PDV > C$, а $NPV > 0$), то проект может быть признан выгодным, а если наоборот ($PDV < C$, а $NPV < 0$), то более выгодными являются вложения в банк или другие безрисковые активы. Эффективность инвестиционного проекта тем выше, чем больше его чистая текущая стоимость.

16.6.3. Внутренняя норма отдачи инвестиций

Если при первом подходе – дисконтировании – сравниваются абсолютные показатели инвестиционного проекта (текущая стоимость будущих поступлений с первоначальными вложениями), то при втором подходе сравниваются относительные показатели: внутренняя норма отдачи с процентной ставкой. *Внутренняя норма отдачи* IRR (от англ. слов *Internal Rate of Return*) характеризует предельную окупаемость инвестиций (см. п. 16.5.3), а рыночная ставка процента отражает, с одной стороны, уровень прямых издержек по инвестиционному проекту, с другой стороны, уровень вмененных издержек, т.е. уровень доходности, который мог бы быть получен при альтернативном размещении средств (как правило, в банковский

вклад). Инвестиции могут считаться эффективными, когда внутренняя норма отдачи не меньше ставки процента, поэтому *IRR* в долгосрочных инвестиционных проектах представляет собой норму дисконта, при которой чистая текущая стоимость равна нулю, т.е.:

$$\frac{FV}{(1+IRR)^n} = C. \quad (16.19)$$

Другими словами, внутренняя норма отдачи показывает максимальную ставку процента, на которую может согласиться фирма-инвестор для привлечения средств на рынке ссудного капитала. Из нескольких проектов выбирается проект с максимальным значением *IRR*, так как чем больше *IRR*, тем выше эффективность проекта.

16.6.4. Срок окупаемости инвестиций

Срок окупаемости инвестиций PP (от англ. слов *Payback Period*) – время, которое требуется для того, чтобы инвестиции обеспечили достаточные поступления денег для возмещения инвестиционных расходов. Иными словами, это время, необходимое для того, чтобы текущая стоимость потоков чистого дохода (прибыли) сравнялась с величиной инвестиций, а чистая текущая стоимость стала равной нулю:

$$PP = n, \text{ при котором } \sum_{t=1}^n \frac{FVt}{(1+i)^t} \geq C. \quad (16.20)$$

Срок окупаемости, наряду с показателями чистой текущей стоимости *NPV* и внутренней нормой отдачи *IRR*, является одним из важных критериев оценки эффективности инвестиций.

16.7. Простые и сложные проценты

Особенности начисления процентов на предоставленный займы денежный капитал непосредственно влияют на размер получаемого дохода. Расчет дисконтированной стоимости в п. 16.6 был основан на методе сложных процентов. С экономической точки зрения метод сложных процентов является более обоснованным, так как он выражает возможность непрерывного реинвестирования (повторного вложения) денежных средств. Тем не менее, при краткосрочных финансовых операциях достаточно часто используют метод простых процентов.

Простые проценты – это проценты, начисленные на исходную сумму инвестированного капитала *PV*. Размер накопленного капитала *FV_{np}* через *n* лет будет равен:

$$FV_{np} = PV \cdot (1 + i \cdot n). \quad (16.21)$$

Сложные проценты – это проценты, начисленные на сумму, включающую как начальный капитал *PV*, так и начисленные и не востребованные ранее проценты. В этом случае накопленный за *n* лет капитал будет составлять:

$$FV_{cl} = PV \cdot (1 + i)^n. \quad (16.22)$$

Если срок инвестиций менее года, тогда вместо *n* в формулах 16.21. и 16.22. будет фигурировать отношение фактического количества дней инвестирования к общему количеству дней в году.

Из формул 16.21 и 16.22 можно сделать следующие выводы:

- 1) если капитал инвестируется на срок менее года, то сумма, накопленная по методу простых процентов, больше, чем сумма, накопленная по методу сложных процентов;
- 2) если капитал инвестируется на один год, то суммы, накопленные по методу простых и сложных процентов, равны;
- 3) если капитал инвестируется на срок более года, то сумма, накопленная по методу простых процентов, меньше, чем сумма, накопленная по методу сложных процентов.

Данными выводами руководствуются кредиторы, когда определяют метод начисления процентов. Так, простые проценты чаще применяются при краткосрочных операциях (до го-

да) с однократным начислением процентов. Следует отметить, что к краткосрочным можно отнести операции по погашению долгосрочных кредитов, осуществляемому, к примеру, раз в месяц. Поэтому в российских банках для начисления процентов по кредитам используют метод простых процентов.

Сложные проценты активно используются при долгосрочных операциях (свыше года) и предполагают капитализацию процентов. *Капитализация* – регулярное причисление процентов к основной сумме капитала. Капитализация может осуществляться как раз в год, так и несколько раз в год: раз в месяц, квартал и т.д. В случае внутригодовой капитализации величина капитала вместе с причисленными процентами через n лет будет составлять:

$$FV = PV (1 + i / m)^{nm}, \quad (16.23)$$

где m – количество внутригодовых начислений. При одинаковых изначальных параметрах инвестиций (сумме вложенного капитала PV , сроке вложения n и процентной ставке i) накопленная сумма будет больше в случае внутригодового начисления процентов, чем в случае их начисления раз в год. Чем чаще происходит капитализация, тем больше приращение капитала.

16.8. Особенности рынка капиталных благ

Капитальные блага – это товары, используемые в производстве других товаров и услуг. Еще их называют инвестиционными товарами. К капиталным благам можно отнести производственные фонды, т.е. все объекты физического капитала, как основного, так и оборотного: здания, сооружения, станки, оборудование, инструменты, сырье, материалы и другие блага, имеющие вещную форму.

В широком смысле *рынок капиталных благ* – система экономических отношений, обеспечивающих переход прав собственности на капиталные блага между хозяйствующими субъектами. В узком смысле рынок капиталных благ можно представить как совокупность конкретных сделок по купле-продаже инвестиционных товаров. Субъектами данного рынка выступают продавцы и покупатели капиталных благ, а также их посредники. Продавцы осуществляют предложение, а покупатели предъявляют спрос на капиталные блага, выраженные в их натуральной потребительной стоимости. Покупателями инвестиционных товаров являются предприятия, непосредственно осуществляющие производственную деятельность с использованием приобретаемых благ, а продавцами могут быть фирмы-изготовители оборудования, предприятия-застройщики, а также отдельные домохозяйства.

Как и на любых других рынках, спрос и предложение на рынке капиталных благ формируются в зависимости от цен этих благ. Равновесные параметры определяются посредством рыночного механизма на основе взаимодействия спроса и предложения. При этом, уровень цен и реализуемое количество конкретного инвестиционного товара зависит от типа структуры рынка данного товара.

16.9. Особенности рынка услуг капитала

В широком смысле *рынок услуг капитала* – это система экономических отношений, обеспечивающих передачу прав пользования капиталными благами от владельцев этих благ другим хозяйствующим субъектам, желающим воспользоваться этими благами в производственном процессе. Рынок услуг капитала опосредует взаимоотношения между собственниками и арендаторами, т.е. *отношения аренды*.

Следует отметить, что объектом данного рынка являются услуги капитала, а не сами капиталные блага, которые производят услуги. В аренду сдаются (берутся), как правило, дорогостоящие средства длительного пользования, т.е. объекты основного капитала. В связи с этим, говоря о ценообразовании на данном рынке, нужно различать *капитальную цену* (цену станка, здания, транспортного средства, т.п.) и *цену услуг капитала* (плату за использование станка, здания или транспортного средства в единицу времени), которая называется *рент-*

ным платежом. Рентный платеж является частью арендной платы, в которую, помимо капитальной ренты, входят амортизационные отчисления и расходы на текущее обслуживание объекта капитала.

Спрос на рынке капитальных услуг – это количество услуг капитала (единиц техники или число машино-часов работы), которое арендаторы согласны приобрести путем заключения договора аренды при определенных ставках рентного платежа. Предложение капитальных услуг – это количество услуг капитала, которое собственники согласны реализовать путем заключения договора аренды при определенных ставках рентного платежа. Спрос, предложение, а также равновесие на рынке услуг капитала формируются в соответствии с общим механизмом ценообразования на факторных рынках (см. тему 14), однако, в построении кривой предложения со стороны собственника капитального блага наблюдаются некоторые особенности, обусловленные спецификой капитального блага как ресурса.

Как известно из п. 11.4.5, кривая предложения конкурентной фирмы является частью кривой предельных издержек. Поскольку сдаваемое в аренду капитальное благо (например, оборудование) имеет свойство изнашиваться и постепенно терять свою стоимость, предельные издержки сдачи оборудования в аренду включают в себя амортизацию, т.е. затраты на восстановление капитала, и расходы на текущее обслуживание. При постоянных амортизационных отчислениях и текущих расходах по обслуживанию предельные издержки сдачи в аренду являются постоянными, и график предложения услуг капитала представлен горизонтальной линией (рис. 16.2). Когда фирма сдаст все имеющееся у нее оборудование, график примет вид вертикальной линии S_c , так как фирма не в состоянии мгновенно увеличить свои производственные мощности, ведь это требует времени и инвестиционных расходов. Как бы не изменялась ставка рентного платежа R , предложение услуг капитала в краткосрочном периоде будет ограничено его максимальным количеством C_{max} (рис. 16.2, а).

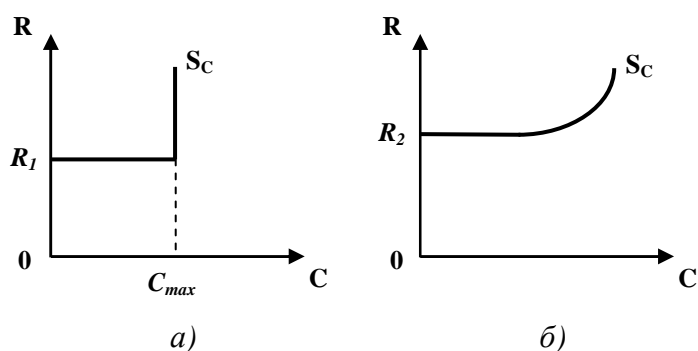


Рис. 16.2. Кривая предложения фирмы-собственника на рынке услуг капитала:
 а) в краткосрочном периоде;
 б) в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде фирма за счет дополнительных капиталовложений может расширить масштабы своего парка оборудования. В этом случае предельные издержки сдачи оборудования в аренду будут включать в себя не только амортизацию и расходы на текущее обслуживание, но и вмененные издержки инвестиций, представляющие собой доход, который мог бы быть получен фирмой при альтернативном вложении средств. Соответственно, ставка рентного платежа увеличится на величину предельных вмененных издержек: с R_1 до R_2 . Возможности расширения производственных мощностей фирмы-собственника и увеличения количества сдаваемого в аренду оборудования в долгосрочной перспективе при росте ставки рентного платежа отражены восходящей кривой предложения услуг капитала (рис. 16.2, б).

16.10. Износ основного капитала. Амортизация

16.10.1. Физический износ

Объекты основного капитала многократно используются в процессе производства, поэтому имеют свойство постепенно изнашиваться, т.е. терять свои потребительские свойства и, соответственно, свою стоимость. Физический износ – утрата объектом основного капитала своих первоначальных производственно-технических качеств в процессе его использования.

Если производственно-технические качества теряются в результате эксплуатации основного средства, то говорят о физическом износе первого рода, а если эти качества ухудшаются в результате внешних неблагоприятных воздействий, то говорят о физическом износе второго рода. Таким образом, степень физического износа основного средства зависит как от интенсивности его эксплуатации, так и от уровня агрессивности окружающей его среды, качества текущего обслуживания, квалификации обслуживающего персонала и т.д.

Поскольку физический износ уменьшает производительность труда и увеличивает ресурсоемкость производства, то, во избежание потери доходов и прибыли предприятия, физический износ подлежит оценке и учету, а само основное средство – восстановлению или замене. Оценить физический износ можно по техническому состоянию, по срокам службы и объему произведенной продукции в сравнении с нормативными значениями, в частности:

$$K_{\phi u} = \frac{T_{\phi} \cdot Q_{\phi}}{T_n \cdot Q_n}, \quad (16.24)$$

где $K_{\phi u}$ – коэффициент физического износа, T_{ϕ} и T_n – соответственно фактический и нормативный сроки службы основного средства, Q_{ϕ} – средний фактический объем выпуска продукции за единицу срока службы, Q_n – нормативная производительность за единицу срока службы.

По масштабам физический износ может быть полным или частичным. *Полный износ* предполагает замену изношенного основного средства новым. *Частичный износ* может быть возмещен путем ремонта и восстановлением каких-либо частей (деталей).

16.10.2. Моральный износ

Наряду с физическим износом основной капитал подвергается моральному износу. *Моральный износ* – это снижение стоимости объекта основного капитала вследствие удешевления его производства и/или появления более совершенной техники. Моральный износ является результатом научно-технического прогресса в обществе и проявляется в обесценении имеющегося основного капитала и финансовым потерям на этой основе.

Моральный износ может быть двух видов, на основе которых определяется его степень. *Первый вид морального износа* предполагает удешевление производства существующих моделей основных средств. Тогда степень износа определяется по формуле:

$$K_{m1} = \frac{O_{\phi n} - O_{\phi b}}{O_{\phi n}}, \quad (16.25)$$

где K_{m1} – коэффициент морального износа первого вида, $O_{\phi n}$ – первоначальная стоимость основного средства, $O_{\phi b}$ – восстановительная стоимость (стоимость с учетом сегодняшних затрат на производство основного средства).

Второй вид морального износа связан с появлением более совершенных моделей основного капитала и проявляется в уменьшении производительности имеющихся основных средств по сравнению с появившимися аналогами. Дальнейшее использование устаревших моделей снижает конкурентоспособность предприятия, а их замена или изъятие до окончания срока службы приводит к потере недоамортизированной стоимости. Степень морального износа второго вида определяется по формуле:

$$K_{m2} = \frac{П_n - П_c}{П_n} \quad \text{или} \quad K_{m2} = \frac{З_n - З_c}{З_n}, \quad (16.26)$$

где K_{m2} – коэффициент морального износа второго вида, $П_n$ и $П_c$ – производительность работы нового и устаревшего оборудования соответственно, $З_n$ и $З_c$ – производственные затраты на новом и устаревшем оборудовании соответственно.

Моральный износ первого вида может быть устранен переоценкой основных средств, а второй – их модернизацией. Если основное средство после модернизации еще может быть эффективно использовано, то говорят о его *частичном моральном износе*. Если его дальней-

шая эксплуатация в любых условиях приводит к производственным и финансовым потерям, то речь идет о *полном моральном износе*.

16.10.3. Экономический (внешний) и социальный износ

Экономический (внешний) износ – это уменьшение стоимости основного капитала вследствие негативного воздействия внешних факторов, таких как: колебания экономической конъюнктуры, снижение потребительского и/или инвестиционного спроса в стране (регионе, городе и т.д.), ухудшение рыночной инфраструктуры, усиление налогового бремени, а также политическая нестабильность или экологический кризис. Указанные факторы объективно обесценивают имущественные активы фирм и домохозяйств в независимости от степени их физического и морального износа и приводят к снижению уровня деловой активности хозяйствующих субъектов.

Оценить уровень экономического износа можно, рассчитав потери в арендной плате, получаемой до и после воздействия внешних факторов, или сравнив продажные цены капитальных благ.

Социальный износ – это снижение стоимости объекта основного капитала вследствие ужесточения социальных нормативов, которым он должен соответствовать. Например, рост требований к очистке сточных вод или выбросов в атмосферу, к организации труда и его безопасности может заставить заменить вполне работоспособное и эффективное, но не соответствующее социальным нормам оборудование.

16.10.4. Амортизация и ее способы

Вследствие износа все объекты основного капитала подлежат восстановлению. Источником покрытия затрат на восстановление основных средств является амортизация.

Амортизация – постепенный перенос стоимости основных средств на производимую продукцию. Посредством такого переноса часть стоимости основного капитала включается в себестоимость продукции, а после ее реализации оседает на предприятии и накапливается в виде амортизационного фонда. Из средств амортизационного фонда происходит обновление основного капитала.

Какую именно часть своей стоимости основное средство ежегодно переносит на готовую продукцию, зависит от срока полезного использования основного средства и способа амортизации. *Срок полезного использования* – это период, в течение которого использование объекта основного капитала приносит фирме доход (прибыль). Срок полезного использования T устанавливается фирмой и определяет норму амортизации H_a , т.е. годовой процент возмещения стоимости основных средств:

$$H_a = \frac{1}{T} \cdot 100\% \quad . \quad (16.27)$$

Способ амортизации – порядок начисления амортизации в соответствии с требованиями бухгалтерского и налогового учета. В России разрешены четыре способа амортизации:

- 1) линейный способ (в том числе ускоренный);
- 2) способ уменьшаемого остатка;
- 3) способ списания стоимости по сумме чисел лет полезного использования;
- 4) способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

Самым распространенным является *линейный способ*, при котором каждый год амортизируется одинаковая часть стоимости основного средства. При этом, сумма ежегодных амортизационных отчислений AO рассчитывается по формуле:

$$AO = C_n \cdot H_a, \quad (16.28)$$

где C_n – первоначальная стоимость основного средства. Если амортизируемое имущество подвергается риску морального износа, то фирмы могут применять ускоренный способ

амортизации, увеличивая норму амортизации в k раз, чтобы ускорить процесс обновления основных средств:

$$AO = C_n \cdot k \cdot H_a, \quad (16.28)$$

где k – коэффициент ускорения амортизации.

Способ уменьшаемого остатка определяет годовую сумму амортизационных отчислений, исходя из остаточной стоимости основного средства на начало отчетного года:

$$AO = C_{ост} \cdot H_a, \quad (16.30)$$

где $C_{ост}$ – разница между первоначальной и уже самортизированной (перенесенной и накопленной) стоимости основного средства.

Способ амортизации по сумме чисел лет срока полезного использования определяет годовую сумму амортизации следующим образом:

$$AO = C_n \cdot \frac{T_{ост}}{T \cdot (T+1)/2}, \quad (16.31)$$

где C_n – первоначальная стоимость основного средства, T – срок полезного использования, $T_{ост}$ – количество лет, оставшихся до окончания срока полезного использования. Выражение $T \cdot (T+1)/2$ представляет собой сумму чисел лет срока использования: $1 + 2 + \dots + T$.

Способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ) основан на использовании натуральных показателей объема продукции (работ):

$$AO = \frac{C_n}{Q_{пл}} \cdot Q_{отч}, \quad (16.32)$$

где C_n – первоначальная стоимость основного средства, $Q_{пл}$ – предполагаемый объем выпуска продукции за весь срок полезного использования, $Q_{отч}$ – фактический объем продукции, произведенный за отчетный год. Соотношение $C_n/Q_{пл}$ отражает амортизацию на единицу продукции.

Каждый из указанных способов имеет свои преимущества, и каждое предприятие выбирает способ, исходя из особенностей своей хозяйственной деятельности. Так, линейный метод самый простой, используется там, где время является главным фактором, ограничивающим срок службы основного капитала. Способ уменьшаемого остатка и способ по сумме чисел лет срока использования позволяют возместить основную часть стоимости в первые же годы использования основного капитала. Списание стоимости пропорционально объему продукции (работ) используется там, где износ основных средств напрямую связан с частотой их использования, главным образом, на добывающих предприятиях и предприятиях автотранспорта.

В течение года амортизация начисляется ежемесячно в размере 1/12 от рассчитанной годовой суммы, отдельно по каждому объекту амортизируемого имущества.

16.11. Источники инвестиций на предприятии

В условиях современной рыночной экономики инвестирование – процесс дорогостоящий и рискованный. В связи с этим очень важным аспектом деятельности фирмы является формирование инвестиционной базы, т.е. источников инвестиций. Существует целый ряд возможностей финансирования развития предприятия, однако, использование каждого источника имеет свою «цену», поэтому для того, чтобы инвестиции действительно стали основой для роста и развития, а не легли тяжелым бременем на финансовую жизнь фирмы, необходимо тщательно подойти к выбору источников инвестиций, а также к их сочетанию.

Общий перечень источников и их базовая классификация приведены на рис. 16.3. По способу привлечения источники делятся на *внутренние*, основанные на самофинансировании, и на *внешние*, предполагающие получение средств от других хозяйствующих субъектов на определенных условиях. Внутренние источники представлены собственными средствами

предприятий, а внешние – привлеченными и заемными. *Привлеченные средства* – средства, предоставленные на постоянной основе и которые могут не возвращаться владельцам, однако, по ним может осуществляться выплата дохода в виде части прибыли, дивидендов, а также может предоставляться возможность участия в управлении предприятием. *Заемные средства* – средства, полученные от других лиц на определенный срок и подлежащие возврату с уплатой за их использование. Средства из собственных и привлеченных формируют собственный капитал предприятия, и вместе с заемными средствами составляют общий инвестируемый капитал.



Рис. 16.3. Основные источники инвестиций на предприятии

Каждый из способов инвестирования имеет свои преимущества и недостатки, основные из которых представлены в табл. 16.1.

Таблица 16.1

Основные преимущества и недостатки источников инвестиций

	Источники инвестиций		
	Собственные	Привлеченные	Заемные
1	2	3	4
Преимущества	1) отсутствие рисков невыполнения обязательств; 2) высокая финансовая устойчивость инвестирования.	1) отсутствие необходимости возвращать капитал, т.к. инвесторы действуют на свой страх и риск, и, соответственно, отсутствие рисков невыполнения обязательств; 2) возможности существенного прироста капитала.	1) быстрота получения средств; 2) возможности существенного прироста капитала; 3) в сочетании с собственными средствами – возможность полного использования инвестиционного потенциала фирмы; 4) сохранение контроля над управлением фирмой.

1	2	3	4
Недостатки	1) ограничение темпов развития; 2) недоиспользование финансового потенциала предприятия.	1) риск потери контроля над управлением фирмой; 2) снижение доходности в расчете на одного собственника.	1) риск невыполнения обязательств перед кредитором; 2) срочность и возвратность инвестируемых средств; 3) платность использования капитала (высокий банковский процент).

При принятии инвестиционных решений следует принимать во внимание как преимущества того или иного способа финансирования, так и его недостатки. Обычно главными критериями при выборе источников инвестиций служат следующие:

- стоимость привлекаемого капитала (прямые и вмененные издержки привлечения средств, процент по кредиту и т.д.);
- эффективность инвестиционного проекта (внутренняя норма отдачи);
- риск использования того или иного источника инвестиций;
- соотношение собственного и заемного капиталов, определяющего, с одной стороны, возможности использования инвестиционного потенциала, с другой стороны, возможные риски и уровень финансовой независимости фирмы.

Контрольные вопросы по теме 16

1. Какими специфическими чертами обладает капитал как ресурс?
2. Какую роль в экономике играет реальный капитал, а какую – денежный?
3. Чем отличаются основной и оборотный капитал?
4. Какая организационная форма предпринимательства в состоянии привлечь значительный по своим размерам финансовый капитал?
5. Что включают в себя внеоборотные и оборотные активы фирмы?
6. Какие существуют показатели эффективности использования капитала? Какие методы расчета положены в их основу?
7. В чем принципиальное различие между инвестициями и капиталом?
8. Что является объектами рынка ссудного капитала, рынка капитальных благ и рынка услуг капитала? Чем обусловлена разница между данными капитальными рынками?
9. С какой целью рассчитывается реальный ссудный процент?
10. При каких условиях устанавливается равновесие для фирмы-заемщика, привлекающей ресурсы на рынке ссудного капитала?
11. Какие факторы воздействуют на спрос и предложение ссудного капитала?
12. Что такое метод дисконтирования и для чего он используется при принятии инвестиционных решений?
13. При каких условиях инвестиции могут считаться эффективными?
14. Какой вид имеет кривая предложения фирмы-собственника на рынке услуг капитала?
15. Какие существуют виды износа основных средств и что является источником покрытия затрат на их восстановление?
16. Назовите внутренние и внешние источники инвестиций фирмы. В чем состоят преимущества и недостатки использования заемных средств?

Тема 17. РЫНОК ЗЕМЛИ

- 17.1. Понятие рынка земли. Особенности земли как фактора производства
- 17.2. Предложение земли
- 17.3. Спрос на землю и факторы, его определяющие
- 17.4. Рынок услуг земли. Земельная рента
- 17.5. Арендная плата за пользование землей
- 17.6. Цена земли

17.1. Понятие рынка земли. Особенности земли как фактора производства

В широком смысле под ресурсом «земля» в экономической теории понимается совокупность всех естественных ресурсов, которые могут быть задействованы человеком в общественном производстве: полезные ископаемые, почвы, воды и т.д. В узком смысле земля как экономический ресурс представляет собой поверхность почвы, которая может быть использована для сельскохозяйственного производства либо для строительства зданий и сооружений.

В микроэкономическом анализе используется узкое понятие земли. В соответствии с ним рынок земли – это система экономических отношений, опосредующих куплю-продажу участков земли.

Земля является достаточно специфичным фактором производства. Ее основные особенности состоят в следующем.

1. Земля – абсолютно немобильный фактор в физическом плане и относительно мобильный в экономическом плане. Участок земли невозможно передвинуть, его площадь нельзя сократить или увеличить. В то же время его можно использовать в альтернативных видах деятельности – сельскохозяйственном производстве или для различного рода строительства.

2. Срок службы земли бесконечен, участок земли как территория не подлежит износу, поэтому он не подвержен амортизации. Здесь следует отметить, однако, что износу подлежат те капитальные объекты, которые построены на данном участке, а также используемые слои почвы.

3. Количество земли является постоянным и не зависит от цены, поэтому цена на землю определяется спросом на нее (на ее отдельные участки).

Особенностями земли как фактора производства определяется и специфика самого рынка земли. Главными субъектами данного рынка являются *землевладельцы*, владеющие землей на правах собственности и распоряжающиеся ею по своему усмотрению, и *землепользователи*, которые пользуются землей как фактором производства в соответствии с законом и условиями договора с землевладельцами. В самых простых случаях один и тот же субъект может выступать и землевладельцем, и землепользователем, если он непосредственно использует свою землю в производственной деятельности и получает от этого прибыль. В других случаях землевладелец может отдать участок земли в аренду землепользователю и получать доход в виде ренты. Возможен и третий вариант отношений между субъектами рынка: землевладелец может продать участок земли и получить за него сумму, соответствующую цене земли.

Существуют и другие участники рынка земли, в частности, посредники, осуществляющие заключение сделок, а также контролирующие органы. Регулирующие и контролирующие органы посредством формирования условий осуществления сделок с землей могут воздействовать на рынок, главным образом, на спрос.

17.2. Предложение земли

Предложение земли – это такое количество земли, которое может быть предложено на рынок землевладельцами. Объем предложения земли измеряется единицами ее площади, например, акрами, гектарами, квадратными километрами и т.д. Как было сказано выше, земля – абсолютно немобильный фактор, и ее количество постоянно, поэтому предложение земли характеризуется как абсолютно неэластичное, т.е. не реагирующее на изменение цен. Графически такое предложение представляется вертикальной линией S_T , где буква Т означает ресурс земли (от лат. слова *terra* – почва, земля) (рис. 17.1).

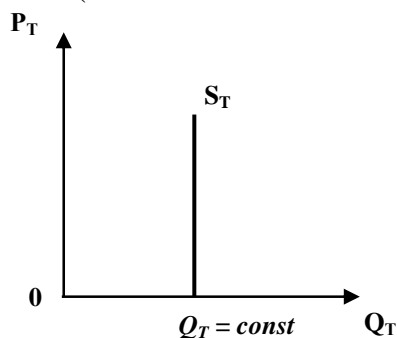


Рис. 17.1. График предложения земли

Стоит отметить, что в долгосрочной перспективе предложение земли может измениться. Например, площадь земель может уменьшиться в силу неблагоприятных климатических и антропогенных факторов (эрозия, заболачивание, истощение почв и т.д.), а может и увеличиться в связи с вовлечением в оборот земель, раньше считавшимися непригодными для хозяйственного использования. Поэтому для долгосрочного периода характерно более эластичное предложение, чем для краткосрочного, что отражается линией с незначительным положительным наклоном.

Немобильность земли определяет низкую мобильность других факторов производства, связанных с землей, например, капитальных благ, построенных на участке, и даже рабочей силы. Так, сельскохозяйственные рабочие (фермеры) технологически, экономически и социально тесно связаны с землей: их жизнь проходит на земле, а результаты хозяйственной деятельности зависят от ее плодородия. Это существенно ограничивает их мобильность по сравнению с наемной рабочей силой в других производственных сферах, которая может относительно легко поменять место работы или даже сферу приложения труда.

17.3. Спрос на землю и факторы, его определяющие

Спрос на землю – это количество земли, которое хозяйствующие субъекты желают и могут вовлечь в оборот при определенных уровнях цен. Спрос на землю неоднороден, в зависимости от назначения земель он делится на сельскохозяйственный и несельскохозяйственный.

17.3.1. Сельскохозяйственный спрос на землю

Сельскохозяйственный спрос на землю – это спрос на землю со стороны субъектов сельскохозяйственного производства, как земледельцев, так и животноводов. Он является производным от спроса на продукты питания и имеет неэластичный характер, так как спрос на продукты питания неэластичен. В независимости от экономических условий люди не могут перестать есть, поэтому объем сельскохозяйственного спроса на землю не сильно зависит от уровня цен. Графически это отражается линией с большим отрицательным наклоном (линия D_{TC} на рис. 17.2).

Тем не менее, анализируя динамику спроса на землю в долгосрочной ретроспективе, можно отметить неуклонное сокращение доли сельскохозяйственного спроса в течение XIX–XXI вв. Это связано, во-первых, с улучшением технологий обработки земель, качественно новым уровнем используемой техники, что дает существенный прирост урожайности при тех же затратах труда. Во-вторых, бурное развитие промышленности, сферы услуг и социально-экономической инфраструктуры выводит землю из-под сельскохозяйственного производства и объективно снижает площадь пахотных земель. В-третьих, значительно упала привлекательность сельскохозяйственного труда: для людей возникло множество других возможностей занятости. На сегодняшний день во многих отраслях труд является не таким тяжелым, а деятельность – не такой рискованной, как в сельском хозяйстве. Следует помнить, что сельскохозяйственное производство сильно зависит от погодно-климатических условий и потому является гораздо более непредсказуемым, чем промышленное производство.

В настоящее время труднопрогнозируемое сельскохозяйственное производство – это важный объект государственного регулирования. На микроуровне регулирование позволяет стабилизировать в течение года предложение сельхозпродукции и уровень цен на нее. На макроуровне регулирование предусматривает экономическую поддержку класса сельхозпроизводителей и обеспечение продовольственной безопасности страны. Зачастую государственная поддержка проявляется в прямом субсидировании сельскохозяйственного производства и недопущения его сворачивания.

Главными неценовыми факторами, формирующими сельскохозяйственный спрос на конкретный участок земли, являются следующие.

1) *Плодородие*. Это важнейший фактор, от которого, наряду с погодой, зависит урожайность, или эффективность производства. Чем более плодородны почвы на участке, тем выше спрос на данную землю.

2) *Степень разработанности земли, наличие сельскохозяйственной инфраструктуры.* Участок с домом, необходимыми сооружениями, теплицами, ухоженными грядками и обогащенными почвами пользуется гораздо большим спросом, чем просто заросшая травой территория.

3) *Прогнозы на урожай.* Чем более благоприятные прогнозы дают специалисты на будущий год, тем выше сельскохозяйственный спрос на землю.

4) *Государственная поддержка сельхозпроизводителей.* Различные целевые программы социальной, финансовой, технической и других видов поддержки села могут существенно улучшить положение фермеров и привлечь население в сельскую местность. В ряде случаев раздача земли либо льготные условия ее получения и есть фактор повышения спроса на землю.

17.3.2. Несельскохозяйственный спрос на землю

Несельскохозяйственный спрос на землю – это спрос на землю со стороны субъектов деловых структур, планирующих размещение на данной земле объектов производственной и социально-экономической инфраструктуры. Несельскохозяйственный спрос напрямую зависит от уровня деловой активности в стране, от объемов промышленного и гражданского строительства. В период экономического подъема спрос на землю может расти опережающими темпами, а в период спада – снижаться. В условиях сильной инфляции спрос на землю также может расти из-за желания людей перевести свои денежные активы в неденежные, в частности, в такие, как земля и другие объекты недвижимости.

Производный характер несельскохозяйственного спроса на землю от деловой активности обуславливает большую зависимость объема его спроса от уровня цен по сравнению с сельскохозяйственным спросом. Иными словами, несельскохозяйственный спрос на землю более эластичен по цене, нежели сельскохозяйственный спрос, и графически отражается более пологой линией $D_{Тнс}$ на рис. 17.2.

Главным неценовым фактором, формирующим несельскохозяйственный спрос на конкретный участок земли, является *местоположение* участка, а именно: его близость к центрам деловой активности и различным инфраструктурным объектам. Чем ближе к центру, тем больше спрос на землю, и большую цену приходится платить за данный участок земли, и наоборот. Естественно, что самый высокий спрос и наивысшую цену имеет земля в центре города (или другого территориального образования), которая, как правило, плотно застраивается.

17.3.3. Общий спрос на землю. Предельная доходность земли

Общий спрос на землю можно представить как сумму сельскохозяйственного $D_{Тс}$ и несельскохозяйственного $D_{Тнс}$ спроса:

$$D_T = D_{Тс} + D_{Тнс} . \quad (17.1)$$

Линия общего спроса на землю строится путем суммирования линий $D_{Тс}$ и $D_{Тнс}$ (рис. 17.2).

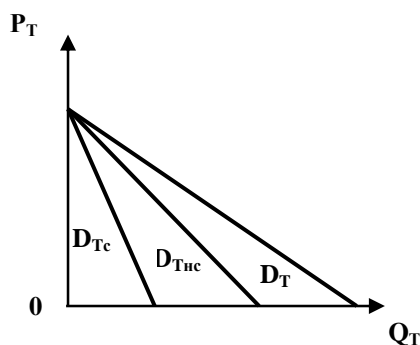


Рис. 17.2. График общего спроса на землю

Кривая спроса на землю имеет стандартный нисходящий характер: чем ниже цена земли, тем больше объем спроса на нее. Отрицательный наклон кривой спроса объясняется законом

убывающей предельной отдачи фактора, согласно которому, предельный продукт земельного участка уменьшается по мере увеличения его площади при неизменном количестве других факторов – рабочей силы и капитала. Как известно из п. 14.3.1., кривая спроса на фактор производства является частью кривой предельной доходности данного фактора. *Предельная доходность земли* MRP_T может быть рассчитана в денежном выражении путем произведения предельного продукта капитала MP_T и предельного дохода фирмы MR :

$$MRP_T = MP_T \cdot MR. \quad (17.2)$$

Положение об убывании предельной отдачи земельных ресурсов встречается у многих ученых-экономистов, начиная с XVII века, и исторически получило название закона уменьшающегося плодородия почв. Из-за уменьшения MP_T показатель MRP_T также снижается. При фиксированном объеме предложения именно MRP_T определяет равновесную цену земли (рис. 17.3).

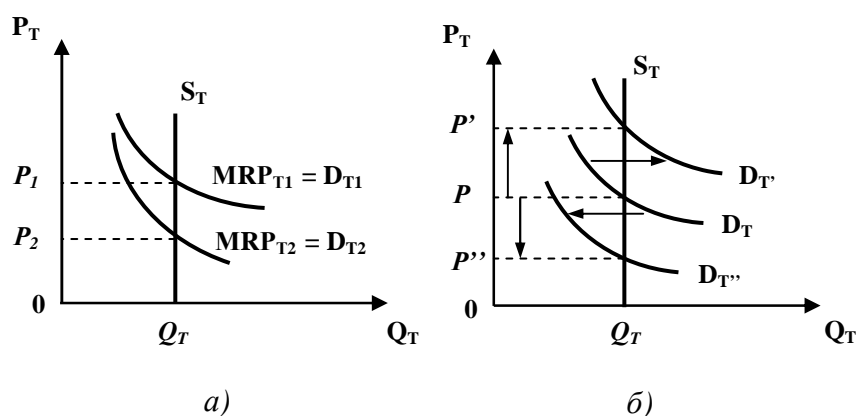


Рис. 17.3. Равновесие на рынке земли: а) равновесие на участках различного качества; б) изменение равновесия

Если предельный продукт MP_T убывает медленно, например, если участок земли плодородный или расположен недалеко от центра деловой активности, то кривая предельной доходности земли MRP_{T1} , которая совпадает с кривой спроса D_{T1} , тоже будет убывать медленно, принимая пологий вид, и пересечет кривую предложения S_T при более высоком уровне равновесной цены – P_1 (рис. 17.3, а). Если предельный продукт убывает быстро, как в случае неплодородного либо удаленного участка земли, то кривая предельной доходности земли MRP_{T2} , совпадающая с кривой спроса D_{T2} , будет убывать быстро, принимая крутой наклон, и пересечет кривую предложения S_T при низком уровне цены – P_2 .

В динамике на равновесную цену конкретного участка земли будет влиять изменение спроса на этот участок. При повышении спроса с D_T до D_T' цена будет увеличиваться с P до P' , а при снижении спроса с D_T до D_T'' – уменьшаться с P до P'' (рис. 17.3, б).

17.4. Рынок услуг земли. Земельная рента

17.4.1. Понятие земельной ренты как цены услуг земли

Как было отмечено в п. 17.1, участок земли может быть сдан в аренду с целью получения дохода в виде земельной ренты. Для землепользователя *земельная рента* представляет собой плату за использование земли, уплачиваемую землевладельцу. Понятие «земельная рента» созвучно понятию «экономическая рента», рассмотренному в п. 14.7, так как в основе того и другого лежит собственность на ресурс, предложение которого ограничено. Однако, земельная рента – более узкое понятие, относящееся только к рынку услуг земли.

На данном рынке рента выступает в качестве цены услуг земли R . Чем выше уплачиваемая рента, тем ниже объем спроса на земельный участок, и наоборот. Кривая спроса на услуги земли D_T имеет классический нисходящий вид (рис. 17.4). Предложение земли абсолютно неэластично, поэтому предложение услуг земли S_T также неэластично.

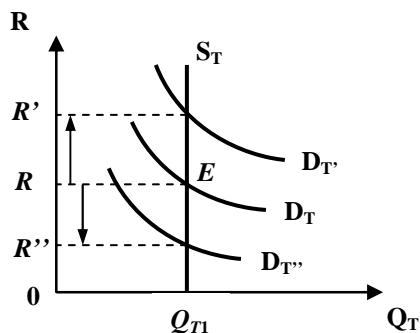


Рис. 17.4. Равновесие на рынке услуг земли

Можно сказать, что равновесный уровень земельной ренты зависит от спроса на услуги земли и его колебаний. В случае его роста равновесная рента увеличивается с R до R' , в случае его снижения – уменьшается с R до R'' . Площадь фигуры $OREQ_T$ отражает общую величину ренты, получаемой землевладельцем при уровне ренты R .

17.4.2. Абсолютная и дифференциальная рента

На рис. 17.4 рассмотрено равновесие на рынке услуг земли безотносительно качества земли, определяемого ее плодородием и/или местоположением. Плата, которую получает землевладелец независимо от качества земельного участка, называется *абсолютной рентой*.

В реальной жизни все участки земли качественно различаются между собой. Чем более плодородным и/или удобно расположенным является участок, тем выше производительность труда на нем и больше его доходность. Затрачивая одно и то же количество труда, пользователи лучшего по качеству участка получают больше результата и, соответственно, больше прибыли, чем пользователи худших участков. Естественно, что собственники лучших земельных участков стремятся получить большую ренту, чем все остальные землевладельцы. Таким образом, величина ренты дифференцируется в зависимости от качества земли. *Дифференциальная рента* – это дополнительный доход землевладельца, получаемый за счет сдачи в аренду лучшей по плодородию и/или местоположению земли.

Влияние качества земли на рыночное равновесие представлено на рис. 17.5. Наибольшим спросом будет пользоваться участок земли с самой высокой доходностью MRP_{T1} . Чуть меньшим спросом будет пользоваться участок со средней доходностью MRP_{T2} , и наименьшим спросом – с низкой доходностью MRP_{T3} . Соответственно, для владельца лучшего участка равновесная рента установится на уровне R_1 , среднего участка – R_2 и худшего участка – R_3 .

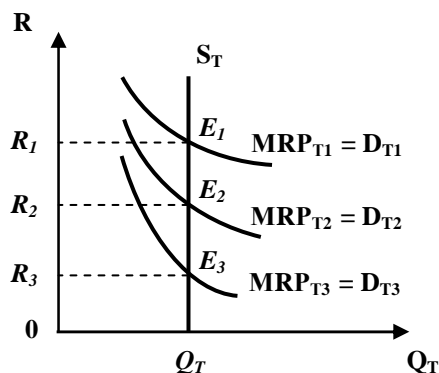


Рис. 17.5. Абсолютная и дифференциальная рента на различных по качеству участках земли

Так как рыночная цена производства на земле определяется себестоимостью производства на худших землях, то рента, получаемая владельцем худшего участка и отмеченная фигурой $OR_3E_3Q_T$, рассматривается как абсолютная, независимая от качества. Иными словами, дифференциальная рента на худшем участке равна нулю. Тогда владельцы среднего и лучшего участков получают и абсолютную (общую), и дифференциальную (индивидуальную, дополнительную) ренту. Дифференциальная рента на среднем участке равна площади фигуры $R_3R_2E_2E_3$, на лучшем участке – фигуры $R_3R_1E_1E_3$.

Дифференциальная рента неоднородна и существует в двух формах. Основой возникновения *дифференциальной ренты первого рода* являются естественные особенности земли, данные природой. Источником *дифференциальной ренты второго рода* выступает труд человека и вложения капитала, позволяющие добиться более высокой производительности труда в тех же естественных условиях. Сюда можно отнести различного рода мелиоративные мероприятия, направленные на коренное улучшение земель с неблагоприятными естественными свойствами.

В связи с возможностью антропогенного воздействия на естественные свойства земли качество земли в долгосрочной перспективе не остается постоянным, и величина дифференциальной ренты может со временем измениться. Так, наихудший участок в результате мелиоративных мероприятий может стать средним по качеству, а лучший – худшим, если не соблюдать правила рационального землепользования и истощить землю.

17.5. Арендная плата за пользование землей

Земельная рента, являясь платой за пользование землей, выражается в форме прибыли землевладельца. Однако, рента – далеко не вся сумма, которую получает собственник участка. Землепользователь возмещает изношенную стоимость различных построек, сооружений, оборудования, которые находятся на участке и используются в производстве, а также процент на вложенный в землю капитал.

Сумма всех платежей землепользователя землевладельцу называется *арендной платой*. Она включает в себя:

- земельную ренту как плату за пользование землей;
- амортизационные отчисления от стоимости построек, сооружений, оборудования, находящихся на участке;
- процент на вложенный в землю капитал. Чем больше средств собственник потратил на улучшение качества земли, тем выше процент на вложенный капитал.

Арендная плата взимается на основе арендных отношений, главным элементом которых выступает арендный договор. Учитывая рискованность сельскохозяйственного производства, долгую окупаемость вложений в землю, арендный договор на землю заключается, как правило, на несколько лет. При этом, собственник земли стремится сократить срок аренды, чтобы иметь возможность быстрее поднять арендную плату. Арендатор же, наоборот, стремится его увеличить, чтобы в течение этого срока полностью окупить сделанные вложения.

17.6. Цена земли

С точки зрения теории альтернативной стоимости земельную ренту можно представить как альтернативу иным источникам дохода, которые мог бы получать собственник земли, если бы не сдал свой участок в аренду. Например, он мог бы продать участок, положить вырученные деньги в банк и регулярно получать процентный доход. Если же все-таки собственник предпочитает получать земельную ренту, то она должна быть не меньше, чем банковский процент.

Принимая решение о покупке участка земли, будущий собственник руководствуется именно альтернативной стоимостью будущих доходов: он покупает не саму землю, а возможность получения дохода, не меньшего, чем банковский процент. С другой стороны, текущий владелец земли, продавая участок, намерен получить от продажи такую сумму, поместив которую в банк, можно было бы получать процентный доход не меньше, чем рента. Таким образом, величина ренты определяет цену земли. *Цена земли* – капитализированное значение ренты, или дисконтированная стоимость будущих рентных доходов:

$$P_T = \frac{R}{i}, \quad (17.3)$$

где P_T – это цена земли, R – величина годовой ренты, i – банковский процент. Из формулы (17.3) видно, что чем больше рента, тем выше цена земли, и наоборот. Также видно, что чем

больше банковский процент, тем ниже альтернативная стоимость рентных доходов, и тем ниже цена земли.

Совершая сделки на рынке земли, важно помнить, что земля – вид недвижимого имущества, ценность и стоимость которого со временем имеет тенденцию к росту. В современной экономике земля рассматривается как один из важнейших активов, который позволяет не только получать регулярный доход, но надежно защитить свой капитал от инфляции. Это существенно отличает покупку земли от вложений в другие активы, например, такие, как банковские вклады.

Контрольные вопросы по теме 17

1. В чем заключается специфика рынка земли по сравнению с другими рынками факторов производства?
2. Почему предложение земли считается абсолютно неэластичным?
3. От каких факторов зависит сельскохозяйственный и несельскохозяйственный спрос на землю?
4. Как отражается принцип убывания предельной отдачи земельных ресурсов на кривой спроса на землю?
5. Что является объектом рынка услуг земли? Каковы равновесные параметры данного рынка?
6. В чем заключается сущность абсолютной и дифференциальная ренты? Как влияет качество земельного участка на величину земельной ренты?
7. Чем является цена земли с точки зрения теории альтернативной стоимости?
8. Какова взаимосвязь между ценой земли и ставкой банковского процента?

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ И РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ*

1. «Великая трансформация» Карла Полянши: прошлое, настоящее, будущее / под общей ред. Р.М. Нуреева. Серия «Конференции Департамента экономической теории ГУ-ВШЭ». М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – 321 с.
2. Баликоев, В.З. Общая экономическая теория: учебник для студентов / В.З. Баликоев. - М.: Омега-Л, 2011. – 684 с.: ил., табл. – (Высшее экономическое образование).
3. **Бардовский, В.П. Экономическая теория: учеб. пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / В.П. Бардовский, О.В. Рудакова, Е.М. Самородова. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015. – 400 с.**
4. Басовский, Л.Е. Микроэкономика: учебник для студентов вузов / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 224 с.
5. Богданов, В.В. Экономическая теория: учебник для студентов вузов / В.В. Богданов, Т.Г. Бродская, В.В. Громыко и др.; под общ. ред. А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 747 с.
6. Гагарина Г.Ю. Экономическая теория (политэкономика): учебник для студентов вузов / Г.Ю. Гагарина, В.И. Гришин, В.В. Громыко и др., под ред. Г.П. Журавлевой]. – 5-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 864 с.
7. Гукасян, Г.М. Экономическая теория: ключевые вопросы: учеб. пособие для студентов вузов / Г.М. Гукасян. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 224 с.
8. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика: учебник для студентов вузов / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 440 с.
9. Камаев, В.Д. Экономическая теория. Краткий курс / В.Д. Камаев, М.З. Ильчиков, Т.А. Борисовская. - 7-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. – 384 с.
10. Кравцова, Г.И. Деньги, кредит, банки: учебник / Г.И. Кравцова, Г.С. Кузьменко, Е.И. Кравцов. – Изд-во Мн., БГЭУ, 2003. – 527 с.
11. Курс экономической теории: учебник для студентов вузов / под общ. ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России. – 7-е изд., доп. и перераб. – Киров: АСА, 2011. – 880 с.
12. **Максимова, В.Ф. Микроэкономика: учебник для студентов вузов / В.Ф. Максимова. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Маркет ДС, 2011. – 368 с.**
13. Малкина, М.Ю. Микроэкономика: учебник для студентов вузов / М.Ю. Малкина. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 395 с.
14. Микроэкономика. Теория и российская практика: учебник для студентов вузов / под ред.: А.Г. Грязновой, А.Ю. Юданова; Фин. акад. при Правительстве РФ. – 9-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2011. – 624 с.
15. Норт, Дуглас. Понимание процесса экономических изменений / Дуглас Норт; пер. с англ. К. Мартынова, Н. Эдельмана. – М.: Изд-во Гос. ун-та-Высш. шк. экономики, 2010. – 256 с.
16. Носова, С.С. Экономическая теория: учебник для студентов вузов / С.С. Носова. – 4-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2013. – 792 с.
17. **Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики: учебник для студентов вузов / Р.М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – М.: НОРМА ИНФРА-М, 2011. – 560 с.**
18. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева; под общ. ред. Б.А. Райзберга. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 512 с. – (Библиотека словарей "ИНФРА-М").
19. Сажина, М.А. Экономическая теория: учебник для студентов вузов / М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013. – 608 с.: ил. – (Классический университетский учебник).
20. Хэл, Р. Вэриан, Микроэкономика. Промежуточный уровень: современный подход / Вэриан Р. Хэл. – М.: Юнити, 1997. – 767 с.

* Литература, выделенная жирно, является обязательной для изучения.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Раздел I. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ТЕОРИЮ	5
Тема 1. ПРЕДМЕТ И МЕТОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ	5
1.1. Понятия политической экономии, экономики, экономикс	5
1.2. Многоаспектность понятия «экономика»	5
1.3. Предмет и объект изучения экономической теории	6
1.4. Задачи и функции экономической теории	7
1.5. Место экономической теории в системе общественных наук и ее практическая значимость	7
1.6. Уровни исследования экономической теории	8
1.7. Позитивная и нормативная экономика	9
1.8. Методология экономической теории	9
1.9. Формальная логика и ее методы	10
1.10. Диалектическая логика и ее методы	12
1.11. Специфические методы экономической теории	12
Тема 2. ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА. ПОТРЕБНОСТИ И РЕСУРСЫ	13
2.1. Экономические законы и их особенности	13
2.2. Экономические категории	14
2.3. Экономические отношения	14
2.4. Производство и производственные отношения	15
2.5. Общественное производство и его стадии	15
2.6. Общественное воспроизводство и его типы	16
2.7. Потребности как экономическая категория	16
2.7.1. Понятие потребностей и факторы их роста	17
2.7.2. Разнообразие и структура потребностей	17
2.8. Экономические блага	18
2.8.1. Понятие экономического блага	18
2.8.2. Классификация экономических благ	19
2.8.3. Понятие национального богатства	21
2.9. Экономические ресурсы	21
2.9.1. Ресурсы, их виды и свойства	21
2.9.2. Экономические категории, связанные с изучением людских ресурсов	23
2.9.3. Предметы и средства труда	23
2.10. Производительные силы и производственные отношения	24
2.11. Главные проблемы экономики	25
Тема 3. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ОБЩЕСТВА	26
3.1. Понятие экономической эффективности	26
3.2. Понятие экономического выбора	27
3.3. Понятие производственных возможностей общества	27
3.4. Кривая производственных возможностей и ее свойства	28
3.5. Экономическая эффективность в модели производственных возможностей	29
3.6. Изменение производственных возможностей	30
3.7. Абсолютные и сравнительные преимущества	31
Тема 4. ФОРМЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ХОЗЯЙСТВА И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ	32
4.1. Революции в экономическом развитии общества	32
4.2. Стадии развития производства в экономической истории	34
4.3. Особенности современного этапа развития экономики	35

4.4. Формационный подход к экономической истории.....	36
4.5. Цивилизационный подход к экономической истории.....	37
4.6. Общественное разделение труда.....	38
4.7. Формы общественного хозяйства.....	39
4.7.1. Натуральное хозяйство.....	39
4.7.2. Товарное хозяйство.....	40
4.8. Типы экономических систем.....	41
4.8.1. Основные признаки различных типов экономических систем.....	41
4.8.2. Сравнительная характеристика различных экономических систем.....	43
Тема 5. ОТНОШЕНИЯ СОБСТВЕННОСТИ.....	45
5.1. Собственность как экономическая и юридическая категория.....	45
5.2. Система отношений собственности и ее главные элементы.....	45
5.3. Право собственности и правомочия собственника.....	46
5.4. Субъекты собственности и собственники.....	47
5.5. Объекты собственности.....	47
5.6. Современная теория прав собственности (основы).....	48
5.7. Формы собственности.....	49
5.7.1. Формы собственности на основе права собственности.....	49
5.7.2. Формы собственности по типу присвоения.....	51
5.8. Национализация и приватизация.....	51
5.8.1. Национализация и огосударствление.....	51
5.8.2. Приватизация и разгосударствление.....	52
Тема 6. ОСНОВЫ РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА.....	54
6.1. Рынок как экономическая категория.....	54
6.2. Условия возникновения и функционирования рынка.....	55
6.3. Типы рынка.....	55
6.3.1. Характеристика различных типов рынка.....	55
6.3.2. Основные черты современного рынка.....	56
6.4. Функции рынка.....	57
6.5. Субъекты и объекты рынка.....	57
6.6. Понятие рыночного механизма.....	58
6.7. Конкуренция на рынке и ее виды.....	59
6.8. Рыночная структура.....	60
6.9. Инфраструктура рынка.....	60
6.10. Понятие рыночной конъюнктуры.....	61
6.11. Институциональные основы рыночного хозяйства. Понятие экономического института.....	61
6.12. Транзакционные издержки.....	62
6.12.1. Понятие транзакционных издержек.....	62
6.12.2. Виды транзакционных издержек.....	63
6.12.3. Факторы роста и значение транзакционных издержек для экономики.....	64
6.13. Внешние эффекты в экономике.....	64
6.13.1. Положительные и отрицательные внешние эффекты.....	64
6.13.2. Последствия внешних эффектов.....	65
6.13.3. Корректирующие налоги и субсидии А. Пигу.....	65
6.13.4. Теорема Р. Коуза.....	66
6.14. Товар и его свойства. Стоимость товара.....	66
6.15. Деньги: сущность, функции и концепции возникновения.....	67
6.16. Виды денег.....	68
6.16.1. Полноценные деньги.....	69
6.16.2. Символические деньги.....	69
6.16.3. Особенности наличных и безналичных денег.....	71
6.17. Денежная масса и денежные агрегаты.....	72

6.18. Закон денежного обращения	72
6.19. Преимущества и недостатки рыночной экономики.....	73
Раздел II. МИКРОЭКОНОМИКА	75
Тема 7. ТЕОРИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.....	75
7.1. Спрос и объем спроса. Закон спроса.....	75
7.2. Индивидуальный и рыночный спрос	77
7.3. Изменение спроса и его объема.....	77
7.3.1. Изменение объема спроса	77
7.3.2. Изменение спроса.....	77
7.3.3. Товары-заменители и товары-дополнители.....	78
7.4. Предложение и объем предложения. Закон предложения	79
7.5. Индивидуальное и рыночное предложение.....	81
7.6. Изменение предложения и его объема	81
7.6.1. Изменение объема предложения	81
7.6.2. Изменение предложения.....	82
7.7. Рыночное равновесие.....	82
7.8. Установление равновесной цены.....	83
7.9. Функции цены в рыночной экономике.....	84
7.10. Устойчивость рыночного равновесия.....	85
7.11. Паутинообразная модель рыночного равновесия.....	86
7.12. Смещение рыночного равновесия.....	87
7.13. Рыночное равновесие и фактор времени.....	89
7.14. Особые случаи рыночного равновесия	90
7.15. Излишек потребителя и излишек производителя	91
7.16. Механизм государственного воздействия на рыночное равновесие	92
7.16.1. Воздействие на рынок фиксированных цен	92
7.16.2. Воздействие количественных ограничений на рыночное равновесие	94
7.16.3. Влияние прямых ограничений на излишки потребителей и производителей.....	95
7.16.4. Воздействие налогов на рыночное равновесие.....	96
7.16.5. Воздействие субсидий и дотаций на рыночное равновесие	98
7.16.6. Влияние налогов и субсидий на излишки потребителей и производителей.....	99
7.16.7. Государственное регулирование и экономическая эффективность	100
7.17. Исторический аспект формирования теории спроса и предложения.....	100
Тема 8. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.....	102
8.1. Понятие эластичности в экономике.....	102
8.2. Понятие эластичности спроса по цене.....	102
8.3. Методы расчета ценовой эластичности спроса.....	103
8.3.1. Точечная эластичность.....	103
8.3.2. Дуговая эластичность	103
8.4. Оценка эластичности спроса по цене.....	104
8.5. Факторы ценовой эластичности спроса	105
8.6. Эластичность и кривая спроса	106
8.7. Влияние ценовой эластичности спроса на выручку продавца.....	108
8.8. Понятие эластичности спроса по доходу	109
8.9. Оценка эластичности спроса по доходу.....	110
8.10. Закон Энгеля	111
8.11. Особенности товаров Гиффена	112
8.12. Понятие перекрестной эластичности спроса и ее оценка.....	113
8.13. Понятие эластичности предложения по цене.....	113

8.14. Оценка эластичности предложения по цене	114
8.15. Факторы ценовой эластичности предложения.....	115
8.16. Эластичность предложения и фактор времени.....	116
8.17. Практическая значимость теории эластичности	116
8.17.1. Эластичность и устойчивость равновесия	116
8.17.2. Эластичность и установление налога с продаж.....	117
Тема 9. ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	119
9.1. Что изучает теория потребительского поведения.....	119
9.2. Особенности формирования потребительского спроса.....	120
9.3. Понятие полезности и методы ее оценки	121
9.4. Понятия общей и предельной полезности	122
9.5. Закон убывающей предельной полезности.....	123
9.6. Потребительское равновесие в теории предельной полезности	124
9.7. Понятие набора безразличия	125
9.8. Кривые безразличия	125
9.8.1. Понятие кривых безразличия.....	125
9.8.2. Свойства кривых безразличия.....	126
9.8.3. Зона субституции и предельная норма замещения.....	127
9.8.4. Свойства предельной нормы замещения	128
9.9. Особые случаи кривых безразличия.....	130
9.9.1. Кривые безразличия для товаров – совершенных заменителей	130
9.9.2. Кривые безразличия для товаров – совершенных дополнителей	131
9.10. Бюджетные ограничения и бюджетная линия	131
9.11. Свойства бюджетных линий.....	132
9.12. Потребительское равновесие в ординалистской теории.....	134
9.12.1. Понятие потребительского равновесия и его графическое выражение.....	134
9.12.2. Предельная норма замещения в условиях потребительского равновесия	135
9.12.3. Условия потребительского равновесия и правило долей	135
9.13. Реакция потребителя на изменение цены товара.....	136
9.14. Понятия эффекта дохода и эффекта замещения в теории потребительского поведения.....	137
9.15. Реакция потребителя на изменение дохода.....	138
9.15.1. Линия «доход – потребление»	138
9.15.2. Кривые Энгеля.....	139
Тема 10. ТЕОРИЯ ФИРМЫ: ПРОИЗВОДСТВО, ИЗДЕРЖКИ, ПРИБЫЛЬ.....	141
10.1. Понятия предприятия и фирмы.....	141
10.2. Понятия производства и производственной функции	142
10.3. Продукт производства с одним переменным фактором	142
10.4. Закон убывающей предельной отдачи фактора производства.....	143
10.5. Предельный продукт и равновесие производителя. Правило наименьших издержек	145
10.6. Производственная функция с двумя переменными факторами. Изокванта	145
10.7. Свойства изоквант. Предельная норма технологического замещения	146
10.7.1. Некоторые свойства изоквант	146
10.7.2. Предельная норма технологического замещения	147
10.8. Основные виды производственных функций.....	149
10.8.1. Линейная производственная функция	149
10.8.2. Производственная функция В. Леонтьева.....	150
10.8.3. Изокванты Купманса–Канторовича.....	151
10.8.4. Производственная функция Кобба–Дугласа	151
10.9. Производственная функция и эффект масштаба производства.....	153

10.10. Изокоста и ее свойства	154
10.10.1. Бюджетные ограничения фирмы и изокоста	154
10.10.2. Некоторые свойства изокосты	155
10.11. Равновесие производителя на карте изоквант	155
10.11.1. Понятие равновесия производителя и его графическое выражение	155
10.11.2. Условия равновесия производителя и правило долей	156
10.12. Кривая «путь развития»	157
10.13. Понятие издержек и критерии их классификации	157
10.14. Внешние и внутренние издержки фирмы	158
10.15. Бухгалтерская и экономическая прибыль	158
10.16. Понятие и структура себестоимости. Виды затрат фирмы	159
10.17. Постоянные и переменные издержки	160
10.18. Средние и предельные издержки в краткосрочном периоде	161
10.18.1. Средние издержки	161
10.18.2. Предельные издержки	162
10.18.3. Взаимосвязь между средними и предельными издержками	162
10.18.4. Взаимосвязь между средними и предельными издержками и средним и предельным продуктом	163
10.19. Средние и предельные издержки в долгосрочном периоде	163
10.19.1. Долгосрочные средние издержки	163
10.19.2. Факторы, вызывающие эффект масштаба	164
10.19.3. Долгосрочные средние издержки и эффективный размер фирмы	165
10.19.4. Долгосрочные предельные издержки	165
10.20. Доход фирмы	166
10.21. Прибыль фирмы и условия ее максимизации	167
10.21.1. Понятие прибыли фирмы	167
10.21.2. Условия максимизации прибыли	167
10.22. Условие максимизации прибыли с точки зрения использования ресурсов	167
10.22.1. Понятия предельной доходности фактора производства и предельных издержек на ресурс	167
10.22.2. Условие минимизации издержек с точки зрения использования факторов производства	168
10.22.3. Условие максимизации прибыли с точки зрения использования факторов производства	168
Тема 11. ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР. ФИРМА В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ	170
11.1. Рыночные структуры: их типы и характеристики	170
11.2. Рыночная власть, конкурентность и конкурентная борьба	171
11.3. Понятия совершенной и несовершенной конкуренции	171
11.3.1. Совершенная конкуренция и ее признаки	171
11.3.2. Несовершенная конкуренция и ее признаки	172
11.4. Ценообразование на конкурентном рынке в краткосрочном и долгосрочном периодах	172
11.4.1. Спрос на продукцию конкурентной фирмы и особенности формирования выручки	172
11.4.2. Равновесие прибыльной фирмы в краткосрочном периоде	173
11.4.3. Равновесные параметры конкурентной отрасли при постоянных предельных издержках	174
11.4.4. Варианты равновесия конкурентной фирмы в краткосрочном периоде	174
11.4.5. Предложение конкурентной фирмы и конкурентной отрасли в краткосрочном периоде	175

11.4.6. Равновесие конкурентной фирмы в долгосрочном периоде	176
11.5. Совершенная конкуренция и экономическая эффективность	177
11.6. Достоинства и недостатки совершенной конкуренции	178
Тема 12. РЫНОК НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ: МОНОПОЛИЯ	179
12.1. Понятие монополии	179
12.2. Барьеры для вступления в отрасль. Источники рыночной власти монополий	179
12.3. Виды монополий	180
12.4. Ценообразование на монопольном рынке в краткосрочном и долгосрочном периодах	181
12.4.1. Спрос на продукцию фирмы-монополиста	181
12.4.2. Формирование выручки монополиста	181
12.4.3. Предложение фирмы-монополиста	182
12.4.4. Равновесие монополиста в краткосрочном периоде	182
12.4.5. Определение равновесных параметров монополиста в случае постоянных предельных издержек	183
12.4.6. Равновесие монополиста в долгосрочном периоде	184
12.5. Потери общественного благосостояния при монополии	184
12.5.1. Понятие потерь от монополизации	184
12.5.2. Определение чистых потерь от монополизации в случае постоянных предельных издержек	185
12.6. Монополия и экономическая эффективность	186
12.7. Х-неэффективность монополий	186
12.8. Ценовая дискриминация	188
12.9. Монопсония. Двусторонняя монополия	189
12.9.1. Монопсония	189
12.9.2. Двусторонняя монополия	190
12.10. Показатели монопольной власти	190
12.11. Значение монополий для общества. Мифы, связанные с деятельностью монополий	191
12.11.1. Преимущества и недостатки монополии как рыночной структуры	192
12.11.2. Мифы, связанные с существованием монополий	192
12.12. Антимонопольная политика, ее инструменты	193
12.12.1. Прямое и косвенное регулирование деятельности монополий	193
12.12.2. Особенности регулирования естественных монополий	194
12.13. Антимонопольная политика в России	195
Тема 13. РЫНОК НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ: МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И ОЛИГОПОЛИЯ	197
13.1. Характерные черты монополистической конкуренции	197
13.2. Дифференциация продукции	198
13.3. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции в краткосрочном и долгосрочном периодах	200
13.3.1. Спрос на продукцию фирмы в условиях монополистической конкуренции	200
13.3.2. Равновесие фирмы в краткосрочном периоде	201
13.3.3. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде	202
13.4. Монополистическая конкуренция и экономическая эффективность	202
13.5. Неценовая конкуренция. Реклама	203
13.5.1. Особенности неценовой конкуренции	203
13.5.2. Воздействие рекламы на равновесие фирмы	203
13.5.3. Интенсивность рекламной деятельности	204
13.5.4. Положительные и отрицательные стороны рекламы	204

13.6. Характерные черты олигополии	205
13.7. Основные модели ценообразования при олигополии	205
13.7.1. Многообразие моделей ценообразования при олигополии	205
13.7.2. Ценовая конкуренция (модель Бертрана)	206
13.7.3. Объемная конкуренция (модель Курно)	206
13.7.4. Асимметричная олигополия (модель Штакельберга)	207
13.7.5. Модель ломаной кривой спроса	208
13.7.6. Сговор фирм. Модель картелизации отрасли	210
13.7.7. Модель ценового лидерства	211
13.8. Олигополия и экономическая эффективность	212
Раздел III. РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА	214
Тема 14. СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА ФАКТОРНЫХ РЫНКАХ	214
14.1. Специфика рынков факторов производства	214
14.2. Условие максимизации прибыли для фирмы, использующей факторы производства	214
14.3. Особенности формирования спроса на факторы производства	215
14.3.1. Построение кривой спроса на фактор производства	215
14.3.2. Факторы спроса на ресурс	216
14.3.3. Спрос на фактор производства со стороны конкурентных и неконкурентных фирм	217
14.3.4. Эластичность спроса на фактор производства	217
14.4. Особенности предложения факторов производства	218
14.5. Равновесие на конкурентном рынке фактора производства	219
14.5.1. Равновесие фирм на рынке фактора производства	220
14.5.2. Рыночное равновесие	220
14.6. Влияние рынка фактора производства на товарный рынок	221
14.7. Трансфертный доход и экономическая рента	222
Тема 15. РЫНОК ТРУДА И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА	224
15.1. Понятие и особенности рынка труда	224
15.2. Понятие и виды заработной платы	224
15.3. Показатели производительности труда	226
15.4. Спрос и предложение на конкурентном рынке труда	227
15.4.1. Спрос на труд, предложение труда и заработная плата	227
15.4.2. Спрос на труд в условиях взаимодополняемости рабочей силы с другими факторами производства	228
15.4.3. Особенности формирования индивидуального предложения труда: эффект замещения и эффект дохода	229
15.5. Факторы, влияющие на равновесие на рынке труда	229
15.6. Рынок труда в условиях несовершенной конкуренции	231
15.6.1. Монополия на товарном рынке	231
15.6.2. Монопсония на рынке труда	231
15.7. Деятельность профсоюзов на рынке труда	232
15.7.1. Место и роль профсоюза на рынке труда	232
15.7.2. Деятельность профсоюза на конкурентном рынке труда	232
15.7.3. Монопольная власть профсоюза	233
15.7.4. Двусторонняя монополия на рынке труда	234
15.8. Установление минимальной заработной платы	235
15.9. Дифференциация заработной платы	235
15.10. Дискриминация на рынке труда	236
15.11. Неравенство доходов в обществе	237
15.11.1. Кривая Лоренца	237
15.11.2. Индекс Джини	238

15.11.3. Коэффициенты фондов.....	238
15.12. Понятие человеческого капитала.....	239
Тема 16. РЫНОК КАПИТАЛА.....	241
16.1. Особенности капитала как фактора производства.....	241
16.2. Формы и виды капитала.....	241
16.2.1. Основные формы капитала.....	241
16.2.2. Сферы концентрации капитала.....	242
16.2.3. Виды капитала.....	242
16.2.4. Основной и оборотный капитал.....	243
16.3. Понятия инвестиций и инвестирования.....	244
16.4. Структура рынка капитала.....	245
16.5. Особенности рынка ссудного капитала. Краткосрочные инвестиции.....	245
16.5.1. Понятие ссудного процента.....	246
16.5.2. Номинальный и реальный процент.....	246
16.5.3. Спрос и предложение на рынке ссудного капитала.....	247
16.5.4. Равновесие на рынке ссудного капитала в краткосрочном периоде.....	248
16.5.5. Факторы, влияющие на спрос и предложение ссудного капитала.....	248
16.5.6. Дифференциация процентных ставок.....	249
16.6. Долгосрочные инвестиции. Методы принятия инвестиционных решений.....	250
16.6.1. Фактор времени и способы его учета.....	250
16.6.2. Дисконтирование.....	250
16.6.3. Внутренняя норма отдачи инвестиций.....	251
16.6.4. Срок окупаемости инвестиций.....	252
16.7. Простые и сложные проценты.....	252
16.8. Особенности рынка капитальных благ.....	253
16.9. Особенности рынка услуг капитала.....	253
16.10. Износ основного капитала. Амортизация.....	254
16.10.1. Физический износ.....	254
16.10.2. Моральный износ.....	255
16.10.3. Экономический (внешний) и социальный износ.....	256
16.10.4. Амортизация и ее способы.....	256
16.11. Источники инвестиций на предприятии.....	257
Тема 17. РЫНОК ЗЕМЛИ.....	259
17.1. Понятие рынка земли. Особенности земли как фактора производства.....	260
17.2. Предложение земли.....	260
17.3. Спрос на землю и факторы, его определяющие.....	261
17.3.1. Сельскохозяйственный спрос на землю.....	261
17.3.2. Несельскохозяйственный спрос на землю.....	262
17.3.3. Общий спрос на землю. Предельная доходность земли.....	262
17.4. Рынок услуг земли. Земельная рента.....	263
17.4.1. Понятие земельной ренты как цены услуг земли.....	263
17.4.2. Абсолютная и дифференциальная рента.....	264
17.5. Арендная плата за пользование землей.....	265
17.6. Цена земли.....	265
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ И РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	267

Учебное издание

Красова Елена Викторовна

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Модуль 1

Учебное пособие

В авторской редакции и верстке

Подписано в печать 20.12.2015. Формат 60×84/8
Бумага писчая. Печать офсетная. Усл. печ. л. 30,0.
Уч.-изд. л. 33,9. Тираж 100 экз. Заказ

Издательство Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41
Отпечатано в множительном участке ВГУЭС
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41