ИНСТИТУТ БИЗНЕСА
И ДЕЛОВОГО
АДМИНИСТРИРОВАНИЯ
АНХ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РФ

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ
ОТНОШЕНИЙ
(УНИВЕРСИТЕТ) МИД РФ

С. Н. ИВАШКОВСКИЙ

МИКРОЭКОНОМИКА

Академия народного хозяйства
при Правительстве Российской Федерации

Москва • Дело • 1998

ББК 65.9
И24

ОБ АВТОРЕ

Ивашковский С. Н., канд. экон. наук,
профессор кафедры экономической теории МГИМО МИД РФ.
Имеет степень доктора философии в области
бизнес-администрирования (Kennedy — Western University, 1997).
Руководит программой бизнес-образования в Институте
бизнеса и делового администрирования (IBS) АНХ при Правительстве РФ.
Имеет научные работы в области прав собственности, теории фирмы,
международных экономических отношений

Ивашковский С. Н.

И24 Микроэкономика. Учебник. — М.: Дело, 1998. — 416 с.

ISBN 5–7749–0120–3

Учебник представляет собой полный курс микроэкономической теории. Доступность учебного материала сочетается в ней с раскрытием содержания практически всех основных разделов современной микроэкономики. В каждой главе выделяются наряду с теоретической частью ключевые понятия, вопросы для обсуждения, задачи, упражнения и тесты, рекомендуемая литература. В конце приведен обширный словарь основных микроэкономических терминов.

Учебник рассчитан на широкий круг читателей: студентов, аспирантов, преподавателей, научных работников, предпринимателей, менеджеров.

И $\frac{0607000000-097}{79С(03)-98}$ Без объявл. **ББК 65.9**

ISBN 5–7749–0120–3

© С. Н. Ивашковский, 1998
© Издательство "Дело", оформление, 1998

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие 7

РАЗДЕЛ I

ЭКОНОМИКА КАК НАУКА

ГЛАВА 1. История и предмет экономической теории 12

1.1. Возникновение и развитие экономики как науки 13
1.2. Предмет экономической теории 25
1.3. Кривая производственных возможностей: редкость, альтернативные издержки, эффективность 28

РАЗДЕЛ II

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

ГЛАВА 2. Рынок и условия его формирования 42

2.1. Сущность рынка, условия его возникновения и развития 43
2.2. Частная собственность как условие рыночного обмена 46
2.3. Права собственности как "правила игры" в хозяйственных системах 49

ГЛАВА 3. Спрос и предложение. Факторы спроса и предложения 57

3.1. Понятие спроса 57
3.2. Функция спроса и закон спроса 59
3.3. Парадоксы закона спроса 62
3.4. Кривая спроса и цена спроса 64
3.5. Предложение и его функция 66
3.6. Факторы изменения предложения. Цена предложения 68

ГЛАВА 4. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие 80

4.1. Модель частичного рыночного равновесия. Сущность рыночного равновесия 80
4.2. Последствия установления неравновесных цен 85

4.3. Налоги и рыночное равновесие 88
4.4. Общественная выгода от конкурентного равновесия: излишек потребителя и излишек производителя 91
4.5. Установление и динамика равновесной цены. Устойчивость равновесия 94

ГЛАВА 5. Эластичность спроса и эластичность предложения 112

5.1. Понятие эластичности 112
5.2. Эластичность спроса по цене 113
5.3. Перекрестная эластичность спроса 123
5.4. Эластичность спроса по доходу 124
5.5. Эластичность предложения 125

РАЗДЕЛ III

ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

ГЛАВА 6. Общая и предельная полезность. Равновесие потребителя 135

6.1. Понятие общей и предельной полезности блага. Полезность и цена 136
6.2. Потребительский выбор и максимизация благосостояния потребителя (кардиналистская концепция) 141
6.3. Моделирование поведения потребителя в ординалистской концепции: кривые безразличия и бюджетное ограничение. Оптимум потребителя 144

РАЗДЕЛ IV

ПРОИЗВОДСТВО И ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ

ГЛАВА 7. Основы производства: технология и производственная функция 167

7.1. Понятие производства. Производство и обмен 168
7.2. Технология и производственная функция. Изокванта 172
7.3. Производство в долгосрочном периоде: отдача от масштаба 176
7.4. Производство в краткосрочном периоде: закон убывающей предельной производительности 177
7.5. Равновесие производителя 186

ГЛАВА 8. Фирма в рыночной экономике: причины возникновения, цели, правовые формы 191

8.1. Понятие и целевая функция фирмы 192
8.2. Экономическая природа фирмы 193
8.3. Основные формы предприятий (фирм) 197

ГЛАВА 9. Деятельность фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Равновесие фирмы 217

9.1. Долгосрочный и краткосрочный периоды: определение понятий 218
9.2. Концепция издержек в экономической теории 219
9.3. Классификация издержек фирмы. Издержки и доход фирмы 224
9.4. Краткосрочное и долгосрочное равновесие фирмы 229

РАЗДЕЛ V

ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОК: ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

ГЛАВА 10. Структура рынка: конкуренция и монополия 242

10.1. Классификация рыночных структур 243
10.2. Рынок совершенной конкуренции: основные признаки и преимущества. Оптимум Парето 245
10.3. Несовершенства рынка и необходимость государственного вмешательства в экономику 250
10.4. Чистая монополия: объем выпуска и цена 255
10.5. Несовершенная конкуренция и ее формы 261
10.6. Показатели монопольной власти 274

РАЗДЕЛ VI

РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

ГЛАВА 11. Общая характеристика и особенности рынков факторов производства 286

11.1. Производство как сфера осуществления затрат 286
11.2. Понятие и структура факторов производства 290
11.3. Равновесие фирмы на рынках факторов производства 292

ГЛАВА 12. Рынок труда и заработная плата 307

12.1. Человек в экономике 308
12.2. Труд как фактор производства: спрос и предложение 310
12.3. Различия в заработной плате и их причины 318
12.4. Теоретические подходы разных школ к анализу рынка труда 319
12.5. Несовершенная конкуренция на рынке труда: влияние профсоюзов и монопсонистов-нанимателей 320

ГЛАВА 13. Рынок капитала и процент 334

13.1. Понятие капитала (инвестиционных ресурсов) 335
13.2. Формы капитала: основной и оборотный. Амортизация 337
13.3. Доход на капитал (процент) и его экономическая природа 340

13.4. Стоимость денег во времени. Сложный процент и дисконтирование 345

ГЛАВА 14. Рынок земли и земельная рента 358

14.1. Земля как фактор производства 358
14.2. Экономическая природа ренты и условия ее возникновения 360
14.3. Рента и цена земли 366

ГЛАВА 15. Предпринимательство как фактор производства. Прибыль предпринимателя 371

15.1. Сущность и функции предпринимательства 371
15.2. Экономическая характеристика предпринимательства 382
15.3. Прибыль — вознаграждение услуг предпринимателя 384

Словарь микроэкономических категорий, понятий и терминов 390

ПРЕДИСЛОВИЕ

Вашему вниманию предлагается учебник, который предназначен для самого широкого круга читателей, интересующихся современной экономикой: студентов, преподавателей вузов и школ бизнеса, бизнесменов. Автор написал его, зная, что учащаяся молодежь и их наставники, предприниматели, менеджеры, все те, кто занят в сфере бизнеса или собирается открыть свое дело, испытывают живой интерес к современным экономическим знаниям, раскрывающим тайны хозяйственных отношений между людьми и объясняющим механизм координации их усилий в производстве и распределении громадного количества товаров и услуг, идущих на удовлетворение общественных потребностей.

Экономическая теория по праву считается "первой дамой" среди общественных наук. Она, по словам известного западного исследователя Роберта Л. Хайлбронера, "превратилась в царицу социальных наук. Это единственная отрасль социальной науки, по которой присуждается Нобелевская премия. Она удостоилась издания фундаментального четырехтомного энциклопедического словаря, насчитывающего 4 млн. слов, через которые, как через нить Ариадны, проходит мысль о том, что экономическая наука наконец вышла за узкие рамки ее прежнего царства — царства производства и распределения — и может теперь заявить свои права на обширную территорию, простирающуюся от семейных отношений до спорта, от антропологии до государственного права"[1].

Столь универсальный характер экономической теории объясняется тем, что она исследует сами основы и принципы эффективной организации хозяйственной деятельности людей, направленной на все более полное удовлетворение их разнообразных потребностей. Такое назначение экономической теории может служить и наиболее общим, рабочим определением предмета ее исследования.

Разумеется, экономическая наука не располагает набором уже готовых рекомендаций, пригодных на все случаи жизни. Она является, по словам великого английского экономиста XX в. Джона Мейнарда Кейнса, скорее методом, чем учением, интеллектуальным инструментом, техникой мышления, помогая тому, кто владеет ею, приходить к правильным заключениям.

---

[1] Thesis. Т. 1. Вып. 1. 1993. С. 41.

Вместе с тем предлагаемая вашему вниманию книга не является чисто научным трактатом по основам современной экономической теории. Напротив, ее скорее надо воспринимать как вводный теоретический курс в непростой мир **хозяйственной практики**, осуществляемой согласно стройному комплексу экономических и психологических мотивов, принципов и законов.

При написании учебника автор стремился к тому, чтобы читатели ознакомились с миром новых для них понятий и категорий, овладели необходимым набором экономических концепций, которые помогут им мыслить более ясно и последовательно, стать не просто экономически грамотными людьми, но при желании и возможности организовать свой бизнес и управлять им на основе современных знаний.

С этой целью в учебнике особое внимание уделяется **инструментам** экономического анализа, без овладения которыми крайне трудно разобраться в разнообразных научных выводах и применять их с пользой для себя. Основным из таких инструментов является **математическое моделирование** экономических явлений и процессов.

Модель является упрощенным, хотя одновременно и достаточно многосторонним изображением экономической действительности. Между моделью и экономической действительностью такое же соотношение, как между картой и географической картиной: в зависимости от степени упрощения там всегда не хватает какой-нибудь детали, подробности, однако с ее помощью можно создать общее представление о действительности. Техника составления моделей представляет собой картографию экономики[1].

С технической точки зрения математическая модель описывает функционирование той или иной экономической системы с помощью алгебраических уравнений, выражающих отношения, которые существуют между поддающимися измерению и считающимися важными для данной системы экономическими величинами.

Экономисты используют модели двух типов: **оптимизационные**, описывающие **поведение** отдельных экономических агентов (потребителей, фирм, домашних хозяйств и т. п.), и **равновесные**, характеризующие **взаимоотношения** между субъектами рыночных отношений. Эти модели и используются в книге. При этом хотелось бы подчеркнуть, что их понимание не представляет каких-либо серьезных трудностей. Это традиционные модели экономического анализа.

Используя их, автор руководствовался тем, что сложные, порой запутанные математические выкладки только осложняют постижение сути экономических явлений. Даже крупные экономисты, хорошо знающие математику, порой негативно относятся к работам по экономике, которые перегружены непонятным для многих математическим аппаратом. В этой

---

[1] *Барр Р.* Политическая экономия: В 2 т. Т. 1 / Пер. с фр. М., 1994. С. 50.

связи вспоминаются слова отца кибернетики Норберта Винера, который весьма неплохо разбирался в математике и тем не менее сказал: "Если я раскрываю книгу по экономике и вижу в ней математические формулы, я эту книгу сразу закрываю. Ясно, что автору просто нечего сказать и он хочет это скрыть. Все, что выражают формулы, можно сказать и обычными словами".

Экономический анализ в учебнике осуществляется в соответствии с общепринятым разграничением экономической теории на микроэкономику и макроэкономику. В основе этого деления лежат следующие факторы.

Микроэкономика (от греч. "микро" — "маленький") рассматривает экономические явления (производство, предложение, спрос, потребление и др.) в свете законов хозяйственной деятельности **первичных ячеек** экономики (фирм, потребителей, наемных работников, собственников капитала, землевладельцев, отдельных предпринимателей). Она объясняет, **как** и **почему** принимаются экономические решения на уровне этих ячеек, например показывает, как фирмы распределяют свои ресурсы на разные цели; как рабочие решают, где и сколько им необходимо работать; как потребители принимают решения о покупке товаров и как на их выбор влияют изменения цен и доходов.

Микроэкономика изучает отношения между предпринимателями и наемными работниками, между самими предпринимателями (конкуренцию), а также между продавцами и покупателями. Все эти отношения реализуются через *цены* на факторы производства и экономические блага. Поэтому *механизм рыночного ценообразования находится в центре микроэкономического анализа.*

Важным аспектом микроэкономической теории является взаимодействие хозяйственных субъектов в процессе образования более крупных структур — рынков конкретных товаров, или, как их еще называют, отраслевых рынков (хлеба, автомобилей, туристических услуг и т. п.).

Микроэкономика помогает понять закономерности развития той или иной отрасли производства и сферы услуг, то, как взаимодействуют между собой производители и потребители на рынках отдельных товаров. Она объясняет, как устанавливаются цены на одежду и автомобили, нефть и зерно, услуги адвоката и биржевого брокера; как определяется и от чего зависит уровень зарплаты; какие средства инвестируются предпринимателями в производство тех или иных товаров; сколько и почему выпускается в экономике различных благ, кто их получит. Одним словом, микроэкономика формулирует и объясняет целый ряд законов: редкости благ; спроса и предложения; убывающей предельной полезности; убывающей прибыли от факторов производства и др.

Все эти знания необходимы практически каждому грамотному человеку для понимания сложного мира хозяйственных отношений между людьми, формирования экономического мышления. Но прежде всего в

таких знаниях нуждаются те, кто в своей профессиональной деятельности тесно связан с этими отношениями, кто должен принимать управленческие решения, заниматься маркетингом и распределять финансовые ресурсы, делать инвестиции, разрабатывать стратегию компании. Вот почему микроэкономика непосредственно связана с предпринимательской деятельностью, является в некотором роде справочником, руководством для бизнесмена.

Вторая отрасль экономической теории — **макроэкономика** — занимается экономическим анализом комплексных или агрегированных показателей. Она исследует результаты **совместной** экономической деятельности **всех** участников общественного производства одновременно. Макроэкономика отвечает на такие вопросы, как: что такое деньги и какую роль они играют в экономике; от чего зависит уровень цен и чем определяется их динамика; чем определяется степень использования ресурсов; как происходит экономический рост; какое воздействие на экономику оказывает государство; какова роль зарубежной экономики в развитии национального хозяйства.

Для чего нужно знать макроэкономику, есть ли в этом смысл? Ответ заключается в том, что макроэкономические явления затрагивают каждого из нас. Текущие доходы людей зависят от объема произведенного в обществе национального дохода и уровня занятости; стоимость сбережений и стремление к инвестированию напрямую связаны с темпом инфляции; состояние платежного баланса страны в значительной мере определяет степень свободы ее граждан в передвижении через государственные границы. Понятно, что все это наша повседневная жизнь, хотим мы этого или нет.

Поэтому макроэкономика представляет ту сферу знаний о национальном хозяйстве, которая непосредственно характеризует наше личное положение, нашу конкретную жизненную ситуацию. Для уяснения этого и умения изменить окружающие условия в интересах улучшения собственной жизни мы должны знать всю совокупность экономических явлений и взаимосвязей между ними. В противном случае все решения будут приниматься без нашего участия, а нередко и вопреки нашим желаниям и интересам.

Но главное — макроэкономика является *основой формирования государственной экономической политики*, разработки программ, направленных на оздоровление тех или иных секторов общественного производства или национальной экономики в целом.

Вместе с тем макроэкономика отнюдь не изолирована от предпринимательской деятельности. Предприниматель должен знать зависимость между инфляцией и безработицей, банковским процентом и темпами экономического роста, повышением темпа инфляции и снижением обменного курса национальной валюты, чтобы предвидеть изменения конъюнктуры и возможные меры правительства.

Вот почему оба раздела экономической теории — микро- и макроэкономика — одинаково важны для экономического образования. Известный американский экономист Пол Самуэльсон писал по этому поводу: "Вы образованны менее чем наполовину, если знаете лишь один раздел".

Таким образом, глубокое знание экономической теории позволяет понять и оценить экономику интересующей нас страны, прежде всего собственной, и более успешно участвовать в реальном ее функционировании, участвовать в любом качестве: как предприниматель или служащий какой-либо компании, как покупатель благ или инвестор собственного капитала, просто как гражданин, избирающий тех, кто вырабатывает и проводит в жизнь экономическую политику государства.

В заключение мне хотелось бы сказать несколько слов благодарности. Идея написания книги появилась после выхода "Курса экономической теории", подготовленного преподавателями кафедры экономики МГИМО МИД РФ под руководством профессора М. Н. Чепурина. Я был одним из авторов этого учебника. В процессе его подготовки мы обменивались мнениями, вели дискуссии. Это давало пищу для дальнейшей творческой работы. Мне хотелось бы поблагодарить многих моих коллег, и в первую очередь профессоров Е. А. Киселеву, М. Н. Чепурина, А. Н. Буренина, доцентов В. А. Амвросова и А. Н. Голикова, обмен мнениями с которыми был всегда полезен.

Я искренне признателен Т. А. Корейченко и Ю. Н. Чекановой за их трудолюбие и терпение при подготовке рукописи к печати.

Наконец, я хочу поблагодарить мою семью, которой посвящается эта книга, и в первую очередь Ирину, сыгравшую неоценимую роль в моей творческой судьбе вообще и в написании этой книги в частности. Она всегда служила источником вдохновения в труде, подавала оригинальные идеи, оказывала огромную моральную поддержку. Без нее эта книга вряд ли была бы написана.

Экономика — это умение пользоваться жизнью наилучшим образом.

Джордж Бернард Шоу

РАЗДЕЛ I

ЭКОНОМИКА КАК НАУКА

ГЛАВА 1

ИСТОРИЯ И ПРЕДМЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Ключевые понятия

Альтернативные издержки
Благо
Гипотеза рациональных ожиданий
"Денежное правило" Фридмена
Домашнее хозяйство
Закон возрастающих затрат
"Закон рынков" Сэя
Институционализм
Кейнсианство
Классическая политическая экономия
Конкуренция
Кривая производственных возможностей
Кривая торговых возможностей (кривая потребления)
Парето-эффективность
Политическая экономия
Потребитель
Рациональное поведение
Редкость
Рейганомика
Свободное благо
Сравнительное преимущество
Теория общественного выбора
Теория права собственности
Теория экономической организации
Трудовая теория стоимости
Физиократы
Фирма
Экономика

Макроэкономика — *Экономика предложения*
Меркантилизм — *Экономикс*
Микроэкономика — *Экономия*
Монетаризм — *Экономическая модель*
Налоговая кривая Лаффера — *Экономическая теория*
Неоинституционализм — *Экономическое благо*
Неоклассическая школа — *Экономический выбор*
Новая классическая макроэкономика — *Эффективность*

1.1. ВОЗНИКНОВЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ КАК НАУКИ

Экономическая наука имеет длительную и богатую историю. Ее истоки, по словам одного из наиболее крупных историков экономического анализа, **Й. Шумпетера**, лежат, с одной стороны, в философии, а с другой — в спорах о насущных проблемах и трудностях повседневной жизни людей.

Возникновением **первого направления** мы обязаны греческим мыслителям, в первую очередь **Аристотелю** и **Платону**, которые рассматривали в своих политических исследованиях вопросы экономической жизни "с точки зрения аристократии, противопоставляющей себя растущему классу торговцев и связывающей перспективы своей жизни с сельским хозяйством" (Й. Шумпетер). Аристотель смог глубоко проникнуть в вопросы экономического анализа, именно он определил экономику как науку о богатстве и внес ценный вклад в теорию стоимости, цены и денег.

Даже сам термин "экономика" произошел от древнегреческого слова "экономия", которое, как считают ученые, изобрел то ли греческий поэт **Гесиод**, то ли его соотечественник писатель и историк **Ксенофонт**. Слово "экономия" состоит из двух слов: "ойкос" (дом, домашнее хозяйство) и "номос" (знаю, закон). Так что в буквальном, первоначальном смысле "экономия" означает науку о домоводстве, об искусстве ведения домашнего хозяйства. Такая трактовка смысла данного термина не случайна, поскольку хозяйство того времени оставалось в основном натуральным, обособленным и нуждалось в определенном своде норм и правил.

Однако времена менялись, а вместе с ними не только менялся смысл слов, но и появлялись новые термины. Развитие общественного разделения труда и товарно-денежных отношений привело к преодолению замкнутости натурального хозяйства и формированию экономики как единого целого в масштабе того или иного государства. Возникает потребность в знаниях о народном хозяйстве всей страны. В 1615 г. французский эко-

номист **Антуан де Монкретьен** опубликовал "Трактат политической экономии", в котором предложил королю Франции проводить экономическую политику всемерного поощрения торговли и доказал, что последняя является главной целью производства, ибо недостаточно создать товар (как в домашнем хозяйстве), его надо еще продать. Работа А. Монкретьена дала название нарождавшейся тогда науке, которое сохранилось и по сей день.

Слово "политическая" в названии науки также имеет древнегреческие корни. Оно происходит от термина "полис" (город, государство) и заключает в себе более широкий смысл — искусство управления общественным хозяйством.

Политическая экономия с момента своего возникновения главное внимание стремилась уделять обсуждению конкретных проблем, что и явилось **вторым направлением** развития экономики как науки. В XVII — XVIII вв. политическая экономия была эмпирической совокупностью предписаний для действий правительства. Экономисты анализировали текущие хозяйственные проблемы и предлагали решения, призванные увеличить доход государства и монарха.

В этот период основным направлением экономической мысли был **меркантилизм** — концепция, согласно которой основа национального благополучия состоит в накоплении благородных металлов (золота и серебра), считавшихся главными формами богатства.

Рецепты меркантилистов значительно различались в зависимости от положения и целей соответствующей страны. Так, в Испании и Португалии главная задача состояла в том, чтобы сохранить драгоценные металлы, поступавшие в эти страны после открытия рудников в Америке. С этой целью меркантилистски настроенные экономисты **Оливарес** и **Сантис-Ортис** советовали запретить вывоз драгоценных металлов и ввоз иностранных товаров. Результатом их деятельности стало экономическое удушение этих стран.

Во Франции в период кольбертизма упор был сделан на проведение государством протекционистской политики, направленной на стимулирование экспорта и ограничение импорта и обеспечение за счет этого положительного сальдо торгового баланса.

В Великобритании решение видели в том, чтобы создавать богатство на прибыли от мореплавания и заморской торговли. Введенное там в XVI в. Строжайшее торговое законодательство имело целью создание положительного золотого сальдо на основе принципа "баланс контрактов", т. е. требования, чтобы ни один контракт английских подданных с иностранцами не приводил к чистой утечке драгоценного металла.

В итоге все эти установки, проводившиеся в жизнь с большей или меньшей настойчивостью, потерпели крах, поскольку накопление денежного металла без достаточного развития национального производства быстро привело к инфляции.

Поэтому вклад меркантилистов в экономическую науку весьма незначителен. Они прежде всего стремились предложить те или иные меры **экономической политики.** Их исследования национальной экономики, протекционизма, валютного обмена достаточно интересны, однако слабость этих авторов объясняется тем, что экономика казалась им искусственным механизмом, многочисленные детали которого можно поддерживать в равновесии лишь благодаря целому набору постановлений и указов. У меркантилистов не было синтетического, обобщающего взгляда на экономику и ее функционирование, и поэтому многие авторы считают их концепции *донаучной фазой* в развитии политической экономии[1].

В формировании и развитии политической экономии *как науки* выдающуюся роль сыграли такие экономисты, как **Франсуа Кенэ, Адам Смит, Давид Рикардо, Жан Батист Сэй, Джон Стюарт Милль, Карл Маркс.** Несмотря на различия их взглядов, иногда существенные, все они относятся к **классикам политической экономии.** Классиков объединяло то, *что источник богатства* страны они искали не в количестве ее природных ресурсов и не в ее активном торговом балансе, а *в эффективной форме организации общественного хозяйства.* Предметом их анализа стали отношения между людьми в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг. Вместе с тем учения классиков отличались известной абстрактностью, оторванностью от конкретных запросов хозяйственной жизни. Их исследования носили во многом экономико-философский характер, касались в основном не конкретно-экономического анализа, а обоснования государственной политики.

Зарождение классической политэкономии обычно связывают с выходом в свет двух выдающихся произведений: "Экономической таблицы" Ф. Кенэ в 1758 г. во Франции, о которой один из современников сказал, что наряду с изобретением письменности и денег она представляет собой третье из главных изобретений человеческого ума; и "Исследования о природе и причинах богатства народов" А. Смита в 1776 г. в Англии, которое сделало его автора "истинным творцом современной политической экономии"[2].

Ф. Кенэ явился основателем *школы физиократов*, представители которой считали, что только земля производительна и что только труд сельскохозяйственных работников способен создать чистый продукт, т. е. доход, превышающий затраты. Все другие виды деятельности (промышленность, торговля) являются "бесплодными", поскольку они лишь перерабатывают продукты, не увеличивая их количество. Свои доходы промышленники и купцы получают из вторых рук. Однако физиократам так и не удалось обосновать идею о непроизводительном характере "бесплодных" ремесел, вследствие чего их престиж постепенно стал падать. Этому в значительной

---

[1] *Барр Р.* Политическая экономия. С. 32–33.

[2] *Жид Ш., Рист Ш.* История экономических учений. М., 1995. С. 51.

мере способствовал и промышленный подъем в Англии, которая в отличие от аграрной Франции значительную часть своего богатства получала за счет бурного развития мануфактурного производства.

А. Смит и его последователи разработали экономическую теорию, в основе которой лежала *концепция трудовой стоимости.* Они считали, что богатство создается трудом не только земледельцев, но и всех других классов, всей нации в целом. Все классы, участвуя в процессе производства, сотрудничают, кооперируются, что исключает всякое различие между "бесплодными" и производительными видами деятельности. Это сотрудничество наиболее эффективно, если оно осуществляется посредством рыночного обмена.

Во второй половине XIX в. центр тяжести в экономическом развитии постепенно переносится с государственного уровня на уровень фабрики, предприятия. Это находит отражение и в общей парадигме экономических взглядов.

Качественный экономический анализ заменяется количественным, исследования концентрируются все в большей мере на рассмотрении конкретных отношений рыночных агентов, выработке соответствующих практических рекомендаций. Ученые все чаще стремятся оптимизировать использование ограниченных ресурсов, широко применяя для этих целей теорию предельных величин, дифференциальное и интегральное исчисление. Страницы экономических сочинений заполнили различные диаграммы, алгебраические формулы и геометрические фигуры, моделирующие всевозможные рыночные ситуации. Вслед за этим меняется и название самой науки. Понятие "политическая экономия" *(political economy)* вытесняется новым, упоминавшимся выше названием — "экономика" *(economics).*

Свое новое название экономическая наука получила в вышедшей в 1890 г. книге выдающегося английского экономиста, основоположника **неоклассического направления**, главы кембриджской школы **Альфреда Маршалла** "Принципы экономической науки" *(Principles of Economics).* Эта книга, по словам Дж. Кейнса, положила начало "современной эры в британской экономической науке". Автор книги считал, что экономические исследования должны выводиться из житейской практики, быть научным обобщением рационального мышления и поведения рыночных агентов[1]. Поэтому под экономикой стали понимать науку, исследующую поведение людей в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг при использовании ограниченных ресурсов.

В центре внимания представителей неоклассического направления (в отличие от классиков неоклассики строили свои исследования, основываясь не на объективных закономерностях, а на субъективных взглядах рыночных агентов, и полагали, что цена товара основана не на издержках

---

[1] *Маршалл А.* Принципы экономической науки: В 3 т. Т. 1 / Пер. с англ. М., 1993. С. 71.

его производства, а на альтернативной стоимости выпуска и определяется рынком в результате "уравновешивания" затрат производителей и потребностей потребителей) находился анализ условий, при которых потребители и производители максимизируют свое благосостояние. Как показал **А. Маршалл**, такая максимизация возможна лишь в условиях свободной конкуренции, и именно тогда, когда рынок приходит в состояние сбалансированности, равновесия. Достигнув экономического компромисса, продавцы и покупатели не заинтересованы в отказе от него, так как это только ухудшит их положение.

Созданные неоклассиками инструменты анализа и сегодня составляют "золотой фонд" мировой экономической науки. Это эластичность спроса, полезность и предельная полезность, различие между краткосрочным и долгосрочным периодами при учете временных воздействий на хозяйственную деятельность, анализ внутренней и внешней производственной экономии в теории фирмы, взаимозависимость рынков товаров и рынков факторов производства и др.

Идеализация механизма свободной конкуренции ("невидимая рука" рынка способна направлять развитие экономики по наиболее эффективному пути), недооценка роли государства (оно должно быть лишь "ночным сторожем"), характерные для неоклассиков, определяли развитие экономической теории на протяжении ряда десятилетий, вплоть до конца 20-х годов нынешнего века. Экономическая теория этого периода сначала называлась теорией цены, затем теорией фирмы и наконец получила широко используемое сегодня название "**микроэкономика**".

Уже на рубеже двух веков микроэкономический анализ подвергается острой критике со стороны некоторых ученых, однако в конечном счете оппозиционные выступления, как это часто случается, только способствовали развитию и укреплению авторитета неоклассического направления. В этот период науке стали известны имена таких выдающихся ученых, как **А. Пигу, К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер, Л. Вальрас, В. Парето и др.**

Однако нельзя не отметить, что неоклассическая теория, ставившая во главу угла своих исследований деятельность и поведение отдельных рыночных субъектов, достижение ими частичного рыночного равновесия, испытывала все большие трудности, когда нужно было переходить от теоретических построений и моделей к объяснению реальной действительности. Опираясь на закон рынков **Ж. Б. Сэя**, согласно которому предложение продукта всегда создает спрос на него ("товары обмениваются на товары"), неоклассики обосновывали саморегулирующийся характер рыночной экономики, способность механизма свободной конкуренции восстанавливать нарушенное равновесие и обеспечивать тем самым динамичное бескризисное развитие. Между тем жизнь говорила о другом: кризисные явления, усиливавшиеся в западных странах на протяжении всех 20-х годов (по прогнозам неоклассиков, они вот-вот должны были рассосаться), вылились в

Библиотека
им. Низами

грандиозный по своим масштабам и глубине мировой экономический кризис (Великая депрессия) 1929—1933 гг. Вместе с кризисом хозяйства наступает кризис и в микроэкономической теории, в частности неоклассическом направлении как ее сердцевине.

На авансцену экономической мысли поднимается новое направление научного анализа — **кейнсианство,** поставившее в центр внимания проблемы **макроэкономики.** Вышедшая в 1936 г. книга выдающегося английского экономиста Дж. М. Кейнса "Общая теория занятости, процента и денег" произвела подлинную революцию в экономической теории и дала ответы на многие вопросы, которые не могли быть получены в рамках микроэкономического анализа. Кейнс отказался от главного постулата неоклассического учения — закона рынков Сэя — и следующей из него формулы рыночного механизма как идеальной саморегулирующейся системы. Двигателем экономического развития, по мнению Кейнса, является не предложение, а спрос, и именно он выступает решающим фактором развития производства и предложения. Но рыночный механизм как раз и не может обеспечить достаточный уровень совокупного спроса, поскольку последний определяется ожиданиями предпринимателей на предстоящий период. Эти ожидания способствуют определению объема инвестиций. Решения же осуществлять инвестиции в зависимости от прогнозируемого спроса зависят от соотношения процентной ставки (стоимости наличных денег, необходимых для финансирования инвестиций) и предельной эффективности капитала, которая определяется предпринимателем. Соотношение этих двух показателей определяет объем инвестиций.

Что касается сбережений, то они представляют собой остаток, получаемый после выделения части дохода на потребительские расходы.

Таким образом, как показал Кейнс, в современной рыночной экономике присутствует ряд факторов, обусловливающих сохранение дефицита совокупного спроса, а следовательно, недостаточный объем производства и неполную занятость. Поэтому для повышения совокупного спроса Кейнс рекомендовал использовать соответствующую бюджетную и кредитно-денежную политику государства. Такая политика должна стимулировать не только частные капиталовложения и рост потребительских расходов, но и прежде всего государственные инвестиции, призванные играть регулирующую роль в национальном хозяйстве и быть движущей силой экономического развития. В дальнейшем значительный вклад в разработку теоретической системы Кейнса внесли **А. Хансен, П. Самуэльсон, А. Лернер, Р. Масгрейв, Г. Эккли, У. Хеллер, Дж. Пекман** (США), **Дж. Хикс** (Англия).

Кейнсианцы (неокейнсианцы) считают, что государство, используя инструменты стимулирующей политики, способно добиться полной занятости. Кроме того, сокращая совокупный спрос, оно может смягчить давление инфляции. Для увеличения совокупного спроса предлагалось рас-

ширять государственные расходы или снижать налоги, для борьбы же с инфляцией требовались прямо противоположные меры: уменьшение покупательной способности населения путем урезания государственных расходов или повышения налогов.

Кейнсианский подход к механизму функционирования экономики имел большой успех с конца 40-х и до 60-х годов, когда его стали критиковать сначала монетаристы, а в последние годы и представители новой классической макроэкономической теории.

Монетаризм представляет собой такое течение экономической мысли, которое ставит деньги в центр макроэкономической политики, отводя им решающую роль в циклическом движении национального хозяйства. Монетаристские концепции послужили основой денежно-кредитной политики, используемой в качестве важнейшего инструмента государственного регулирования экономики. Задача государства в области управления экономикой сводится, с точки зрения современных монетаристов, к контролю над денежной массой, эмиссией денег, находящихся в обращении и в запасах, достижению сбалансированности государственного бюджета, установлению высокого банковского процента по кредитам.

Зачатки идей монетаризма просматриваются еще в экономических учениях древности и в явном виде присутствуют у меркантилистов. Определенные элементы монетаристского подхода прослеживаются и в работах английских классиков. Сформулированная шотландским философом **Давидом Юмом** (1711—1776) количественная теория денег, связывавшая уровень цен с объемом денежной массы в стране, получила поддержку, в частности, со стороны Д. Рикардо. Но современный вариант концепции монетаризма наиболее ярко выражен в работах лауреата Нобелевской премии по экономике за 1976 г. профессора Чикагского университета **Милтона Фридмена** (род. в 1912 г.).

Достижения Фридмена в области монетаризма так или иначе связаны с анализом теории Кейнса и его последователей, исходивших из положения о незначительном влиянии денег на общие расходы, потребление и цены и из неспособности рыночной экономики автоматически обеспечить полную занятость и стабильность цен. Критикуя эти положения, Фридмен в целом ряде своих работ, в том числе по монетарной истории США, показал, что все крупные изменения хозяйственной жизни связаны прежде всего с "денежными импульсами", эмиссией денег. "Хозяйство пляшет под дудку доллара, повторяет его танец" — так образно сформулировал главный вывод своих исследований Фридмен.

Объем денежной массы влияет на величину расходов домашних хозяйств и фирм: увеличение количества денег в экономике приводит к росту производства, а после полной загрузки мощностей — к росту цен, чистой инфляции. Поэтому Фридмен предлагает отказаться от **краткосрочной** денежной политики, на которой настаивали кейнсианцы, поскольку изме-

нения денежной массы сказываются на развитии экономики не сразу, а с некоторым опозданием и это может привести к непредсказуемым результатам. Ее следует заменить **долгосрочной** политикой, рассчитанной на достижение соответствия между темпом прироста денег в обращении и темпом прироста валового национального продукта (ВНП). В этом состоит так называемое **денежное правило Фридмена**, соблюдение которого, по мнению автора, позволяет обеспечить устойчивость цен и стабильность экономического развития.

Выводы монетаристов относительно неэффективности денежной политики в краткосрочном периоде были подвергнуты критике сторонниками **неоклассической макроэкономической теории**. Эта научная школа сформировалась в 70-е годы в результате применения принципов микроэкономического анализа к сфере макроэкономики. Неоклассики выдвинули весьма продуктивную **гипотезу рациональных ожиданий**, за которую ее автор **Роберт Лукас**, профессор Чикагского университета, удостоился Нобелевской премии по экономике за 1995 г. Согласно данной гипотезе, ожидания являются чрезвычайно важными мотивами поведения для всех, кто принимает экономические решения: компаний, организаций и даже отдельных семей. До этого подобные расчеты нередко строились на произвольной или даже статической основе. Так, ожидаемый уровень цен рассматривался как практически неизменный. Гипотеза рациональных ожиданий позволила постоянно заглядывать вперед и соотносить эти ожидания с изменяющимися данными.

С точки зрения неоклассиков, даже в долгосрочном периоде любые меры по стимулированию экономического роста оказываются полностью ожидаемыми населением и фирмами, которые скорректируют свое поведение таким образом, что хозяйственные показатели в реальном выражении не изменятся. В частности, если правительство увеличит государственные расходы ради создания дополнительных рабочих мест, налогоплательщики, осознавая, что при этом придется платить более высокие налоги в будущем, будут сокращать свои текущие расходы на соответствующие суммы, для того чтобы сэкономить средства на оплату будущих налоговых счетов. При этом дополнительные средства, вложенные в хозяйство, повысят цены и вызовут инфляцию.

Еще одним важным направлением современного экономического анализа является **теория экономики предложения**, завоевавшая популярность в 70–80-е годы. Ее появление было обусловлено серьезным кризисом государственного регулирования рыночной экономики на основе кейнсианских рецептов, который с полной силой проявился в начале 70-х годов. Западная экономическая мысль перешла к активному поиску новых методов оздоровления экономики, которые, как стало ясно в дальнейшем, опирались главным образом на монетаристские взгляды и неоклассические подходы.

В самом названии теории — "экономика предложения" — авторы противопоставляют ее кейнсианству, в центре внимания которого лежит регулирование спроса. С их точки зрения, решающим фактором экономического развития является не спрос, а предложение. Среди наиболее ярких представителей теории экономики предложения можно выделить **Р. Хола**, **Г. Талока**, **Й. Броузона**, **М. Ротбота**, **А. Лаффера** (США). Последний был одним из главных участников претворения теории в жизнь наряду с заместителем и помощником министра финансов в администрации президента США Р. Рейгана П. Робертсом.

Одними из основных постулатов теории экономики предложения были ослабление вмешательства государства в экономические процессы и стимулирование частной инициативы и предпринимательства. Особая роль при этом отводилась государственным финансам: снижению налогов, сокращению государственных расходов, уменьшению количества денег в обращении с помощью соответствующей политики в области государственного кредита.

В обосновании практических рекомендаций в области экономической политики авторы теории экономики предложения центральное место отводят налоговой системе. Они утверждают, что изменения в налоговой системе могут в значительной степени увеличить потенциальный объем производства и, следовательно, оказать сильное благотворное влияние на экономику. Один из главных их аргументов состоит в том, что высокие налоги на доходы снижают стимулы к труду и соответственно уменьшают количество труда, предлагаемого при каждом уровне зарплаты, выплачиваемой фирмами.

Представители этой школы также считают, что увеличение налогов ведет к росту издержек и цен, что в конечном счете перекладывается на потребителей. Повышение налогов порождает импульсы, создающие инфляцию издержек. Кроме того, высокие налоги сдерживают инвестиционный процесс, вложение средств в новые технологии, в перестройку и совершенствование производства.

Исходя из этих рассуждений сторонники новой налоговой теории сформулировали два "нравственных" вывода. Первый вывод заключался в том, что, насколько увеличивается налог, настолько уменьшается товарный труд, т. е. настолько увеличивается стремление отдельного человека к вложению труда в сферы деятельности, не подлежащие обложению налогами. Второй вывод устанавливал зависимость между налогами и сбережениями: налоговое бремя уменьшает размеры сбережений. "Нравственные" выводы теории экономики предложения ярко демонстрировали, что одним из главных способов обеспечения экономического подъема является уменьшение налогов[1].

---

[1] Подробнее см.: *Сумароков В.* Государственные финансы в системе макроэкономического регулирования. М., 1996.

В своих аргументах о вреде политики высоких налогов представители теории экономики предложения опираются *на налоговую кривую Лаффера* (рис. 1-1), получившую название по имени американского экономиста **А. Лаффера**, обосновавшего зависимость бюджетных доходов от налоговых ставок.

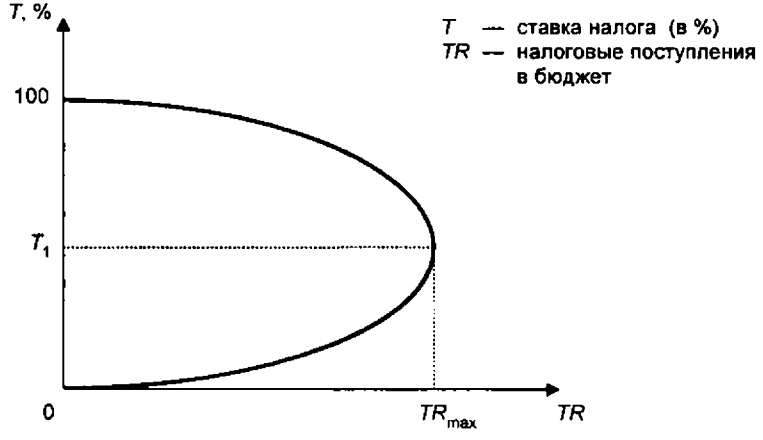


Рис. 1-1. Кривая А. Лаффера

Согласно рассуждениям Лаффера, чрезмерное повышение налогов на доходы фирм отбивает у последних стимулы к инвестициям и техническому переоснащению производства, замедляет экономический рост, что в конечном счете отрицательно сказывается на доходах государственного бюджета. При налоговой ставке T_1 (оптимальная ставка) обеспечиваются максимальные поступления в бюджет. Дальнейшее повышение налогов снижает стимулы к труду и предпринимательству, а при 100%-м налогообложении доход государства равен нулю, поскольку никто не станет работать бесплатно.

Положения и выводы теоретиков экономики предложения стали одним из важных элементов политики "рейганомики" в США в 80-е годы, при которой произошло резкое уменьшение подоходного налога. Рост дохода, вызванный усилением стимулов к труду, по утверждению сторонников теории предложения, должен был с лихвой компенсировать сокращение поступлений вследствие уменьшения ставки налога. Но в реальности все обернулось по-другому: общие налоговые поступления уменьшились и бюджетный дефицит США значительно увеличился. Однако это обстоятельство не поставило под сомнение концепцию кривой Лаффера. На самом деле, как считают многие экономисты, ошибка состояла в предположении, что ставка налога в американской экономике была выше T_1 до снижения налогов в начале 80-х годов.

Особое место в современной экономической теории занимает **институционально-социологическое направление**, представителями которого являются **Т. Веблен, Дж. Коммонс, У. Митчелл, Дж. Гэлбрейт**. Свое имя это течение получило по названию книги Дж. Коммонса "Институциональная экономика", вышедшей в 1924 г. в Нью-Йорке. Однако основателем институционально-социологического направления считается Т. Веблен (1857—1929), доктор философии Йельского университета, выпустивший в 1899 г. книгу "Теория праздного класса". Буквально термин "*институционализм*" происходит от понятий "*институция*" (обычай, заведенный порядок) и "*институт*" (порядок, закрепленный в форме закона или учреждения).

Представители институционализма подошли к исследованию экономических проблем с нетрадиционных позиций. По существу, их метод явился реакцией на метод классической и неоклассической школ, исходным пунктом которого был *человек экономический* (состоящий из мельчайших психологических элементов, сведенных в единое целое). Институционалисты предложили исследовать человека "не изолированно, а с учетом его среды". Поэтому "человека экономического" они заменяют "социологическим человеком", находящимся в центре общественных отношений, или "человеком в конкретной ситуации".

С методологической точки зрения институционалисты очень близки к сторонникам **исторической школы** (известного направления экономического анализа, основанного немецкими экономистами в середине XIX в. **(Рошер, Гильдебранд и Книс)** и развитого в период после 1870 г. **Шмоллером, Вагнером, Брентано, Бюхером и др.).** Эти экономисты предлагали изучать экономические явления с учетом места, времени и среды. Институционалисты считают, что окружающая человека среда состоит главным образом из институтов в самом широком смысле этого слова, т. е. из совокупности писаных и неписаных законов и установок, которых придерживаются хозяйствующие субъекты какого-либо сообщества, а также из совокупности органов, учреждений, социологических и административных групп, которые формируют структуру этой среды. В круг институтов попадают такие понятия, как государство, семья, моральные и правовые нормы, корпорации, профсоюзы, различные экономические явления и механизмы. Сюда же можно отнести общественное мнение, моду, высшее образование, свободное предпринимательство, частную собственность, кредит и т. д.

Метод институционально-социологической школы учитывает одновременно и эволюцию институтов, изменяющую условия хозяйственной жизни, и влияние экономики на сами эти институты.

Представителям этой школы были свойственны практическая ориентация, выработка рекомендаций относительно механизма вмешательства в рыночную экономику. Их практические рекомендации были весьма разнообразными: поставить во главе экономики "совет техников" (Т. Веблен); осуществить планирование рыночного хозяйства (У. Митчелл); создать представительное от всех социальных слоев правительство, способное

примирить противоположные интересы (Дж. Коммонс); провести национализацию крупных корпораций, расширить государственный сектор в экономике и создать систему национального планирования (Дж. Гэлбрейт).

Важное место в исследованиях институционалистов занимают и многие социальные проблемы рыночной организации производства: безработица, сильная социальная дифференциация, бедность значительной части населения и др.

В послевоенный период популярность "чистого" институционализма начала падать. Как считают некоторые исследователи, из отдельного течения, каким он хотел быть, институционализм превратился, с одной стороны, в составную часть экономической теории, с другой — в метод общего анализа процессов и сдвигов в реальной экономической системе[1]. Примером второго случая можно считать **современный неоинституционализм**, в рамках которого возникли экономическая *теория прав собственности* (Р. Коуз, США), *теория экономической организации* (Р. Коуз, О. Уильямсон, США; Б. Хансен, Швеция), *теория общественного выбора* (Д. Бьюкенен, США) и др. Неоинституционализм характеризуется отходом от абсолютизации технических факторов и придает особое значение роли трансакционных издержек (издержек рыночной координации производства). На основе концепции трансакционных издержек была обоснована новая роль права собственности в механизме функционирования и развития рыночного хозяйства, дан ответ на вопрос, зачем нужна фирма, если есть рынок, разработан ряд других интересных проблем хозяйственной жизни. В теории общественного выбора исследуются взаимосвязи политических и экономических явлений. Особенность этой теории заключается в том, что частный интерес считается основным побудительным мотивом деятельности не только индивида и фирмы, встречающихся на рынке, но и общественной жизни людей. В общественной жизни люди ведут себя исходя исключительно из частных интересов, что в итоге не всегда отвечает интересам общества в целом.

В общем же можно отметить, что характерный для институционализма междисциплинарный подход к анализу экономических процессов с привлечением данных социологии, права, политологии, этнографии и других наук, эволюционный принцип в анализе экономических явлений, изучение их в развитии в отличие от традиционной для неоклассической экономической теории статичности, эмпирический метод исследования с использованием обширного статистического и фактического материала в противоположность абстрактно-теоретическому доказывают, что западная экономическая наука обнаруживает новые скрытые резервы развития, способна дать ответы на новые вопросы, встающие в процессе функционирования общественного производства.

---

[1] *Майбурд Е. М.* Введение в историю экономической мысли: От пророков до профессоров. М., 1996. С. 497.

1.2. ПРЕДМЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Само название предмета науки — "экономика" — подразумевает *экономию* или *максимизацию:* все участники хозяйственной деятельности стремятся в конечном счете повысить свое благосостояние. Й. Шумпетер как-то заметил, что способность человека действовать как рациональное существо, как "логическое животное" укладывается в рамки дарвиновской борьбы за выживание. Подобно тому, как в этой борьбе за выживание развился большой палец человека, мозг человека развивается в процессе решения экономических проблем.

Есть три ключевые экономические проблемы, которые люди пытаются решить и которые являются важнейшими и для экономической науки.

1. **Что** производить и в каких количествах?
2. **Как** производить (т. е. с помощью какого сочетания ресурсов и каких технологий)?
3. **Для кого** производить (т. е. кто будет потреблять продукцию, извлекать из нее пользу)?

В разных экономических системах эти вопросы решаются по-разному. В командно-административной экономике инструментом их решения был план. В рыночном хозяйстве все они решаются через механизм цен, поскольку в условиях рынка именно цена является индикатором общественных потребностей.

Как же решает эти три фундаментальные экономические проблемы рынок? Ответ на этот вопрос, по существу, относится к предмету экономической науки.

Рассуждая об экономических проблемах общества, мы должны отметить прежде всего тот факт, что *потребности людей в материальных благах и услугах практически неограниченны*: люди постоянно стремятся к повышению своего уровня жизни. Разумеется, понятие потребности само по себе относительно, поскольку его содержание во многом субъективно. Есть основные (первичные) жизненные потребности (в пище, одежде, жилище и т. п.) и потребности неосновные (вторичные): комфорт, досуг. Граница между этими категориями зависит от уровня развития общества. По мере прогресса происходит увеличение потребностей и их дифференциация. Как отдельные лица, так и общество в целом стремятся к максимальному удовлетворению своих разнообразных потребностей. Этим и объясняется тот факт, что потребности людей в различных благах практически не имеют предела насыщения.

Другим неоспоримым фактом является то, что любое общество сталкивается с проблемой ограниченности, *редкости ресурсов* (труд, земля, капитал, знания), необходимых для удовлетворения постоянно растущих потребностей. Если бы ресурсы не были ограниченными, каждый индивид

и общество в целом имели бы все, что пожелают: первоклассные дороги, любые марки автомобилей, добротные отдельные дома, прекрасные произведения искусства и др. Понятно, что в реальной действительности такое просто невозможно. Общество не в состоянии создать полное изобилие, удовлетворить *все* потребности *всех* людей. Оно может сделать другое: удовлетворить *все* потребности лишь *отдельных* людей. Но это означает, что при этом остальные люди вынуждены были бы отказаться от более высокого уровня потребления.

Таким образом, общество сталкивается с фундаментальной экономической проблемой — с противоречием между растущими человеческими потребностями в разнообразных благах и ограниченными ресурсами для удовлетворения этих потребностей. Из этого универсального противоречия выводится **предмет экономической теории: исследование проблемы эффективного использования ограниченных ресурсов или управления ими с целью достижения максимального удовлетворения материальных потребностей людей.** Как пишут К. Макконнелл и С. Брю, "*экономика — это исследование поведения людей в процессе производства, распределения и потребления материальных благ и услуг в мире ограниченных ресурсов*"[1].

Вернемся к проблеме редкости. Экономическая теория рассматривает редкость только в сопоставлении с потребностями людей. Это значит, что **редкость как экономическое понятие носит не абсолютный, а относительный характер: производственные ресурсы ограниченны лишь относительно потребностей общества.**

Однако не все находящиеся в распоряжении людей производственные ресурсы и другие блага являются ограниченными. Некоторые из них имеются в изобилии и доступны всем в любом количестве (воздух, энергия ветра, солнечные лучи и т. п.). При использовании таких ресурсов перед людьми не встает проблема их экономии, производства, эффективного распределения и т. д. Такие ресурсы (блага) экономисты называют **свободными** или **неэкономическими**. Соответственно редкие, ограниченные ресурсы (блага) называются **экономическими**.

Экономическая теория занимается только экономическими (редкими) благами. Она формулирует принципы и законы все более полного удовлетворения потребностей людей с помощью экономических благ. В связи с этим некоторые авторы определяют экономику как науку об экономических благах.

Непосредственным следствием редкости ресурсов является конкуренция за их применение в различных возможных целях. **Выбор** вариантов, направлений, способов распределения редких ресурсов занимает одно

[1] *Макконнелл К. Р., Брю С.* Экономикс: принципы, проблемы и политика: В 2 т. Т. 1. М., 1992. С. 18.

из центральных мест в экономическом анализе. Выбор осуществляют все: потребители, предприятия, правительство. Экономисты исходят в своих рассуждениях об экономическом выборе из гипотезы о рациональном поведении людей. **Рациональное поведение** — это поведение, направленное на достижение участниками хозяйственной деятельности максимальных результатов при имеющихся ограничениях. К задачам, связанным с рациональным ведением хозяйства, относится, например, распределение дохода потребителя на цели потребления и сбережения, общей суммы расходов на потребление между различными видами товаров и услуг, средств компании на приобретение рабочей силы и капитальные затраты (на покупку машин, оборудования) и т. д. В каждом из этих примеров соответствующие ресурсы — доход или суммы, расходуемые фирмой на закупку факторов производства, — небеспредельны; напротив, они ограниченны и в каждом случае приходится выбирать один из возможных вариантов распределения.

Таким образом, экономическую теорию можно считать также наукой о рациональном поведении людей в процессе их хозяйственной деятельности. Экономика представляет собой совокупность определенных институтов (домашние хозяйства, фирмы, профсоюз, государственные учреждения и т. п.), каждый из которых решает стоящую перед ним задачу рационального хозяйствования, и экономическая теория анализирует распределение всеми этими институтами ограниченных ресурсов на различные цели.

Что представляют собой такие институты и какова их целевая функция?

ДОМАШНИЕ ХОЗЯЙСТВА (потребители) — это отдельные лица или группы лиц, получающие доходы и расходующие их на потребление товаров и услуг. *Целью домашнего хозяйства (потребителя) является максимизация полезности, т. е. удовлетворения, которое оно может получить от потребления того или иного блага.*

ФИРМЫ — это предприятия, находящиеся в единоличной собственности, товарищества, акционерные общества, производящие товары или услуги для продажи другим фирмам или конечным потребителям. *Целевая функция фирмы — максимизация прибыли от продажи товаров или услуг на рынке.*

В числе важных экономических институтов выделяют еще профсоюзы и правительственные организации (государство).

ПРОФСОЮЗЫ — это группы людей, работающих по найму, организованные для того, чтобы заключать с предпринимателями коллективные договоры с *целью максимизации удовлетворения групповых интересов.*

ГОСУДАРСТВО — это система политических учреждений, часто имеющих важные экономические функции. *Целью государства является максимизация общественного благосостояния.*

Таким образом, мы видим, что субъекты рынка, призванные принимать решения по максимизации своего благосостояния, представляют собой совокупность определенных групп, в которой обычно выделяется некая господствующая структура, принимающая эти решения.

Это относится не только к профсоюзам и государству, но и к семьям (домашним хозяйствам) и фирмам. Как пишет Р. Барр, в авторитарной семье планы ведения домашнего хозяйства (потребления и получения дохода) разрабатываются по решению главы семьи. В семье же с ослабленными связями или в частично разобщенной семье каждый ее член имеет относительную независимость. Современная семья, где супруги и дети работают, быть может, в какой-то степени каждый на себя, отличается от семьи прошлых веков. Поэтому Р. Барр ставит вопрос: можно ли сегодня по-прежнему рассматривать семью как экономическую микроединицу?

То же относится и к фирме. Современная фирма состоит из различных служб, разнообразных управлений или отделов, каждый из которых имеет свои цели и старается обеспечить им приоритет.

Однако, полагает Р. Барр, и семью, и фирму вряд ли можно считать комплексными единицами. Каковы бы ни были перемены, остаются глава семьи и глава фирмы, т. е. некая власть, принимающая решения, без которой ни семья, ни фирма не могут существовать. Заимствуя у специалистов по государственному праву одно проводимое ими различие, Р. Барр подчеркивает, что нет *децентрализации*, а есть *деконцентрация* той властной инстанции, которая в конечном счете и решает все. В комплексной же единице децентрализация существует как исходная категория: инстанция, принимающая ключевые решения, выделяется самой группой, где решаются автономные проблемы[1].

1.3. КРИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ: РЕДКОСТЬ, АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИЗДЕРЖКИ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

При рассмотрении большинства экономических проблем экономисты широко используют разного рода **модели**, которые хотя и упрощают реальную действительность, но позволяют в сжатой форме иллюстрировать содержательные выводы.

Для решения основной экономической проблемы — что, как и для кого производить — используется **модель кривой производственных возможностей (КПВ).**

---

[1] *Барр Р.* Политическая экономия. Т. 1. С. 121.

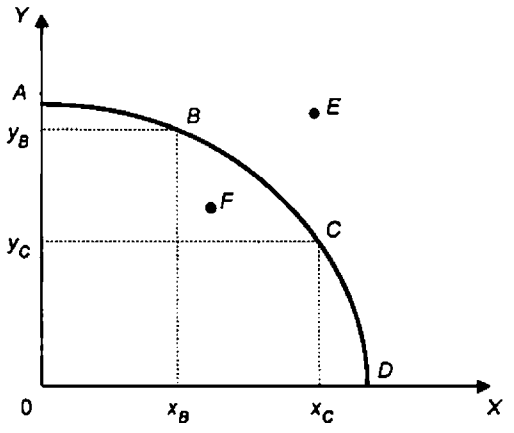


Рис. 1-2. Кривая производственных возможностей

Представим себе гипотетическую страну, жители которой могут использовать свои людские, производственные и природные ресурсы для производства двух групп товаров — хлеба (X) и пушек (Y).

КПВ их экономики строится следующим образом. Если все ресурсы страны будут вовлечены в производство пушек, то страна сможет их произвести в объеме A, при этом производство хлеба будет равно нулю, и наоборот, если все ресурсы будут вовлечены в производство хлеба, страна сможет получить его в объеме D, но при этом она не сможет выпустить ни одной пушки (рис. 1-2). Если же ресурсы будут распределяться в определенных пропорциях между производством хлеба и пушек, то они смогут выбрать любую комбинацию X и Y. Соединив все точки, характеризующие возможный выпуск двух групп товаров, получим КПВ данной страны.

Что же показывает кривая производственных возможностей и каковы ее свойства?

КПВ дает представление о четырех взаимосвязанных **понятиях:**

а) ограниченности (редкости) ресурсов;
б) эффективности экономики;
в) экономическом выборе;
г) альтернативных затратах.

Прокомментируем эти утверждения.

Прежде всего КПВ показывает **максимально возможные и желательные** объемы производства товаров X и Y при **полном** использовании имеющихся ресурсов. Точки A, B, C и D на КПВ отражают эти максимальные объемы. Если мы возьмем точку F внутри пространства, очерченного КПВ, то увидим, что в этой точке производится меньше как товара X, так и товара Y, чем экономика способна производить при полном использовании имеющихся ресурсов. Это означает, что либо часть ресурсов не

используется в производстве (существует безработица, простаивают производственные мощности и т. п.), либо ресурсы используются неэффективно (имеют место потери сырья, рабочего времени, низкая производительность труда).

Если мы посмотрим на точку *E*, находящуюся за пределами КПВ, то сделаем вывод о том, что она недостижима при наличных ресурсах.

Таким образом, КПВ дает представление о **редкости.** В чем заключается редкость? В ограничении, которое очерчивает КПВ: за ее пределами страна при данных технологиях производить не может. Точки *A*, *B*, *C* и *D* показывают возможные комбинации максимальных объемов получаемых благ.

Экономисты определяют точки *A*, *B*, *C* и *D* как **эффективные.** *Эффективной считается такая комбинация ресурсов, при которой невозможно увеличить производство одного товара без сокращения производства другого.*

Так, если страна пожелает выбрать вместо точки *A* точку *B*, то она должна будет отказаться от производства части товара *Y* для увеличения объема выпуска товара *X*. Точка же *F* определяется как **неэффективная**, поскольку увеличение выпуска одного из товаров можно обеспечить без сокращения выпуска другого.

Принцип эффективного распределения ресурсов получил в экономической теории название **Парето-эффективности** по имени итальянского экономиста Вильфредо Парето. В англо-русском словаре *"Economics"* эффективность по Парето определяется как "такой уровень организации экономики, при котором общество извлекает максимум полезности из имеющихся ресурсов и технологий и уже невозможно увеличить чью-либо долю в полученном результате, не сократив другую. В такой ситуации общество находится на границе полезности — возможности"[1].

Таким образом, в трактовке Парето-эффективности слово "эффективность" имеет особый смысл, а именно обозначает условие, при котором все участвующие в производстве ресурсы используются полностью и увеличение выпуска какого-либо блага возможно лишь при сокращении выпуска других. Такое понимание слова "эффективность" шире, чем минимизация издержек: при минимальных издержках данный вариант не только эффективен, но и оптимален.

А теперь конкретизируем ситуацию и введем следующие условия: единица труда может создать 2*Y* или *X*. Всего в производстве используются 100 работников.

Кривая производственных возможностей при таких условиях будет иметь вид, как на рис. 1-3.

Допустим, что общество вместо набора *A* (200,0) решило выбрать набор *B* (150,25). Существует ли какая-нибудь "цена", которую оно платит за

[1] *Долан Э. Дж., Домненко Б.* Economics. Англо-русский словарь-справочник. М., 1994. С. 64.

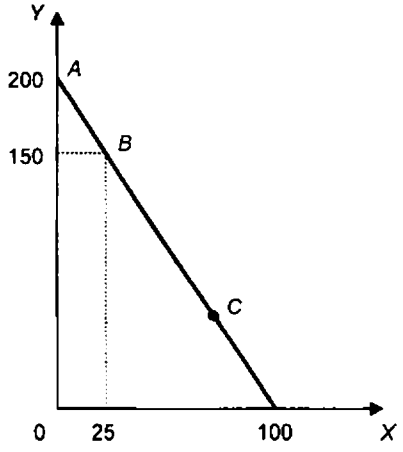


Рис. 1-3. Кривая производственных возможностей: альтернативные издержки

свой выбор? Как видно из графика, производство 25 единиц товара *X* означает, что общество должно пожертвовать 50 единицами *Y*. С другой стороны, производство 150 единиц *Y* "стоит" 75 единиц *X*, которые мы могли бы произвести дополнительно к 25 единицам *X*, если бы вообще не производили товар *Y*.

В экономической науке такая "цена выбора" получила название **альтернативных издержек**. Их также еще называют **издержками упущенных возможностей**.

Таким образом, альтернативные издержки — это количество одного товара, которым необходимо пожертвовать для увеличения производства другого товара.

Для большей наглядности приведем еще один пример. Допустим, что парикмахер получает 500 ден. ед. в месяц, но имеет квалификацию техника по ремонту автомобилей и может работать в автосервисе, получая месячный доход в 1500 ден. ед. В этом случае альтернативные издержки его работы в качестве парикмахера составляют 1500 ден. ед.

Как видим, альтернативные издержки — это потери других, альтернативных выгод (товаров, зарплаты, дивидендов и т. д.), которые могли бы быть получены за счет тех же ресурсов.

Такое толкование издержек на первый взгляд кажется странным, но оно имеет большое аналитическое значение и является единственно верным при принятии **экономических (финансовых, инвестиционных и др.) решений**. В отличие от *бухгалтера*, который фиксирует *фактические затраты* тех или иных ресурсов и отвечает на вопросы: "Сколько это стоит?" или: "Сколько надо за это заплатить?", *экономист* учитывает утрату неиспользованных возможностей и ставит вопрос по-иному: "От чего необходимо отказаться, чтобы получить что-то?"

Вот как объясняются альтернативные издержки применительно к инвестиционному решению в учебнике, специально написанном для менеджеров: *"На первый взгляд концепция альтернативных издержек (цены выбора) представляется бесхитростной. Очевидно, что когда кто-то инвестирует 1000 долл. в акции вида А, то он не может быстро обернуться и инвестировать эту же 1000 долл. в акции вида Б. Однако если акт отказа от Б в пользу А не каприз, то должна быть какая-то причина, по которой инвесторы решают в пользу одной из двух альтернатив. Она есть, и называется она альтернативными издержками.*

Возьмем прибыль фирмы. Администрация может либо выплатить ее акционерам в форме дивидендов, либо оставить для инвестирования в компанию. По-видимому, администрация решает, что делать, подсчитывая альтернативные издержки реинвестирования доходов. Если компания может использовать деньги на проекты, которые принесут 10% прибыли, тогда как самая высокая прибыльность, которую могут получить акционеры, инвестируя в проекты на стороне с тем же риском, равна 8%, то администрация принесет акционерам финансовую выгоду, удерживая прибыль. Если нет, то, естественно, администрации следовало бы выплатить доходы в форме дивидендов, чтобы акционеры могли получить больший доход, инвестируя по другим направлениям"[1].

Вернемся к кривой производственных возможностей и усложним нашу модель. Предположим, что в производстве используется не только живой **труд, но и машины**. Пусть единица труда производит 2 единицы товара *Y* и 1 единицу товара *X*, а 1 машина — 1 единицу товара *Y* и 2 единицы товара *X*. Всего в производстве используется 100 работников и 100 машин.

Если бы для производства товаров *X* и *Y* нужен был только живой труд, то КПВ имела бы вид (рис. 1-4, *а*).

Если бы для производства товаров *X* и *Y* требовались лишь одни машины, то КПВ имела бы вид (рис. 1-4, *б*).

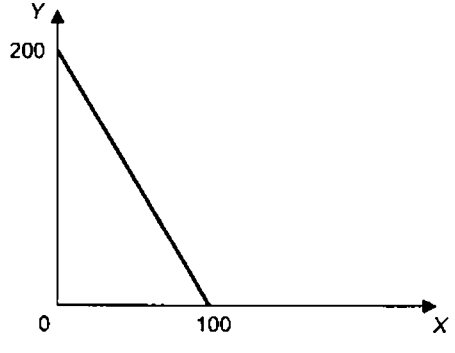


Рис. 1-4, *а*



Рис. 1-4, *б*

[1] *Майталь Ш.* Экономика для менеджеров / Пер. с англ. М., 1996. С. 50.

Однако в нашем примере технология производства требует использования как труда, так и машин, в противном случае мы не сможем обеспечить выпуск необходимых товаров. Следовательно, в модели мы должны учесть **оба ограничения**. КПВ примет вид (рис. 1-5).

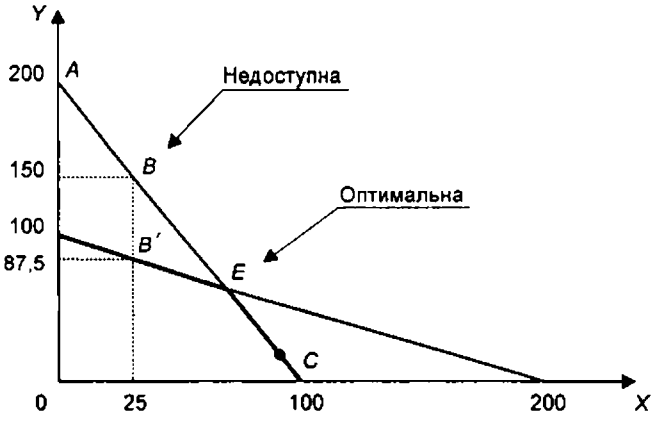


Рис. 1-5. Кривая производственных возможностей: комбинация факторов

Комментарий к графику

Рассмотрим точку *B*. В данной точке имеется достаточное количество труда для производства желаемого набора товаров, однако не хватает машин. Поэтому точка *B* становится недоступной. Если мы хотим производить 25 единиц товара *X*, то это возможно при одновременном выпуске 87,5 единицы товара *Y* (точка *B′*).

Является ли точка *B′* эффективной? Безусловно, несмотря на то что здесь используется лишь часть трудовых ресурсов. Эффективной считается и точка *C*, хотя данный набор товаров производится при избытке машин. Обе эти точки эффективны, поскольку находятся на КПВ. Очевидно, что наиболее предпочтительной, т. е. оптимальной, будет точка *E*, в которой полностью используются и машины, и трудовые ресурсы, хотя это вовсе не значит, что ее выберет общество, оно может остановить свой выбор на любой точке на КПВ с учетом своей системы предпочтений.

Рассмотренная модель показывает, что, чем больше ограничений налагается на производство, тем **более выпуклой** становится КПВ. Степень выпуклости КПВ является показателем роста альтернативных издержек: для расширения производства товара *X* приходится жертвовать все большими объемами товара *Y*, и наоборот.

Следовательно, если КПВ выпукла, то "цена выбора" (альтернативные издержки) увеличивается, так как действует **закон возрастающих затрат**

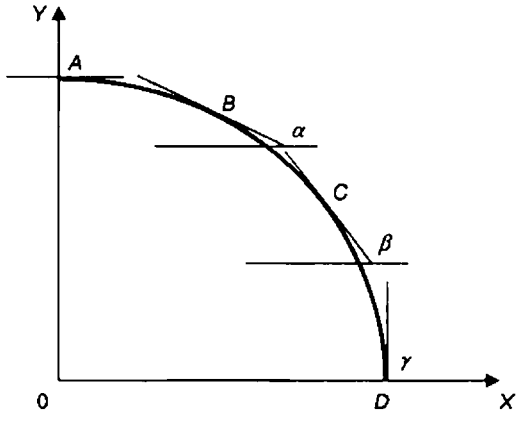


Рис. 1-6. Кривая производственных возможностей: возрастание альтернативных издержек

(увеличивая производство товара X, приходится отказываться от все больших объемов производства товара Y). На графике (рис. 1-6) при переходе из точки A в точку B, далее в точки C и D угол наклона кривой возрастает от 0 до 90°, что свидетельствует о возрастании альтернативных издержек:

$$\alpha < \beta < \gamma.$$

ЦЕНА ВЫБОРА — это *тангенс угла наклона касательной, проведенной к КПВ.*

Какие выводы можно сделать из анализа КПВ для организации производства? Модель КПВ, как видим, достаточно проста, но вместе с тем и весьма содержательна с точки зрения принятия экономических решений.

Рассмотрим два хозяйства, каждое из которых производит два товара — хлеб и молоко (рис. 1-7). Допустим, хозяйство семьи Ивановых может производить либо 6 л молока, либо 2 кг хлеба; хозяйство семьи Сидоровых может производить либо 6 л молока, либо 6 кг хлеба.

Для семьи Ивановых альтернативные издержки производства хлеба составят: $X = 3Y$.

Для семьи Сидоровых такие издержки будут равны: $X = Y$.

Это значит, что семья Ивановых имеет **сравнительное преимущество** (способность производить товары и услуги с относительно более низкими альтернативными издержками) по отношению к семье Сидоровых в производстве молока; напротив, семья Сидоровых обладает сравнительным преимуществом по отношению к Ивановым в производстве хлеба.

Концепция сравнительного преимущества утверждает, что людям (и странам) следовало бы специализироваться на тех сферах деятельности, где их производство наиболее эффективно, поскольку от этого они получают определенный выигрыш. Одна из сфер, в которой используются

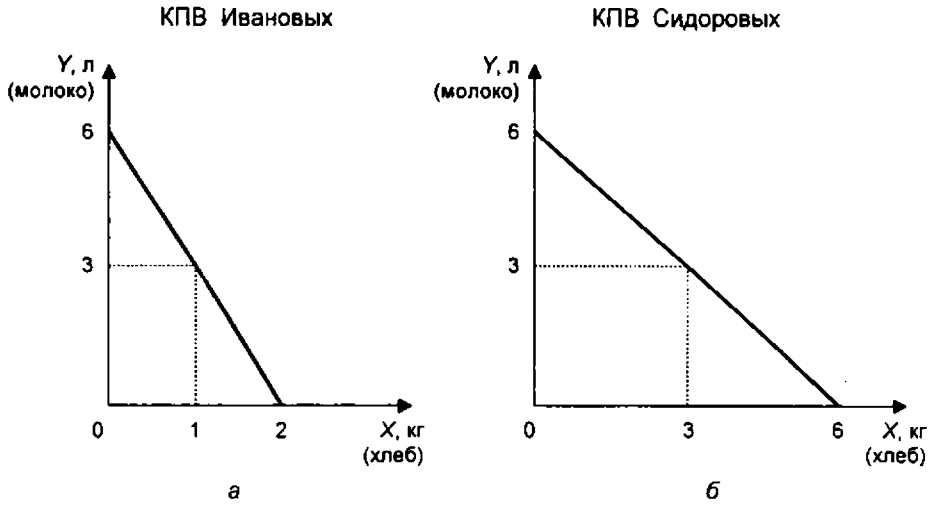


Рис. 1-7. Кривые производственных возможностей двух хозяйств

сравнительные преимущества, — это торговля, в том числе между странами, которая повышает благосостояние участвующих в ней сторон.

Вообще говоря, в экономике все имеют сравнительные преимущества. Как пишет Ш. Майталь, "конкурентоспособность — сравнительное понятие, и мы все не можем быть неконкурентоспособными по отношению друг к другу"[1].

В нашем примере два хозяйства, каждое из которых имеет сравнительные преимущества, могут с целью максимизации выгоды вступить в обмен. Какова будет цена обмена хлебом (P_x — *price*)? Очевидно, она будет находиться в интервале между $Y < P_x < 3Y$. Допустим, $P_x = 2Y$. Цена обмена молоком будет колебаться в пределах:

$$\frac{1}{3}X < P_y < X. \qquad \text{Пусть } P_y = \frac{1}{2}X.$$

Построим с учетом этих цен новые кривые и назовем их **кривыми торговых возможностей** (КТВ) хозяйств (кривыми потребления) (рис. 1-8).

Графики иллюстрируют выгоду, которую получают хозяйства благодаря специализации и обмену: если раньше хозяйство Ивановых "обменивало" у самого себя 3 л молока на 1 кг хлеба, то теперь благодаря более выгодным условиям обмена с хозяйством Сидоровых оно получит за свои 3 л молока 1,5 кг хлеба; в свою очередь хозяйство Сидоровых, "обменивая" у самого себя 1 кг хлеба на 1 л молока, после специализации на производстве хлеба сможет обменять у Ивановых каждый свой килограмм хлеба

[1] *Майталь Ш.* Экономика для менеджеров. М., 1966. С. 108.

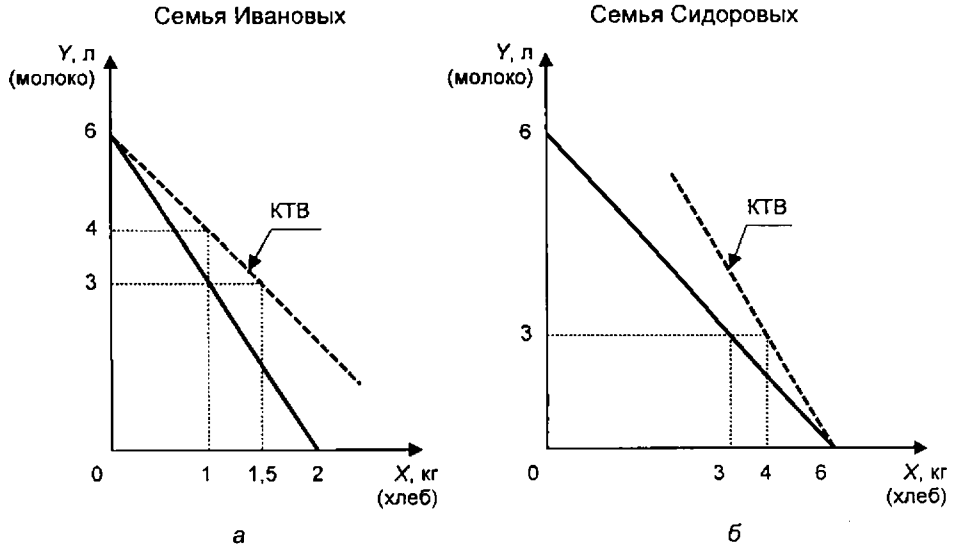


Рис. 1-8. Кривые торговых возможностей (кривые потребления)

на 2 л молока. Таким образом, при тех же объемах производства, но при наличии сравнительных преимуществ оба хозяйства повышают свое благосостояние. Отсюда следует, что **специализация и торговля при редких благах всегда выгодны**. Кроме того, что редкость благ и их полезность (два свойства экономического блага) и при наличии сравнительных преимуществ, которые всегда есть в экономике, **обусловливают необходимость специализации и обмена.**

Основные выводы

1. Экономическая наука определяет, как максимально эффективно использовать ограниченные (редкие) ресурсы — рабочую силу, капитал, природные ресурсы — с целью умножения общественного богатства. Следовательно, это наука о богатстве, о том, "как образуется, распределяется и потребляется богатство" (Ж. Б. Сэй).

2. Процесс формирования и развития экономической науки подобен строительству здания. Великие экономисты прошлого заложили фундамент, создали теорию, получившую в дальнейшем название **микроэкономики**. У ее истоков стоял шотландский мудрец А. Смит, открытия которого в экономике сравнимы, пожалуй, с изобретением колеса. В историю экономической мысли научная система, разработанная А. Смитом и его последователями (Д. Рикардо, Ж. Б. Сэем, Дж. С. Милем и др.), вошла под названием **классической политической экономии**. Из ее лона в XIX в. вышли два других выдающихся направления экономического анализа — **марксизм** и **неоклассическая школа**.

3. Классики и неоклассики в качестве исходного пункта анализа экономики приняли **предпринимателя** (капиталиста), который стремится к максимизации прибыли на вложенный капитал. Поэтому микроэкономика, базирующаяся главным образом на достижениях классиков и неоклассиков, изучает отношения между самими предпринимателями (конкуренцию); предпринимателями, наемными работниками и владельцами других факторов производства; продавцами и покупателями товаров на рынке. В результате она формулирует ряд законов: редкости; спроса и предложения; предельной полезности блага; убывающей доходности фактора производства и др.
   Таким образом, микроэкономика непосредственно связана с предпринимательской деятельностью, является своеобразным справочником, руководством для бизнесмена.

4. В XX в. фигуры предпринимателя, стремящегося учитывать в своей деятельности стихийные законы рынка как исходного пункта анализа, оказывается недостаточно для динамичного развития экономики. Экономика становится все более сложной, она все чаще переживает экономические кризисы, сокращение производства и безработицу. В 1929—1933 гг. в мировом хозяйстве разразился невиданный экономический кризис, известный в истории как Великая депрессия. Он одновременно выразился и в кризисе традиционной неоклассической теории с ее абсолютизацией микроэкономических методов анализа. В этот период произошли формирование и развитие нового раздела экономической теории — **макроэкономики**, которая изучает экономику как единое целое, как крупную систему.

5. **Крупная система** — это не просто совокупность малых систем (фирм, потребителей, отраслей). Она имеет новое качество, ею управляют другие механизмы. Поэтому макросистема не может быть описана в категориях микроэкономики (цена, прибыль, конкуренция и т. п.). Здесь используются другие понятия: валовой национальный продукт и национальный доход, совокупный спрос и совокупное предложение, сбережения и инвестиции, денежная масса и экономический рост, инфляция и безработица, банковский процент и обменный курс валют и т. д.

6. Макроэкономика закладывает основы **государственной политики**, разработки программ, направленных на оздоровление тех или иных секторов общественного производства или национальной экономики в целом. Но макроэкономика отнюдь не изолирована от предпринимательства. Предприниматель должен знать зависимости: между инфляцией и безработицей, банковским процентом и темпом экономического роста, снижением темпа инфляции и увеличением импорта и т. п., для того чтобы предвидеть изменения конъюнктуры и возможные действия правительства.

Вопросы для повторения

1. Что послужило причиной формирования у людей экономического мышления?
2. Почему политическая экономия как научная система зародилась только в эпоху становления капитализма?

3. В чем состояла заслуга меркантилистов как исторически первой школы экономического анализа? Почему их идеи и рекомендации считаются донаучной фазой в развитии политической экономии?
4. Изложите главные аргументы критики А. Смитом идеологии и практики меркантилизма. В чем заключаются основные признаки классической политической экономии?
5. Почему разделение труда А. Смит считает основным фактором роста общественного богатства?
6. В чем сущность трудовой теории стоимости А. Смита и почему марксисты и представители неоклассической политэкономии относились к ней по-разному?
7. Что нового по сравнению с классиками внесли в экономическую науку представители неоклассического направления?
8. Почему неоклассическое направление переживало серьезный кризис в начале XX в.?
9. Сформулируйте основные положения кейнсианской экономической теории. В чем заслуга Дж. М. Кейнса в развитии экономической науки и почему со временем кейнсианство подверглось научной критике со стороны многих экономистов либерального направления?
10. Как бы вы объяснили "денежное правило" Фридмена?
11. Какие признаки характеризуют экономическое благо?
12. Почему экономика как наука занимается только редкими благами?
13. Какая фундаментальная экономическая проблема лежит в основе предмета экономической теории?
14. В чем различие в определении издержек между экономистом и бухгалтером?
15. Почему экономический выбор всегда сопряжен с альтернативными издержками?

Задачи, упражнения, тесты

1. Какой из приведенных ниже ответов является правильным?

   а) Экономическая наука зародилась в древнем Китае. Обоснуйте свой ответ.
   б) Экономическая наука берет свое начало в трудах древнеиндийских философов.
   в) У истоков современной экономической теории стоял А. Смит.
   г) Истоки современных экономических знаний содержатся в Ветхом завете и учениях Христа.

2. Выберите наиболее полное и корректное определение предмета экономической теории.

   а) Экономика изучает производительные силы общества и наиболее эффективные способы их распределения по отраслям, регионам, странам.
   б) Экономика изучает переменные величины, поведение которых определяет состояние народного хозяйства (цены, спрос, занятость и т. д.).
   в) Экономика изучает, как общество использует ограниченные ресурсы, необходимые для производства различных товаров в целях удовлетворения потребностей его членов.
   г) Экономика изучает спрос, производство, потребление и необходимое для этого количество денег.

3. Какое из приведенных положений не имеет отношения к определению предмета экономической теории:

   а) неограниченные производственные ресурсы;
   б) максимальное удовлетворение потребностей;
   в) эффективное использование ресурсов;
   г) редкость блага;
   д) выбор между материальными и духовными потребностями.

4. В экономике производятся два вида товара: промышленный и сельскохозяйственный. Предположим, что экономика эффективна. Возможна ли ситуация, при которой улучшение технологии в сельскохозяйственном секторе приведет к увеличению продукции сельского хозяйства, но количество производимой промышленной продукции останется без изменения? Можем ли мы теперь утверждать, что экономика эффективна? Докажите свой ответ с помощью модели кривой производственных возможностей.

5. Единица труда в Молдове может произвести 6 бутылок вина или 2 кг хлеба. В Грузии единица труда производит 4 бутылки вина или 1 кг хлеба. Предположим, что в Молдове 200 рабочих, а в Грузии — 100. Критически оцените следующее утверждение: Молдове не выгодно торговать с Грузией, потому что труд ее рабочих более эффективен в производстве обоих товаров. Как будет выглядеть КПВ при слиянии этих экономик?

6. Допустим, вы одержали победу в викторине по экономике. Вам предоставлена возможность выбора одного из трех призов: магнитофона, принтера или телевизора. Вы выбрали принтер, так как магнитофон и телевизор у вас уже есть. Поэтому альтернативной стоимостью вашего выбора будет:

   а) сумма цен телевизора и магнитофона, от которых вы отказались;
   б) цена принтера;
   в) лучшее из того, чем вы пожертвовали, сделав выбор: или магнитофон, или телевизор;
   г) альтернативная стоимость отсутствует, поскольку принтер достался вам бесплатно.

7. Домашнее хозяйство Ивановых, расположенное в поселке *N*, может произвести 6 л кваса или 2 кг хлеба. Домашнее хозяйство Сидоровых из поселка *M* может произвести 6 л кваса или 6 кг хлеба. Возможны ли специализация и обмен продукцией между хозяйствами? Нарисуйте кривую производственных возможностей и кривую потребления этих хозяйств как для отрицательного, так и для положительного (если он возможен) вариантов ответов.

8. В бывших социалистических странах существовала полная занятость. На этом основании мы можем сделать вывод, что их хозяйства были эффективными? Прокомментируйте данное утверждение.

9. Имеется следующая информация о производственных возможностях экономики. Производятся два товара: потребительский и инвестиционный. Возможны следующие комбинации.

   Инвестиционный товар: 10 8 6 4 2 0.
   Потребительский товар: 0 10 18 24 28 30.

   а) Нарисуйте КПВ данной экономики.
   б) Расскажите, каковы издержки перехода от производства 4 к 6 единицам инвестиционного товара.
   в) Если амортизация капитала равняется 4 единицам инвестиционного товара за период, что произойдет с КПВ, если экономика потребляет 18 единиц потребительских благ? Как изменится ваш ответ, если экономика начнет потреблять 28 единиц потребительских товаров за период? Какими будут настоящие альтернативные издержки?
   г) Назовите возможные причины смещения КПВ вправо.

10. Рассмотрим следующий пример экономики, в которой производится один товар (единица) и используется следующая технология.

    Пшеница производится с помощью земли и труда. Существуют два вида земли и один вид труда. Предположим, что в экономике имеются 100 участков заданного размера с землей типа *А* и 100 участков с землей типа *Б*. В табл. 1-1 показано количество пшеницы, получаемое с каждого из участков при использовании различного количества труда.

Таблица 1-1

Производство пшеницы на каждом участке при применении разного количества труда

Труд	*А*	*Б*
0	0	0
1	1100	800
2	2000	1500
3	2750	2100
4	3200	2600
5	3600	3000

I. Предположим, что экономика организована на началах **централизованного планирования**, целью которого является максимизация выпуска продукции.

   а) Распределите 250 (а затем 450) рабочих таким образом, чтобы максимизировать выпуск.
   б) Исходя из какого принципа (если он был) вы произвели распределение?
   в) Дайте графическую иллюстрацию вашего решения.
   г) Какая информация была для вас самой важной?

II. Предположим **децентрализованную экономику**, в которой существуют 200 землевладельцев, каждому из которых принадлежит одно поле. Им необходимо привлечь рабочую силу. Заработная плата выплачивается пшеницей. Рабочие согласны работать за любую цену, но, естественно, предпочтут более высокий заработок.

а) Как 250 (а затем 450) рабочих будут распределены и почему?
б) По какому принципу производилось распределение?
в) Каким будет уровень заработной платы пшеницей?

III. В чем разница между этими двумя моделями и можете ли вы привести аргументы в пользу одной из них?

Рекомендуемая литература

Барр Р. Политическая экономия: В 2 т. Т. 1. М., 1994.

Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М., 1994.

Макконнелл К. Р., Брю С. Экономикс: принципы, проблемы и политика: В 2 т. Т. 1. М., 1992.

Маршалл А. Принципы экономической науки: В 3 т. Т. 1. М., 1993.

Нуреев Р. Н. Основы экономической теории. Микроэкономика. М., 1996.

Экономика: Учебник / Под ред. А. С. Булатова. М., 1997.

Ядгаров Я. С. История экономических учений. М., 1996.

РАЗДЕЛ II

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

ГЛАВА 2

РЫНОК И УСЛОВИЯ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

Ключевые понятия

Механизм цен
Обмен
Обособленность производителей
техническая
экономическая
"Правила игры" в экономике
Права собственности
"Пучок" прав собственности
Рынок
Рыночная экономика
Собственность
государственная
коммунальная
частная
Экономическая теория прав собственности

2.1. СУЩНОСТЬ РЫНКА, УСЛОВИЯ ЕГО ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ

Что такое рынок? Существуют разные определения рынка и трактовки его содержания. В понятие рынка включают и договор купли-продажи; и совокупность деловых операций, осуществляемых в определенной сфере экономики или в определенном месте; и состояние и развитие спроса и предложения в конкретной сфере экономики (например, говорят о снижении цен на рынке металлов или о дефиците на рынке труда); и страну — производителя данного товара (например, канадский рынок зерна); и наконец, место соединения спроса и предложения товаров, услуг и капиталов. Все эти (как и другие) определения рынка имеют право на существование, поскольку характеризуют те или иные стороны этого сложного экономического явления.

Первоначально рынок действительно возник и определялся как какое-либо физическое место (городская или сельская базарная площадь), где совершались акты купли-продажи товаров. В таком понимании рынок существует и сегодня, однако его роль в современной экономике незначительна. По мере развития и углубления общественного разделения труда и специализации границы рынка расширялись, а вместе с ними изменялись его содержание и функции. Еще в прошлом веке Р. Барр писал, что экономисты "понимают под рынком не какое-то определенное место, где осуществляются продажи и покупки, а всю территорию, части которой связаны отношениями свободной торговли таким образом, что цены быстро и легко выравниваются"[1].

В настоящее время в экономической теории под рынком понимается определенная **форма организации общественного производства, которая обеспечивает взаимодействие производства и потребления посредством механизма цен.** Механизм цен является ключевым звеном рыночных отношений, так как именно он обеспечивает связь между производителями и потребителями, продавцами и покупателями, уравновешивая предложение товаров и услуг и спрос на них.

Говоря о ценах, мы имеем в виду именно *рыночные цены*, которые устанавливаются не внешними по отношению к рынку силами (например, государством или церковью, как это было в средневековой Европе), а самими продавцами и покупателями, их свободным волеизъявлением. *Рыночная экономика — это экономическая система, которая контролируется, регулируется и управляется только рыночными, т. е. свободными, ценами.*

---

[1] *Барр Р.* Политическая экономия. Т. 1. С. 454.

Модель экономики такого типа базируется не только на **системе общественного разделения труда и специализации,** но и на **праве частной собственности** субъектов рыночных отношений. Первая предпосылка предполагает так называемую **техническую обособленность** участников хозяйственной координации и свидетельствует о том, что каждый из них занимается производством каких-то конкретных товаров и услуг, работая непосредственно для удовлетворения не своих потребностей в этих благах, а потребностей других людей. Для удовлетворения же общих потребностей всех участников общественного разделения труда им необходимо вступить в обмен между собой.

Но сам по себе обмен не равносилен существованию рынка, так же как и общественное разделение труда — достаточному условию его развития. Обмен имеет место во всех экономических системах, где есть разделение труда и специализация. Существовал он и в нашем плановом хозяйстве, которое, однако, не было рыночным, так как условия производства и обмена (что и сколько производить, кому и по какой цене продавать) определялись не самими производителями, а государством в лице Госплана и отраслевых министерств. Такой обмен был похож скорее на обмен внутри первобытной общины или современной фабрики, где также есть разделение труда и специализация, но нет отношений купли-продажи. Отсюда следует, что общественное разделение труда — необходимое (без него не может быть обмена), но недостаточное условие существования рынка (отношений купли-продажи с помощью механизма цен).

Таким условием является так называемая **экономическая обособленность** субъектов хозяйственной координации, которая может существовать лишь тогда, когда все они полностью независимы, автономны в принятии решений относительно того, **что, как и для кого** производить, **сколько, кому и по какой цене** продавать. По сути своей экономическая обособленность означает, что производитель полностью отвечает за результаты своего труда, что его благосостояние зависит от отношения выгоды, полученной от реализации созданного блага, и затрат на его производство. Для существования такого хозяйственного порядка необходимо, чтобы собственность на средства производства и результаты труда находилась не у государства, а у самих производителей, т. е. чтобы она носила частный характер. Таким образом, **право частной собственности является обязательным условием формирования, развития и совершенствования рыночных отношений.** Однако для того чтобы глубже раскрыть этот вопрос, нам предстоит выяснить сущность самой собственности.

Собственность не придумана человеком, а является продуктом исторического развития общества, и в первую очередь экономической жизни людей. Собственность характеризует отношение индивида к миру окружающих его вещей как "к своим" или как "к чужим". Такое отношение может формироваться на основе сложившейся морали, традиций, норм, правил, законов, принятых в данном обществе. Поэтому собственность

рассматривают прежде всего как юридическую, правовую категорию, и поэтому юристы совершенно справедливо говорят не о собственности вообще, а о праве собственности (частной, государственной и т. д.). "Собственность есть **право**, т. е. особо установленный способ признания за некоторыми лицами **возможности** распоряжения и господства над вещами и охраны такой возможности от посягательства со стороны третьих лиц"[1].

Вместе с тем необходимо отметить, что собственность, прежде чем принять те или иные правовые формы, должна была иметь доправовые основы. Некоторые мыслители усматривали основания собственности в труде (английский философ и политик Дж. Локк), другие — в первоначальном завладении, или оккупации (Ж. Ж. Руссо, П. Ж. Прудон), и т. д. Однако наиболее полный анализ происхождения собственности дал выдающийся австрийский экономист К. Менгер в книге "Основания политической экономии". Он пришел к выводу, что **собственность своей исходной предпосылкой имеет существование редких благ,** т. е. таких благ, количество которых меньше по сравнению с потребностью в них. Поэтому институт собственности является единственно возможным инструментом решения проблемы "несоразмерности между надобностью и доступным распоряжению количеством благ"[2].

Такое несоответствие выражается в том, что центральным моментом отношений собственности является их исключающий характер. Отношения собственности — это система исключений из доступа к материальным и нематериальным ресурсам. Исключительность означает, что все, кроме самого собственника, исключены из доступа к ресурсу. Он самостоятельно, не спрашивая ничьего позволения, распоряжается ресурсом и огражден от всякого вмешательства извне в процесс принятия решений. Отсутствие исключений из доступа к ресурсам и другим благам, т. е. свободный доступ к ним, означает, что они ничьи, что они не принадлежат никому или (что то же самое) всем. Такие ресурсы и блага не могут составлять объект собственности. Следовательно, по поводу их использования люди не вступают в экономические отношения рыночного обмена. Что это за ресурсы? Это ресурсы, которые имеются в изобилии (например, атмосферный воздух, энергия ветра). Устанавливать права собственности на такие ресурсы бессмысленно, так как это означало бы пустую растрату средств и усилий.

Таким образом, мы выяснили, что собственность имеет смысл только при условии редкости благ. Именно редкость благ обусловливает появление необходимости и возможности обмена ими на рынке между отдельными индивидами, группами людей или государством.

О связи рынка с частной собственностью поговорим более подробно.

---

[1] Русская философия собственности. СПб., 1993. С. 347.

[2] *Менгер К.* Основания политической экономии // Австрийская школа политической экономии. М., 1992. С. 79.

2.2. ЧАСТНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ КАК УСЛОВИЕ РЫНОЧНОГО ОБМЕНА

Частная собственность, возникнув в глубокой древности, существует и по сей день, развиваясь в различных экономических и организационно-правовых формах. Ее историческая устойчивость объясняется тем, что частная собственность обладает рядом преимуществ, которых нет у всех других форм.

Речь идет прежде всего о том, что частная собственность наилучшим образом приспособлена для обслуживания индивида и его семьи — основной, первичной ячейки общества. Более того, частная собственность обусловила появление самой семьи, которая была "хозяйственной единицей общества" на протяжении ряда веков.

Мировой опыт показывает, что частная собственность незаменима для эффективной организации мелкого бизнеса, который является "пусковым механизмом" любого рыночного хозяйства, мотивации человеческой деятельности и т. д.

Когда размеры предприятия перерастают возможности одной семьи, частная собственность на средства производства может быть эффективной основой для найма свободной рабочей силы. В марксистской литературе это обстоятельство послужило поводом для "проклятия" частной собственности, признания ее неприемлемости в создаваемом будущем общества. Почему?

Ответ в том, что в XIX в. доминирующей формой собственности была частная. Поэтому все беды, с которыми сталкивалось общество, связывались именно с ней. На самом же деле источник этих бед заключался не в частной собственности как таковой, а в ее монополии. Именно монополия частной собственности обусловливала чрезмерное отчуждение продукта от наемного работника, т. е. порождала эксплуатацию. Но это же может происходить и с любой другой формой собственности, в том числе с государственной. Монополия последней ничуть не лучше монополии частной собственности.

Говоря о положительных сторонах частной собственности, ее способности быть могучим стимулом творческой, заинтересованной деятельности человека, нельзя забывать, что ее история включает множество антагонизмов: она разъединяет людей на противостоящие друг другу классы, возбуждает в людях алчность, жажду наживы, другие негативные черты. Не случайно в мировой общественной мысли немало великих умов подвергли частную собственность сокрушающей критике. Выдающийся французский философ-просветитель XVIII в. Жан Жак Руссо считал, что первый человек, огородивший участок общей земли кольями и сказавший: "Это мое", сыграл роковую роль в жизни последующих поколений. Руссо полагал, что судьба человеческого рода могла бы сложиться по-другому, найдись среди

общинников смельчак, который, выдернув колья, разоблачил бы этого захватчика, ликвидировал в зародыше частную собственность, принесшую людям страшные бедствия, мучения и горе.

Однако при всем этом достойной альтернативы частной собственности люди не нашли: в течение двух веков после Руссо бóльшая часть человечества развивалась на основе частной собственности. Попытки отказаться от нее успеха не имели. Известно и то, чего добились те страны, где поощрялись частная инициатива, предпринимательский дух, свобода хозяйственной деятельности.

Хочется привести слова философа В. Зотова: «Любопытно, если бы обо всем этом мог знать Руссо, стал бы он проклинать того человека, который первым огородил участок земли и сказал: "Это мое"? Может, напротив, он посоветовал бы воздвигнуть этому человеку величайший памятник?»[1].

Судя по всему, так оно и было бы! Тем более что достоинства частной собственности не исчерпываются экономической эффективностью. В истории частная собственность, в особенности на землю, сыграла огромную цивилизирующую роль, став основой формирования структур гражданского общества, главным действующим лицом которого является человек-собственник. Владея средствами производства, денежным капиталом, акциями, информацией, интеллектом, наконец, просто рабочей силой, члены такого общества имеют право на свое дело, они самостоятельны, независимы друг от друга и, что особенно важно, автономны от государственной власти. Они сами решают все свои проблемы, сами борются за свое существование, обеспечивая себе такую жизнь, какую позволяют их способности и желания. Нельзя забывать и того, что именно частная собственность и основанный на ней суверенитет личности подарили миру спасительную ересь, ренессанс, расцвет науки, техники, просвещения, культуры, без которых были бы невозможны ни современная НТР, ни завоевания политической демократии.

В этой связи нелишне напомнить, что даже марксисты, считая частную собственность исторически ограниченной, тем не менее показали, что ее отсутствие во многих странах Востока (земля как основное средство производства была либо общинной, либо государственной) послужило фундаментом формирования так называемого азиатского способа производства, предопределившего начиная с XV в. существенное отставание Востока от Запада. Сельская земледельческая община, базировавшаяся на патриархальном соединении земледелия и ремесла, представляла собой, по словам К. Маркса, "локализованный микрокосм", препятствовала развитию общественного разделения труда, становлению простого товарного, а затем и капиталистического производства. Прямое внеэкономическое вмешательство государства в хозяйственные процессы, отсутствие какой бы то ни

[1] *Зотов В.* Гражданское общество и правовое государство — показатели цивилизованности // Коммунист. 1990. № 7. С. 24.

было хозяйственной инициативы у непосредственных производителей, технический застой, низкий жизненный уровень людей, политический деспотизм — такова, по Марксу, цена засилья азиатского способа производства, отсутствия частной собственности на землю.

Все это дает основание еще раз подчеркнуть, что частная собственность является великим завоеванием и двигателем человеческой цивилизации. "Без нее, — пишет В. Зотов, — не было бы таких уникальных явлений мировой истории, как античная Греция и Рим, блестящая эпоха Возрождения. Современный капитализм на базе существенно модернизированной частной собственности продемонстрировал способности пойти навстречу растущим социальным запросам людей, внести необходимые коррективы в структуры политической власти... Сегодняшняя действительность развитых капиталистических стран разительно отличается от той, что была еще даже лет сорок назад. Здесь налицо не просто правовое, а правовое социальное государство, функционирующее в условиях общества, которое по многим параметрам — уровню и качеству жизни, социальной обеспеченности (в том числе и пенсионной), организации здравоохранения, образования, быта и досуга людей — находится гораздо ближе к социалистическому идеалу, чем любое общество, называющее себя социалистическим"[1].

Теперь ответим на вопрос, **почему производство на рынок и рыночный обмен возможны лишь при наличии частной собственности.** Воспользуемся для этого аргументами, которые приведены в книге Д. Хаймана "Современная микроэкономика".

Предположим, пишет автор, что завтра выходит закон, отменяющий наказание за кражу автомобилей. Закон также запрещает уносить ключи и запирать двери частного автомобиля. Людей открыто побуждают передвигаться, завладевая первой же машиной, оставленной на улице без присмотра. Рассмотрите влияние этого явно нелепого закона на рынок автомобилей.

Владельцы автомобилей потеряют свои права на исключительное пользование своими машинами. Сначала это вызовет лишь незначительные неудобства, так как они получают право использовать чью-либо оставленную без присмотра машину. Сперва это могло бы быть скорее даже удобно. Чтобы перебраться с одного места на другое, человек просто садится в первую же доступную машину и отправляется в пункт назначения. Она вряд ли останется на месте, когда он вернется, но, вероятно, будет доступен другой автомобиль.

Однако у водителей не будет стимула заливать в бак бензина больше, чем нужно для переезда до места назначения. Еще меньше будет стимулов для поддержания автомобилей в хорошем состоянии. Кто станет заменять трансмиссию в машине, которая вряд ли будет доступна для личного

---

[1] *Зотов В.* Гражданское общество и правовое государство — показатели цивилизованности // Коммунист. 1990. № 7. С. 25.

пользования после следующей поездки? Таким образом, через некоторое время из-за плохого технического обслуживания и нехватки бензина в баке может не остаться автомобилей в рабочем состоянии, пригодных для использования.

А что произойдет на рынке автомобилей? Кто станет покупать машину, если право исключительного владения и пользования ею неосуществимо? Поскольку никто не желал бы покупать автомобили, никто не стал бы их и производить. Другими словами, рынок автомобилей разрушился бы, так как цены автомобилей упали бы до нуля. Стимулы к совершению рыночной операции основаны на правах собственности, которые могут быть получены путем обмена наличных денег на товары. Права собственности — это привилегия владеть и использовать дефицитные ресурсы. Приобретение этих прав через рыночный обмен побуждает совершать покупки; это также относится и к продаже. Стимулы к производству и предложению товаров и услуг основаны на предположении, что продавцы имеют право торговать своей продукцией за наличные деньги. Если бы у них не было возможности передавать свои права собственности, они не имели бы стимула производить товары и услуги и предлагать их на продажу. Это означает, что рынки могут существовать только для товаров, права собственности на которые легко устанавливаются, реализуются и передаются.

Когда рынка не существует вследствие трудности определения прав собственности, цены невозможно установить. Без прав собственности распределение ресурсов могло бы осуществляться посредством применения силы. Это был бы мир, в котором "право получает сильнейший"; сильный получал бы право на ресурсы с помощью угроз и насилия. Права собственности позволяют совершать сделки организованно и культурно[1].

2.3. ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ КАК "ПРАВИЛА ИГРЫ" В ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СИСТЕМАХ

Из вышеизложенного ясно, что права собственности реализуются как поведенческие нормы, регулирующие отношения между людьми по поводу редких благ. Это своего рода "правила игры", согласно которым протекает экономическая деятельность в обществе. "Права собственности — это права контролировать использование определенных ресурсов и распределять при этом затраты и выгоды. Именно права собственности — или то, что, по мнению людей, является существующими правилами игры, —

[1] *Хайман Д. Н.* Современная микроэкономика: анализ и применение: В 2 ч. Ч. I. М., 1992. С. 9.

определяют, каким именно образом в обществе осуществляются процессы предложения и спроса"[1]. Определяя место человека в мире редких благ и его отношение к этим благам, принятые "правила игры" предотвращают социальные конфликты, делают экономическую среду более упорядоченной, организованной и предсказуемой.

Идея о том, что собственность есть **набор прав на принятие экономических решений,** выдвинута представителями современного *неоинституционализма.* Одной из наиболее известных теорий этого направления является **экономическая теория прав собственности**[2].

У истоков этой теории стояли два известных американских экономиста — **Рональд Коуз**, лауреат Нобелевской премии 1991 г., почетный профессор Чикагского университета, и **Армен Алчян**, профессор Лос-Анджелесского университета. В дальнейшем в разработке и практическом использовании этой теории принимали активное участие **Й. Барцель, Г. Демсец, Д. Норт, Р. Познер и др.**

Особенности подхода авторов этой, по их словам, "универсальной метатеории" к трактовке собственности и ее использованию в качестве методологической и общетеоретической основы экономического анализа состоят в следующем.

Во-первых, в своих исследованиях они оперируют не привычным для нас понятием "собственность", а термином "право собственности". Не ресурс сам по себе является собственностью, а "пучок, или доля, прав на использование ресурса — вот что составляет собственность"[3]. Чем шире "пучок правомочий", закрепленных за данным ресурсом, тем выше его ценность. Так, своя вещь и вещь, взятая напрокат, имеют разную полезность для потребителя, даже если они полностью идентичны. Поэтому любой акт обмена есть не что иное, как обмен "пучками прав собственности".

Полный "пучок прав" состоит из следующих 11 составляющих:

1) права владения, т. е. права исключительного физического контроля над благами;
2) права использования, т. е. права применения полезных свойств благ для себя;
3) права управления, т. е. права решать, кто и как будет обеспечивать использование благ;
4) права на доход, т. е. права обладать результатами от использования благ;
5) права суверена, т. е. права на отчуждение, потребление, изменение или уничтожение блага;

---

[1] *Хейне П.* Экономический образ мышления. М., 1994. С. 325.

[2] Подробнее см.: *Капелюшников Р. Н.* Экономическая теория прав собственности. М., 1990.

[3] *Demsetz H.* Toward a theory of property rights // American Economic Review. 1967. Т. 57. № 2.

6) права на безопасность, т. е. права на защиту от экспроприации благ и от вреда, причиненного внешней средой;
7) права на передачу благ в наследство;
8) права на бессрочность обладания благом;
9) запрета на использование благ способом, наносящим вред внешней среде;
10) права на ответственность в виде взыскания, т. е. возможность взыскания блага в уплату долга;
11) права на остаточный характер, т. е. права на использование правил и институтов, обеспечивающих восстановление нарушенных правомочий.

Чем более рассредоточены права собственности, тем шире возможности осуществления сделок по их передаче. Рынок немыслим ни при полном отсутствии прав собственности, ни при абсолютной их концентрации в руках отдельного субъекта, например государства.

Таким образом, авторы экономической теории прав собственности раскрыли сам механизм рождения рынков: рынок заработает, как только будут разграничены права собственности и появится возможность для заключения сделок по обмену ими по взаимоприемлемым ценам. С точки зрения авторов данной теории, распределять права собственности на ресурсы, а значит, отчуждать других от свободного доступа к ним означает **специфицировать** права собственности.

Смысл и цель спецификации состоят в том, чтобы создать условия для приобретения прав собственности теми, кто ценит их выше, кто способен извлечь из них бóльшую пользу.

"Если права на совершение определенных действий могут быть куплены и проданы, — пишет Р. Коуз, — их, в конце концов, приобретают те, кто выше ценит даруемые ими возможности производства или распределения. В этом процессе права будут приобретены, подразделены и скомбинированы таким образом, чтобы допускаемая ими деятельность приносила доход, имеющий наивысшую рыночную ценность"[1].

Следовательно, основная задача спецификации, т. е. четкого определения прав собственности, заключается в изменении поведения хозяйствующих субъектов таким образом, чтобы они принимали наиболее эффективные решения. Ведь только собственник пользуется в конечном счете всеми положительными и отрицательными результатами осуществляемой им деятельности. Он поэтому оказывается заинтересованным в максимально полном их учете при принятии решений. Чем более специфицировано право собственности, тем сильнее стимул у хозяйствующего субъекта учитывать те выгоды или тот ущерб, которые его решения приносят другому лицу. Именно поэтому в процессе обмена права собственности на те или иные блага будут переданы тому экономическому агенту, для которого они представляют наивысшую ценность. Тем самым обеспечивается эффектив-

[1] *Коуз Р.* Фирма, рынок и право. М., 1993. С. 14.

ное распределение ресурсов, поскольку в ходе обмена они перемещаются от менее производительного к более производительному пользователю, от лиц, меньше их ценящих, к лицам, ценящим их больше.

В хозяйственной деятельности людей существуют три основные системы собственности: **частная, государственная (коллективная) и коммунальная (общедоступная).** Вот как характеризует эти системы Р. Капелюшников: "В условиях системы **частной** собственности собственником является тот, чье слово в решении вопросов об использовании ресурса признается окончательным. Таким образом, отдельные индивидуумы находятся в привилегированном положении в смысле доступа к тем или иным ресурсам: доступ открыт только собственнику или лицам, которым он передал или делегировал свои правомочия. Он сам определяет, как использовать или кому и на каких условиях передавать принадлежащие ему блага"[1].

При системе **государственной (коллективной)** собственности проблема решается установлением правил, согласно которым доступ к редким ресурсам регулируется исходя из коллективных интересов общества в целом. Это предполагает, во-первых, установление принципов, определяющих, в чем же именно заключается коллективный интерес (благо общества), а во-вторых, создание процедур, выражающих эти общие принципы в конкретных способах принятия решений по использованию каждого отдельного ресурса (т. е. решается ли это голосованием, делегированием прав профессиональным экспертам, единоличным распоряжением верховного руководителя и т. д.). В этих условиях никто не находится в привилегированном положении в том смысле, что как индивидуумы все они отчуждены от доступа к ресурсам: ничьи личные интересы не признаются достаточными для распоряжения ими. Совладельцы государственной собственности не обладают единоличными, исключительными, продаваемыми на рынке правами на использование ресурса. Особый характер носит и целевая функция государственных предприятий: она не исчерпывается максимизацией прибыли и может подчиняться разного рода внеэкономическим целям: социальным, политическим, культурным.

При системе **общедоступной (коммунальной)** собственности также никто не находится в привилегированном положении. Но здесь, напротив, доступ открыт всем без исключения. При такой форме собственности права в экономике полностью размыты, не установлены и не определены. Коммунальная собственность "ничья", общество, целиком построенное на подобной основе, являло бы пример общества **без правил.** Но поскольку предложение большинства ресурсов ограниченно, обычно действует принцип "первым захватил, первым воспользовался". Он и становится неформальным регулятором доступа к ресурсам.

---

[1] *Капелюшников Р. Н.* Экономическая теория прав собственности. С. 8.

Как показывает опыт, три системы собственности никогда не существуют в чистом виде, во всех обществах они "перемешаны" в различных пропорциях. При этом на некоторые виды ресурсов везде распространяется одна и та же форма собственности. Так, практически повсеместно предметы одежды находятся в индивидуальной собственности, городские парки — в общедоступной, оборона — в государственной и т. д. Кроме того, при системе частной собственности благодаря свободе разделения и рекомбинирования частичных правомочий могут складываться формы, имитирующие государственную или коммунальную (например, акционерную) собственность.

Основные выводы

1. **Рынок** — понятие историческое. Он возник на определенном этапе социально-экономического развития и с тех пор претерпел существенные качественные и количественные изменения. Рынок представляет собой определенную форму организации общественного производства, при которой взаимодействие производства и потребления обеспечивается посредством механизма цен. Это не обязательно какое-то физическое место (базарная площадь); рынок может представлять собой телекоммуникационную сеть, охватывающую весь мир и служащую для продажи и покупки, например, акций, и т. п.

2. Ключевым звеном рыночных отношений является **механизм цен**, так как он обеспечивает связь между производителями и потребителями, продавцами и покупателями, уравновешивая предложение товаров и услуг и спрос на них. Рыночная экономика — это система, которая контролируется, регулируется и управляется свободными, а не административно устанавливаемыми ценами.

3. В основе экономики рыночного типа лежат **общественное разделение труда и частная собственность** на средства производства. Именно они в совокупности обеспечивают обмен продуктами труда как товарами. При обмене люди максимизируют свое благосостояние в наивысшей степени, в силу чего рыночная экономика является наиболее эффективным способом координации хозяйственной деятельности.

4. Разделение труда не только обусловливает обмен, но и позволяет существенно повысить эффективность производства, поскольку распределяет труд между теми сферами деятельности, в которых он будет наиболее производительным, где с наибольшей отдачей будет использована квалификация работника. В результате ни один человек, ни одна фирма, ни одна страна не занимаются производством всех необходимых им продуктов, а специализируются на тех видах деятельности, в которых имеют сравнительное преимущество.

5. **Частная собственность** как предпосылка рыночного обмена обеспечивает индивиду власть над условиями производства и результатами труда, что является могучим стимулом творческой, заинтересованной деятельности.

Частная собственность сыграла огромную цивилизирующую роль в историческом развитии, став основой формирования структур гражданского общества, автономии индивида от государственной власти, становления и развития политической демократии.

6. Институт частной собственности сформировался на основе **редкости, ограниченности благ** и является единственно возможным инструментом решения противоречия между потребностями людей в этих благах и их доступным количеством. Именно редкость благ обусловливает необходимость и возможность обмена ими на рынке между отдельными индивидами, группами людей или государством.

7. Отношения собственности закрепляются в соответствующих **правах собственности**, действующих как поведенческие нормы, "правила игры", регулирующие взаимодействия между людьми по поводу редких благ. Определяя место человека в мире редких благ и его отношение к этим благам, принятые "правила игры" предотвращают социальные конфликты, делают экономическую среду более упорядоченной, организованной и предсказуемой.

8. Чем четче распределены в обществе права собственности, тем шире возможности для осуществления сделок по их передаче, рыночному обмену, тем сильнее стимулы у хозяйствующих субъектов учитывать те выгоды или тот ущерб, которые связаны с таким обменом. В ходе обмена права собственности на те или иные блага получают те экономические агенты, для которых они представляют наибольшую ценность. Таким образом обеспечивается эффективное распределение ресурсов, поскольку они перемещаются из области менее производительного в область более производительного использования.

9. В большинстве стран современного мира, в том числе и в России, выделяются следующие формы собственности: государственная (в том числе федеральная и субъектов Федерации), муниципальная, собственность общественных объединений (организаций), частная (индивидуальная, групповая) и др.

Вопросы для повторения

1. Почему экономисты говорят, что для возникновения рыночных отношений необходима частная собственность? Разве в бывшем Советском Союзе, где отсутствовала частная собственность на средства производства, не было рынка?
2. Почему общественное разделение труда является необходимым, но недостаточным условием для возникновения рынка?
3. Как бы вы определили роль механизма цен в рыночной системе? Что он дает рыночной экономике?
4. Ученые утверждают, что собственность есть единство экономики и права. Как вы понимаете эту формулу? Можно ли провести различие между собственностью как экономической категорией и собственностью как юридическим понятием?
5. Что является экономической основой собственности?
6. Как бы вы сформулировали суть экономической теории прав собственности?

7. Отдаете ли вы предпочтение какой-либо форме собственности? Имеет ли государственная собственность какие-то преимущества перед частной?
8. К какой форме собственности относится ваше учебное заведение?
9. В России есть немало противников частной собственности на землю. Приведите сильные и слабые стороны аргументации авторов этой точки зрения.
10. Как вы понимаете смысл утверждения, что любой акт обмена есть не что иное, как обмен "пучками прав собственности"?

Задачи, упражнения, тесты

1. Внимательно проанализируйте следующее утверждение: "Рынок есть встреча продавцов и покупателей с целью торговли товарами или услугами".

   Ответьте на следующие вопросы:

   а) Насколько корректным вам представляется данное определение рынка?
   б) Включает ли данное определение основные причины возникновения рынка?
   в) Не противоречит ли это определение современному пониманию рынка?

2. Что из перечисленного ниже характеризует рыночную систему хозяйства:

   а) производится лишь то, что пользуется спросом;
   б) рынки обеспечивают обмен информацией;
   в) дефицит преодолевается посредством механизма цен;
   г) в рыночной экономике не может быть дефицита, поскольку здесь предложение всегда превышает спрос.

3. Критически оцените следующее высказывание: "Из истории известны две формы собственности — общественная и частная. Их различие не доведено до противоположности. У общественной и частной собственности единая сущность".

   Опираясь на современное понимание собственности, сформулированное авторами "Экономической теории прав собственности", объясните:

   а) что лежит в основе возникновения частной собственности?
   б) можно ли считать понятия "собственность" и "частная собственность" синонимами?
   в) насколько вам кажется приемлемым понятие "общественная собственность", не содержит ли оно противоречия?
   г) едина ли сущность общественной и частной собственности? Если да, то в чем это единство?

4. Какое из перечисленных ниже утверждений о рыночной и нерыночной деятельности является неверным?

   а) Нерыночная деятельность отличается от рыночной тем, что она не продается и на нее не устанавливается цена.
   б) В сфере нерыночной деятельности цены не устанавливаются по причине отсутствия здесь альтернативных издержек.

в) Блага, предлагаемые государством, часто предоставляются людям бесплатно, так как они произведены нерыночным сектором.
г) Нерыночная деятельность — это такая деятельность, расходы на которую не покрываются за счет продажи товаров и услуг на рынке.

5. Какая из следующих категорий не относится к рыночной экономике:
   а) государственная собственность;
   б) конкуренция;
   в) свободное ценообразование;
   г) государственная монополия внешней торговли;
   д) монопольная власть нескольких фирм над рынком.

6. Какие из перечисленных ниже утверждений вы считаете верными:
   а) установление прав собственности позволяет совершать сделки посредством рыночного обмена;
   б) когда рынков нет вследствие трудности определения прав собственности, цены не могут быть установлены;
   в) при отсутствии прав собственности распределение ресурсов может осуществляться только на основании силы;
   г) рынки могут существовать только для товаров, права собственности на которые могут легко устанавливаться, реализовываться и передаваться.

7. "Составляет ли стремление людей к смене, торговле и вообще к отдаче одной вещи за другую одно из первоначальных свойств человеческой природы или же оно — необходимое следствие разума и способности выражать свои мысли" — словом, какие вообще причины приводят людей к взаимному обмену благами? Этот вопрос Адам Смит оставил без ответа. Попробуйте вы обосновать ответ на данный вопрос.

Рекомендуемая литература

Амбарцумов А. А., Стерликов Ф. Ф. Экономика. М., 1997.

Капелюшников Р. Н. Экономическая теория прав собственности. М., 1990.

Кроуз Р. Фирма, рынок, право. М., 1993.

Курс экономической теории / Под ред. М. Н. Чепурина, Е. А. Киселевой. Киров, 1994.

Нуреев Р. М. Основы экономической теории. Микроэкономика. М., 1996.

Экономика: Учебник / Под ред. А. С. Булатова. М., 1997.

ГЛАВА 3

СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ. ФАКТОРЫ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Ключевые понятия

Взаимодополняемые товары
Взаимозаменяемые товары
Долгосрочный период
Доход
Желание
Закон предложения
Закон спроса
Издержки производства
Краткосрочный период
Кривая предложения
Кривая спроса
Объем предложения
Объем спроса
Предложение
Рыночный спрос
Индивидуальный спрос
Спрос
Цена
Цена предложения
Цена спроса
Эффект Гиффена
Эффект дохода
Эффект замены
Функция предложения
Функция спроса

3.1. ПОНЯТИЕ СПРОСА

Каждое самостоятельное хозяйство, вступающее в отношения с другими самостоятельными хозяйствами, создает на рынке предложение и предъявляет спрос по определенным ценам. Таким образом, цена, спрос и предложение являются основными элементами рыночного механизма. Именно эти элементы должны прежде всего стать предметом нашего анализа. Начнем с анализа спроса.

В предыдущей главе при рассмотрении кривой производственных возможностей мы рассмотрели **редкость.** Редкость, как было показано, проявляется в ограничении возможностей общества производить определенное количество благ при имеющихся ресурсах, которое как раз и очерчивается кривой производственных возможностей. Теперь перед нами стоит задача смоделировать поведение потребителя с точки зрения его **желания** иметь определенное количество благ. Когда мы говорим о желании получить благо, то ставим в центр внимания **личность.** Именно индивид, потребитель находится в центре анализа в микроэкономике. Вокруг него вращаются все исследования. В этом заключается одна из особенностей неоклассической экономической теории. В классической политэкономии центральной фигурой анализа был капиталист.

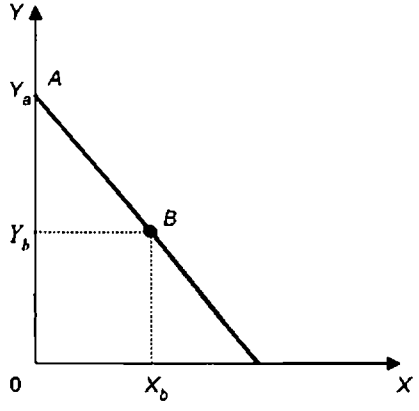


Рис. 3-1. Кривая производственных возможностей

Предположим, что на имеющейся кривой производственных возможностей (рис. 3-1) первоначальные потребности индивида находились в точке A. Теперь он хочет уйти из точки A в точку B. Это означает, что он желает иметь набор товаров (X_b, Y_b), отмеченных в точке B. В данном случае его желание показывает, как он относится к совокупности экономических благ. Очевидно, что индивид жертвует определенным количеством товара Y $(Y_a - Y_b)$ ради того, чтобы иметь определенное количество другого товара — X_b. Как было показано в предыдущей главе, отказ потребителя от определенного количества товара Y, равного $(Y_a - Y_b)$, есть, по существу, цена, которую он платит за свое желание иметь определенное количество товара X.

В условиях рынка желание потребителя трансформируется в новое понятие — спрос. **Спрос** как экономическая категория характеризует объем товаров, которые потребитель желает и может купить. Это значит, что для каждого из нас **спрос есть прежде всего функция желания.** Чем определяется это желание?

3.2. ФУНКЦИЯ СПРОСА И ЗАКОН СПРОСА

Если мы желаем приобрести автомобиль, с чего начнется наш путь к осуществлению этого желания?

Очевидно, прежде всего с **анализа цен.** Мы узнáем цены на разные автомобили, затем поинтересуемся ценами на автомобили данной марки в разных магазинах. Далее мы проанализируем цены на бензин, на запасные части, на ремонтные работы в автосервисе. Мы также должны подумать о покупке гаража или плате за охраняемую стоянку. Наконец, мы оценим свои доходы, с тем чтобы определить, сможем ли мы сделать эту покупку. Может оказаться, что доходы не позволят нам приобрести данный автомобиль.

Таким образом, **функция спроса** — это взаимосвязь между нашим желанием иметь тот или иной товар (спросом на товар) и определяющими его факторами.

Общая функция спроса может быть выражена следующим образом:

$$Q_d = f(P, I, T, P_s, P_c, N),$$

где Q_d — объем спроса *(quantity)*;

P — цена товара *(price)*;

I — доход *(income)*;

T — вкусы и предпочтения потребителей *(tastes)*;

P_s — цена заменяемых товаров *(substitutes* — субститутов);

P_c — цена дополняемых товаров *(complement* — комплементов);

N — количество покупателей данного товара.

Таким образом, объем спроса является функцией ряда переменных. Рассмотрим некоторые из них. Он зависит прежде всего от цены. **Цена** — это сумма денег, которую готов уплатить потребитель за определенное количество товара. Следует, однако, заметить, что в микроэкономическом анализе деньги не используются, и поэтому цена выступает здесь в своем первозданном виде — как пропорция обмена одного товара на другой.

ДОХОД — это сумма денег, которую потребитель получил в качестве компенсации за свои трудовые усилия (зарплата наемного работника; предпринимательская (нормальная) прибыль бизнесмена, которая равна ставке банковского процента), в виде вознаграждения за предоставленный другим лицам капитал (процент) или сданную в аренду землю (рента). Очевидно, что с ростом дохода спрос потребителя будет изменяться: он будет возрастать на товары, которые потребитель высоко ценит, и снижаться на те из них, которые для потребителя менее ценны. К более полной характеристике этих товаров мы вернемся в главе, посвященной теории потребительского поведения (выбора).

Вкусы потребителей и их предпочтения оказывают огромное влияние на объем спроса. Они формируются под влиянием среды, обычаев, религии, воспитания, возраста и т. д. Например, растущий интерес к спорту в последние годы резко повысил спрос на спортивную обувь, одежду, инвентарь.

Число потребителей. Чем больше при данном уровне дохода число потребителей на рынке, тем больше объем спроса на любой товар при всякой цене.

ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫЕ ТОВАРЫ — это такие товары, которые служат однородным целям, поэтому покупатель может выбрать среди ряда взаимозаменяемых товаров такой, который отвечает его желаниям. Как правило, заменяемость является неполной, так что покупатель по-разному относится к взаимозаменяемым товарам — они служат той же цели, но не абсолютно одинаково. Примерами взаимозаменяемости являются масло и маргарин, плащи и зонты, цыплята и индейки, дрова и уголь и т. д.

ВЗАИМОДОПОЛНЯЕМЫЕ ТОВАРЫ — это те, которые люди (по крайней мере, иногда) желают потреблять совместно: рубашки и галстуки, штаны и подтяжки, иголки и нитки, автомобили и бензин. Труд и производственное оборудование могут быть как взаимозаменяемыми, так и взаимодополняемыми элементами затрат в зависимости от конкретной ситуации.

Два товара определяются как взаимодополняемые или взаимозаменяемые в зависимости от того, как меняется спрос на один товар с изменением цены другого. Снижение цены одного из двух взаимозаменяемых товаров уменьшает спрос на другой (падение цены на кожу сокращает спрос на мебельную обивку из кожзаменителя), тогда как для взаимодополняемых товаров имеет место противоположное явление (сокращение цены на автомобили увеличивает спрос на бензин и автомагнитолы).

Из этого следует, что многие товары, взаимосвязь между которыми слаба, будут, по крайней мере в некоторой степени, взаимозаменяемыми, поскольку они участвуют в конкуренции за ограниченный бюджет покупателя. Так, снижение цен на жилье может привести к сокращению спроса на зарубежные туристические поездки, так как возрастет число людей, купивших квартиры, и им придется сократить расходы на отдых, чтобы возвращать имеющиеся долги.

Таким образом, функция спроса на тот или иной товар должна включать в качестве переменной не только цену этого товара, но и цены товаров-субститутов и товаров-комплементов.

Теперь допустим, что все факторы, кроме первого (цены данного товара — P) неизменны. Тогда объем спроса будет зависеть только от цены (P):

$$Q_d = f(P).$$

Каков характер этой зависимости? Допустим, потребитель хочет приобрести яблоки сорта "Джонатан". В зависимости от цены он купит разные их количества. Так поступают и другие потребители. Между ценой товара и его количеством, которое желают приобрести потребители, существует следующая зависимость: чем ниже цена на товар, тем больший спрос будет предъявлен на него, и, наоборот, с повышением цены количество тех, кто согласится покупать товар, будет уменьшаться.

Отсюда следует, что спрос всех потребителей на яблоки "Джонатан" может быть представлен, во-первых, *в виде таблицы*:

Соотношение цены и количества яблок сорта "Джонатан", на который предъявлен спрос

Цена за 1 кг яблок, руб.	Количество яблок, на которое предъявлен спрос, кг
20	500
18	560
17	575
15	610
12	650
10	800
7	850
5	1000

Второй способ изображения зависимости между ценой и количеством покупок — *графический*. Для построения кривой спроса на оси абсцисс отложим точки, соответствующие количеству покупаемых яблок интересующего нас сорта, а на оси ординат — соответствующие им цены. Данная кривая есть *график функции спроса от цены* (рис. 3-2).

На рис. 3-2 видно, что при цене P_1 потребители согласны купить количество яблок Q_1, при более низкой цене P_2 — количество Q_2. Если все возможные точки, характеризующие соотношение "цена — объем спроса", соединить, то получим кривую D, которая и называется **кривой спроса.** Кривая спроса показывает, какое количество товара потребители купят при разных ценах.

Обычно предполагается, что *кривая спроса имеет отрицательный наклон*. С экономической точки зрения это означает, что объем покупок обратно пропорционален уровню цены. Эта зависимость называется **законом спроса.** Следовательно, при прочих равных условиях снижение цены приводит к увеличению спроса и, наоборот, рост цены ведет к снижению спроса на продукцию.

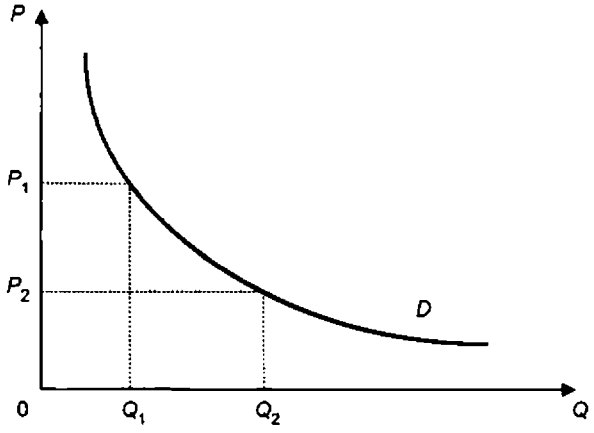


Рис. 3-2. Кривая спроса

В основе закона спроса лежит, во-первых, *психология покупателя*, склонного большие объемы товара покупать по более низкой цене, чем по более высокой (подтверждением этого является кривая спроса), а во-вторых, подчинение потребления *закону убывающей предельной полезности*, в соответствии с которым последующие единицы конкретного товара приносят все меньшее удовлетворение. Например, второй компьютер (телефон, телевизор) не так полезен в доме, как первый, поскольку основные потребности удовлетворены, третий еще менее полезен и т. д. Поэтому покупатель приобретает дополнительные единицы при условии, что их цена снижается. В-третьих, действие закона спроса связано с *эффектом дохода*, выражающимся в том, что при прочих равных условиях и постоянном доходе снижение цены приводит к повышению покупательной способности потребителя, а установление более высокой цены — к снижению покупательной способности.

С эффектом дохода связан *эффект замещения*: высокие цены на товар побуждают покупателя заменять его приобретение покупкой аналогичных более дешевых товаров.

3.3. ПАРАДОКСЫ ЗАКОНА СПРОСА

Существование закона спроса не означает, что он всегда и при любых условиях проявляет свою сущность. Следует напомнить о некоторых возможных "исключениях" из него: во-первых, о случаях, когда товары рассчитаны на богатых людей; во-вторых, когда покупатели судят о качестве товара по его цене; в-третьих, о явлениях, которые получили в экономической теории название эффекта Гиффена.

Известно, что такие товары, как дорогостоящие ювелирные изделия, покупают только потому, что цены их высоки; снижение цен на такие товары может уменьшить их привлекательность для богатых и поэтому, вероятно, приведет к сокращению объема их продажи. (Хотя менее состоятельные потребители могут быть в таком случае заинтересованы покупать эти товары, тем самым компенсируя для рынка потерю богатых покупателей.) Аналогичным образом в тех случаях, когда покупатели не имеют возможности судить о качестве товаров непосредственно и исходят для этой цели из цен, снижение цен на товары может привести к уменьшению спроса на них. Наконец, эффект Гиффена также характеризует явление, когда рост спроса на товар происходит при повышении цены на него. Этот эффект получил название по имени английского статистика и экономиста Р. Гиффена (1837—1910), который наблюдал его в Англии XIX в. и впервые описал.

Р. Гиффен заметил, что в современной ему Англии "чем дороже становился хлеб, тем больше его покупали". Почему существовал такой парадокс? Дело в том, что он наблюдался в весьма специфической ситуации. В то время бедные слои населения в Англии имели очень низкий доход и жили в нищете. Повышение цены на хлеб — необходимый продукт питания — так сильно сказывалось на их общей покупательной способности, что рабочие семьи вынуждены были отказываться от покупки мяса и фруктов, которые были еще дороже хлеба, хлеб они стали покупать в еще больших количествах, так как он стал почти единственным продуктом питания. Когда же цена на хлеб снижалась, то потребители начинали снова покупать другие продукты, и спрос на хлеб сокращался. Таким образом, **существование эффекта Гиффена определяется несколькими условиями:** во-первых, товар, на который цена растет, должен принадлежать к числу предметов первой необходимости; во-вторых, уровень доходов покупателей должен быть таким низким, чтобы изменение цены на этот товар (эффект дохода) оказывало непропорционально сильное влияние на их покупательную способность (эффект замены). В этом случае кривая спроса на товар будет иметь не отрицательный, а положительный наклон (это означает, что абсолютная величина эффекта дохода при росте цены становится больше, чем отрицательная величина эффекта замещения); в-третьих, чтобы эти бедные слои жили в условиях рыночного хозяйства и не имели дополнительных источников средств к существованию.

Как видим, эффект Гиффена характерен для обстановки обнищания населения. Он наблюдается сегодня не только в слаборазвитых странах, но и в России и других странах СНГ, где переход к рынку привел к резкому росту инфляции и пролетаризации широких слоев народных масс. При инфляции, несмотря на рост общего уровня цен, товар может стать относительно более дешевым даже при росте текущей цены на него, если цены на другие товары растут быстрее.

Таким образом, эффект Гиффена, строго говоря, не отменяет действие закона спроса. Здесь имеет место рост спроса на *относительно* подешевевший товар, несмотря на то что текущая его цена повысилась.

3.4. КРИВАЯ СПРОСА И ЦЕНА СПРОСА

Продолжим анализ кривой спроса. Зададим вопрос: какой практический смысл имеет кривая спроса, зачем ее знать, например, предпринимателю? Дело в том, что эта кривая выражает **цену спроса.**

ЦЕНА СПРОСА — это максимальная цена, которую согласен уплатить потребитель при покупке данного товара. Цена спроса не тождественна рыночной цене, т. е. цене конкретной покупки, которую называют еще ценой рыночного равновесия. Цена спроса определяется размером дохода. Она ограничивается доходом и остается фиксированной, так как покупатель больше уплатить не может.

Например, покупатель пришел на рынок часов, имея 1 тыс. руб. Интересующие его часы стоят 1,5 тыс. руб. (это их рыночная цена). Однако покупатель, исходя из своих предпочтений, выделил на часы лишь 1 тыс. руб. и дороже этой суммы не может их купить. Поэтому кривая цены спроса очерчивает максимальную цену, которую готов уплатить конкретный потребитель (или группа потребителей) за определенное количество товара.

Очевидно, что, чем выше цена спроса, тем больше количество покупателей, чьи доходы не позволяют приобрести данный товар, и тем, следовательно, меньшее количество товара будет продано. Это значит, что, если установлены высокие цены спроса, все покупатели, чьих доходов не хватит для приобретения данного товара, уйдут с рассматриваемого рынка.

Следует отметить, что кривые спроса могут иметь разные конфигурации. На рис. 3-3, *а*, расположенном ниже, мы видим кривую спроса, которая **выпукла** к началу координат. Она иллюстрирует возрастание абсолютных приращений объема спроса на товар по мере снижения цены. Такую кривую называют **кривой рыночного спроса**, поскольку ее конфигурация показывает, что снижение цены будет привлекать на рынок данного товара все большее количество покупателей, в результате чего даже незначительное снижение цены будет сопровождаться существенным ростом спроса.

На рис. 3-3, *б* изображена **вогнутая** к началу координат кривая спроса, которая показывает убывание абсолютных приращений величины спроса. Такая кривая более типична для отдельного покупателя, поскольку по мере снижения цены и увеличения объема покупок происходит насыщение потребности в данном товаре. Поэтому ее называют **кривой индивидуального спроса.**

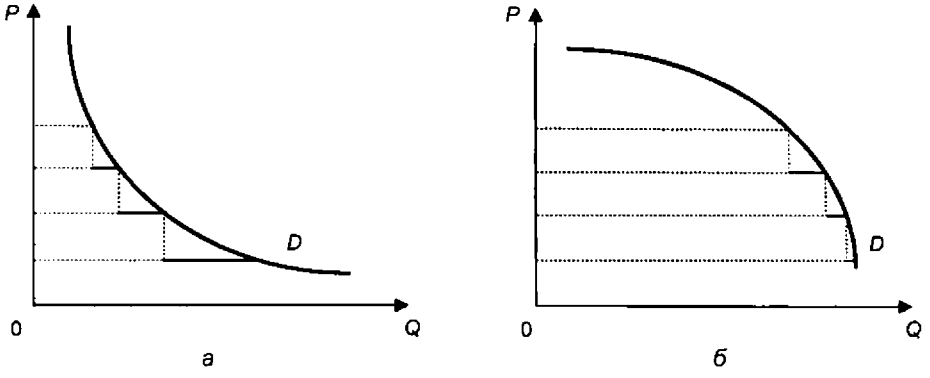


Рис. 3-3. Конфигурация кривых спроса:
а — рыночный спрос; *б* — индивидуальный спрос

Для кривой спроса характерно также то, что с **течением времени** ее форма и положение в системе координат могут измениться. Для одного периода спрос представлен кривой D, а для другого — кривой D_1. Такое изменение кривой называется **смещением кривой спроса** (рис. 3-4), противоположным движению **вдоль кривой спроса**, например от точки A к точке B.

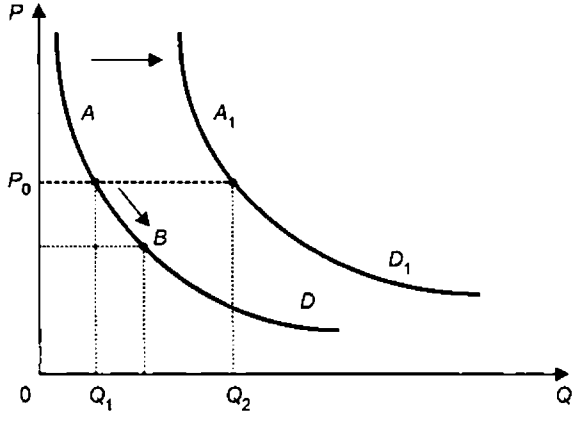


Рис. 3-4. Смещение кривой спроса

Смещение кривой спроса объясняется изменением значений всех других переменных, кроме цены, содержащихся в общей функции спроса. Например, рост дохода потребителя приведет к тому, что при одной и той же цене P_0 он сможет купить больше товара, что приведет к перемещению точки A в точку A_1, а значит, увеличению количества покупок с Q_1 до Q_2. Аналогичным образом кривая спроса сдвинется вправо при увеличении числа покупателей на рынке. То же произойдет при изменении вкусов и

предпочтений потребителей (летом количество купленного мороженого при той же цене увеличивается). Очевидно, что в случае изменения значений переменных в противоположном направлении кривая спроса сдвинется влево. Положение кривой спроса относительно осей координат может быть обусловлено колебаниями расходов на рекламу, изменением цен на конкурирующие (взаимозаменяемые) или на взаимодополняемые товары.

Подведем некоторые итоги. Спрос является функцией многих переменных, например цен, предпочтений потребителей, а также зависит от решений, принимаемых в отношении конкурирующих товаров. Функция, характеризующая в целом эту взаимосвязь многих переменных, называется **функцией спроса.** В отличие от этого кривая спроса строится только на основе двух переменных (цены и количества товаров); другие переменные при этом не учитываются. Таким образом, различие между движением вдоль кривой спроса и ее смещением можно описать с помощью соответствующих переменных. Любое изменение спроса на продукцию, происходящее только в результате изменения цены, характеризуется движением **вдоль** кривой, в то время как изменение величины любой другой переменной в функции спроса приведет к изменению положения кривой спроса относительно осей координат, т. е. **смещению** кривой.

3.5. ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЕГО ФУНКЦИЯ

Теперь посмотрим на рынок глазами продавца. Он представляет другую сторону рыночных отношений — предложение.

Предложение на рынке является результатом производства и отражает желание производителей продавать свой товар. Естественно, что это желание зависит от многих факторов. Как правило, цель продажи — получение прибыли. Поэтому все продавцы стремятся продать свой товар по самой высокой цене, и, чем выше цена, тем большее количество товара будет предложено для продажи.

На этом основании мы можем определить характер функции предложения от цены. Она имеет следующий вид:

$$Q_s = f(P),$$

где Q_s — объем предложения;

P — цена товара.

Как и функция спроса, функция предложения от цены может быть представлена *в виде таблицы*, где приводятся цены i-го товара и его предложение в натуральном выражении, а также *графически*. Для построения графика на оси абсцисс откладываются точки, характеризующие объем предложения, а на оси ординат — цены предложения.

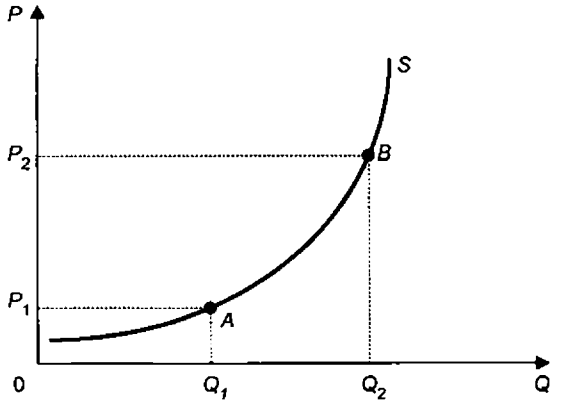


Рис. 3-5. Кривая предложения

Графическим изображением функции предложения от цены является кривая предложения S (рис. 3-5), которая имеет положительный наклон (восходящий характер).

Двигаясь по кривой предложения от точки A к точке B, мы обнаруживаем рост объема (количества) предложения товара от Q_1 до Q_2 под влиянием роста цен на него; движение вниз по кривой от точки B к точке A отражает снижение объема предложения от Q_2 до Q_1 под влиянием снижения цен на этот товар.

Таким образом, объем предложения товара увеличивается при росте цены и уменьшается при ее снижении. В этом состоит сущность **закона предложения.** Он действует, потому что у производителя есть желание при повышении цены на его продукцию изготовить и реализовать больший ее объем с целью получить наибольшую прибыль. Низкие цены, наоборот, не стимулируют производство товара, и объем предложения снижается.

Надо иметь в виду, что функция предложения от цены есть частный случай более общей функции предложения. Рассмотрим, какие еще факторы влияют на предложение товара, кроме цены самого товара.

Предположим, фермер решил производить на продажу бройлеров (куриное мясо). Что он сделает, прежде чем начнет строить птицефабрику? Очевидно, кроме изучения цен на куриное мясо (мы уже знаем зависимость между ценой и объемом предложения) фермер поинтересуется **ценами** на мясо индейки, кролика, утки, возможно, говядины; затем узнает, во что обходятся **корма**, какие **технологии** применяются при выращивании бройлеров, какие **налоги** придется уплачивать с полученных от данного бизнеса доходов (или какие **субсидии** предоставляются фермерам на это); наконец, он обязательно изучит рынок бройлеров, узнает, **сколько человек** занимаются производством куриного мяса в данной местности.

В результате мы получим общую **функцию предложения**, которая имеет следующий вид:

$$Q_s = f(P, P_s, P_c, P_{res}, K, T, N),$$

где P — цена продаваемого товара;

P_s, P_c — цены взаимозаменяемых и взаимодополняемых товаров;

P_{res} — цены ресурсов и факторов производства;

K — уровень технологии, т. е. способ производства товара, используемый в данном виде деятельности;

T — налоги, субсидии (T_{ax});

N — количество продавцов данного товара.

Все эти факторы являются внешними детерминантами предложения и имеют объективный, т. е. не зависящий от производителя продукции, характер.

3.6. ФАКТОРЫ ИЗМЕНЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ЦЕНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Что же произойдет с кривой предложения, если изменится не цена товара, а значение какой-нибудь другой из переменных общей функции предложения (например, цены ресурсов или уровня технологии)? В этом случае произойдет **смещение кривой предложения**, что означает не изменение объема предложения, а **изменение самого предложения.**

Таким образом, смещение кривой предложения происходит тогда, когда изменяется какая-либо (кроме цены данного товара) переменная функции предложения. Пусть первоначальная кривая предложения товара (куриного мяса) представлена кривой S (рис. 3-6). Значению цены P_0 соответствует объем предложения Q_0. Предположим теперь, что цены на мясо индейки повысились, что приводит к увеличению его производства и предложения. В результате производство куриного мяса сократится, и графически это выражается в том, что кривая предложения сдвинется влево и займет положение S_1. Теперь при той же цене P_0 предложение уменьшится до объема Q_1 $(Q_1 < Q_0)$.

Аналогично, если государство сократит налоги или введет субсидии для производителей куриного мяса, кривая предложения сдвинется в положение S_2. В этом случае по каждой цене будет предложено больше куриного мяса (по цене P_0 будет продаваться $Q_2 > Q_0$ единиц данного товара).

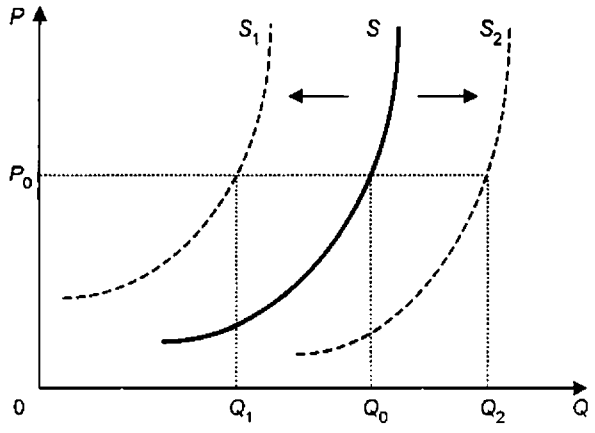


Рис. 3-6. Смещение кривой предложения

Заметим, что смещение кривой предложения под воздействием вышеперечисленных факторов в **экономическом смысле** отражает изменение **издержек производства** данного товара. Так, предоставление субсидий или снижение налогов означает удешевление производства, и, следовательно, производители при той же цене смогут предложить больше данного товара. Напротив, при росте цены на альтернативный товар (субститут) произойдет увеличение объема его предложения, что, вероятно, будет сопровождаться ростом спроса на факторы его производства, а значит, повышением цен. В этом случае издержки производства нашего товара повысятся (так как выросли цены на факторы производства), что снизит наше желание предлагать этот товар при каждой данной цене.

Какой из этого следует вывод? Кривая рыночного предложения — это фактически **кривая цены предложения**, поскольку она отражает издержки производства того или иного товара. Чем больше объем выпускаемой продукции, тем при прочих равных условиях выше издержки его производства, поскольку рост спроса на ресурсы повлечет за собой повышение их цены. Именно поэтому большее количество товара продавцы готовы предлагать лишь по более высоким ценам.

Таким образом, **цена предложения — это *минимальная* цена, по которой продавцы согласны продавать на рынке данное количество товара.** По цене ниже этой продавцы предлагать данное количество товара не могут, поскольку им не позволяют издержки производства. Следовательно, **чем ниже цена предложения, тем меньшее количество товаров поступает на рынок, потому что у многих производителей затраты выше этой цены.** Напротив, **чем выше цена предложения, тем острее конкуренция на рынке** (так как больше фирм предлагают свой товар на продажу).

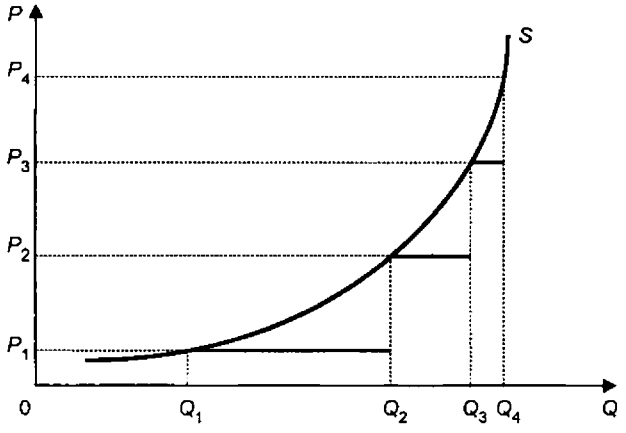


Рис. 3-7. Конфигурация кривой предложения

Если мы внимательно посмотрим на кривую предложения (рис. 3-7), то обнаружим, что по мере вовлечения в производство все большего числа производителей объем предложения следует за ценой (увеличивается), но **абсолютное его приращение уменьшается, доходя до нулевых отметок, когда кривая *S* принимает вертикальный вид.** Экономически это означает, что производство больше не может расширяться, так как исчерпаны необходимые производственные ресурсы (нет производственных мощностей, сырья, материалов, квалифицированной рабочей силы и т. д.).

Возможно также, что кривая предложения принимает **обратный наклон.** Это бывает в случаях, когда предложение, возрастая в ответ на рост цены до определенного уровня, может затем, наоборот, сокращаться в ответ на дальнейшее увеличение цены. Такая кривая предложения будет иметь вид, показанный на рис. 3-8. Классическим примером этого является предложение рабочей силы на рынке труда, когда после достижения определенного уровня заработной платы, позволяющего удовлетворить насущные потребности, рабочий захочет трудиться за более высокую плату.

В этом случае говорят, что на участке кривой предложения от точки *A* до точки *B* действует **эффект замещения** (досуг заменяется работой, так как альтернативная цена досуга растет вместе с повышением зарплаты); на участке же от точки *B* до точки A_1 (когда объем предложения сокращается до первоначального уровня, несмотря на повышение цены) проявляется **эффект дохода**, который характеризует противоположное экономическое явление — стремление иметь больший досуг при более высоких доходах.

Для понимания расположения кривой предложения в системе координат "цена — количество" важное значение имеет **фактор времени.** В мик-

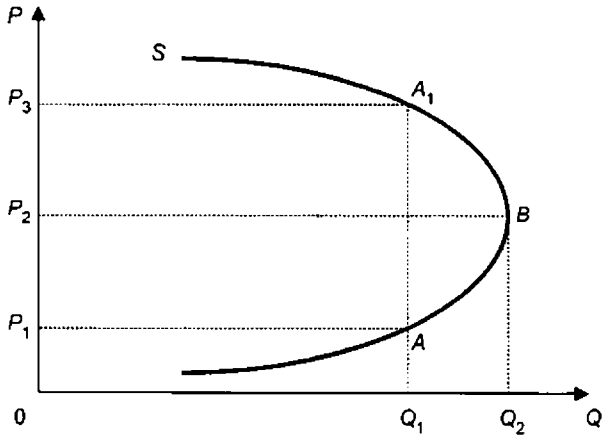


Рис. 3-8. Обратный наклон кривой предложения

роэкономике принято различать три периода: **текущий** (мгновенный), в котором все факторы производства рассматриваются как неизменные; **краткосрочный**, на протяжении которого изменяются лишь некоторые факторы производства (количество используемого сырья, численность нанимаемых рабочих); **долгосрочный**, когда все факторы производства являются переменными.

В текущем периоде кривая предложения имеет строго вертикальный вид, что означает неизменность объема предложения при возрастании цены (рис. 3-9).

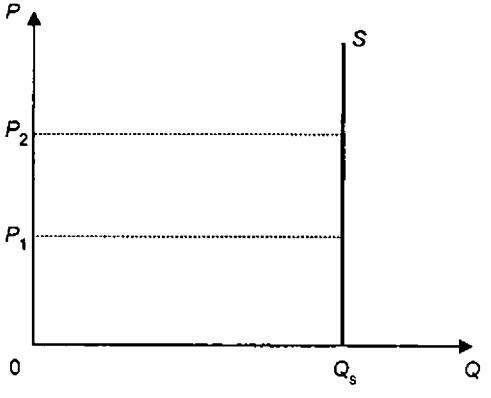


Рис. 3-9. Кривая предложения в текущем периоде

В **краткосрочном периоде** при повышении цены имеет место увеличение использования некоторых ресурсов (например, рабочей силы), в результате чего кривая предложения принимает более пологий вид (рис. 3-10).

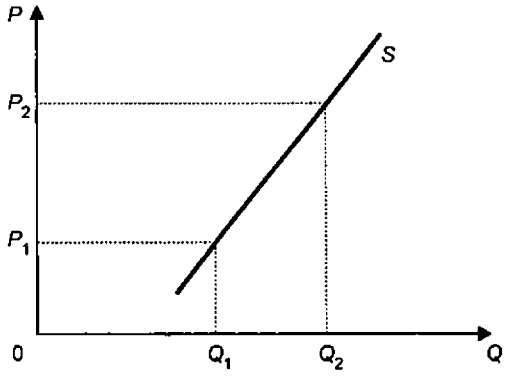


Рис. 3-10. Кривая предложения в краткосрочном периоде

В **долгосрочном периоде** даже незначительное повышение цены вызывает существенный рост объема предложения, поскольку для производства данного товара будут использоваться в возрастающих количествах все необходимые ресурсы (рис. 3-11).

В этом случае кривая предложения становится все более и более пологой.

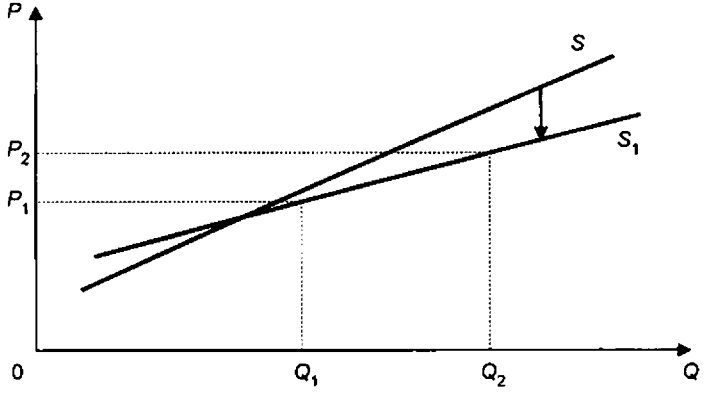


Рис. 3-11. Кривая предложения в долгосрочном периоде

Основные выводы

1. В неоклассической экономической теории индивид находится в центре экономического анализа. Его суверенитет, интересы и предпочтения служат основой всей системы взглядов неоклассиков.
2. Желания индивида в условиях рыночной экономики трансформируются в понятие спроса. Спрос на какой-либо товар есть прежде всего функция желания. Он характеризует желание индивида купить то или иное количество данного товара.

3. На потребительский спрос оказывают влияние следующие факторы: цена товара, на который предъявляется спрос; цены товаров-субститутов и товаров-комплементов; вкусы и предпочтения потребителей; доходы потребителей; количество покупателей данного товара на рынке; некоторые другие переменные. Функция спроса выражает взаимосвязь между желанием потребителя иметь тот или иной товар и определяющими спрос факторами.

4. Главным фактором, оказывающим влияние на количество купленного товара, т. е. объем спроса, является его цена. Между ценой и объемом спроса существует обратная зависимость. В этом заключается сущность закона спроса: количество покупок обратно пропорционально уровню цен.

5. Встречаются и исключения из закона спроса, одним из которых является парадокс Гиффена: рост спроса на товар вызывается повышением его цены. Такое возможно лишь тогда, когда абсолютная величина эффекта дохода при росте цены превышает отрицательную величину эффекта замещения. В этом случае кривая спроса на товар имеет не отрицательный, а положительный наклон.

6. Вместе с тем известные исключения из закона спроса — лишь кажущиеся. Фактически закон спроса действует всегда и без всяких исключений.

7. Кривая спроса показывает цену спроса. Цена спроса — это максимальная цена, которую согласен уплатить потребитель при покупке данного товара. Она определяется доходом потребителя. Чем выше цена спроса, тем больше количество покупателей, чьи доходы не позволяют приобрести данный товар, тем, следовательно, меньшее количество товара будет продано.

8. Предложение на рынке является результатом производства и отражает желание производителей продать свой товар Чем выше цена товара, тем большее его количество будет предложено на продажу. В этом состоит сущность закона предложения. Поэтому кривая предложения имеет положительный наклон. На предложение, кроме цены товара, оказывают влияние цены взаимозаменяемых и взаимодополняемых товаров, цены ресурсов, уровень технологии, налоги и субсидии, количество продавцов данного товара и прочие факторы.

9. Кривая рыночного предложения — это кривая цены предложения, поскольку она отражает издержки производства того или иного товара. Цена предложения — это минимальная цена, по которой продавцы согласны продать на рынке данное количество товара. Чем ниже цена предложения, тем меньшее количество товаров поступает на рынок, потому что у многих производителей затраты выше этой цены.

Вопросы для повторения

1. Какую роль сыграла концепция индивидуализма, использованная неоклассиками, в научном анализе рыночного хозяйства и его элементов?
2. Что лежит в основе спроса покупателя на какой-либо товар?
3. Какие факторы и каким образом оказывают влияние на спрос?

4. Что представляет собой цена товара с точки зрения микроэкономического анализа?
5. Чем отличаются товары-субституты от комплементарных товаров?
6. Что показывает кривая спроса? Какой характер зависимости между ценой и объемом спроса она иллюстрирует?
7. Какие факторы лежат в основе закона спроса?
8. "Закон спроса действует всегда", — верно ли это утверждение?
9. Существуют ли исключения из закона спроса и какой характер они носят?
10. Могут ли качественные товары быть одновременно товарами Гиффена?
11. Чем отличается цена спроса от рыночной цены?
12. Под влиянием каких факторов происходят смещения кривой спроса и движение вдоль кривой спроса?
13. Объясните, почему объем предложения товара увеличивается при росте цены и наоборот.
14. Что произойдет с кривой предложения автомобилей, если возрастет цена на бензин?
15. Как вы понимаете утверждение о том, что цена предложения товара отражает издержки его производства? Обоснуйте. Почему цена предложения — это минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке данное количество товара?
16. В чем заключается экономический смысл обратного наклона кривой предложения?

Задачи, упражнения, тесты

1. Имеются следующие данные о цене и количестве покупаемых яблок на рынке в городе *N* в начале сентября 199... года.

Цена за 1 кг (в руб.)	Общее количество, на которое есть спрос (в кг)
5,0	2000
4,0	3000
3,0	5000
2,0	9000

Постройте кривую спроса и ответьте на следующие вопросы:

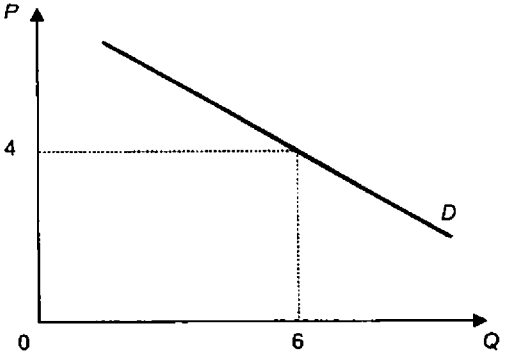
а) Что произойдет с кривой спроса, если оценка полезности яблок покупателями снизится?

б) Предположим, что цена 1 кг яблок равняется 4 руб. Как изменится спрос, если цена снизится на 1 руб.? Будет ли ответ иным, если на 1 руб. снизится цена любого другого товара?

в) Изменится ли положение кривой спроса на яблоки, если на рынке появится много дешевых груш и слив?

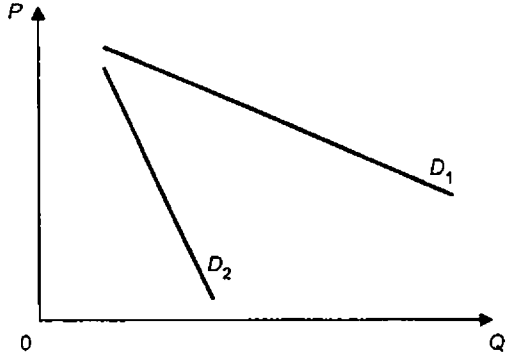
г) Какой будет кривая спроса, если рыночная цена яблок установится на уровне 8 руб. за 1 кг?

2. На графике изображена кривая спроса D. Что показывает заштрихованный прямоугольник:



а) величину спроса;
б) объем продаж;
в) возможную выручку при цене, равной 4;
г) неудовлетворенный спрос, равный 10.

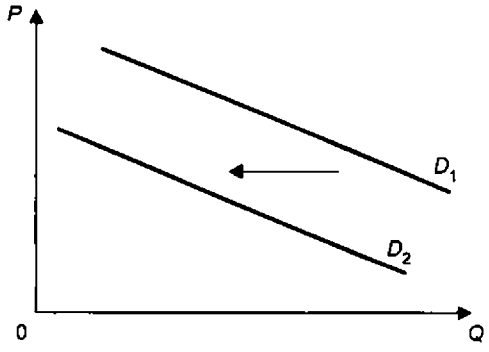
3. Спрос на какие два блага изображают данные кривые:



а) картофель и яблоки сорта "Джонатан";
б) хлеб и туристические путевки в Прагу;
в) бензин и автомобили;
г) атмосферный воздух и красоту опавших листьев в городском парке.

4. Смещение кривой спроса на мороженое влево, из положения D_1 в положение D_2, скорее всего, может быть вызвано:

а) ростом доходов населения;
б) наступлением зимы;
в) уменьшением предложения мороженого;
г) снижением цен на мороженое.



5. Предположим, что ввиду изменения вкусов потребителя предельная полезность каждой единицы некоторого блага возросла. В этом случае кривая индивидуального спроса:

   а) сдвинется влево;
   б) станет более крутой;
   в) станет более пологой;
   г) сдвинется вправо.

6. Кривая спроса показывает:

   а) какую общую полезность получает потребитель при той или иной цене;
   б) какую предельную полезность получает потребитель при той или иной цене;
   в) каков спрос потребителя при той или иной цене;
   г) какую сумму денег готов истратить потребитель, чтобы получить то или иное количество полезности.

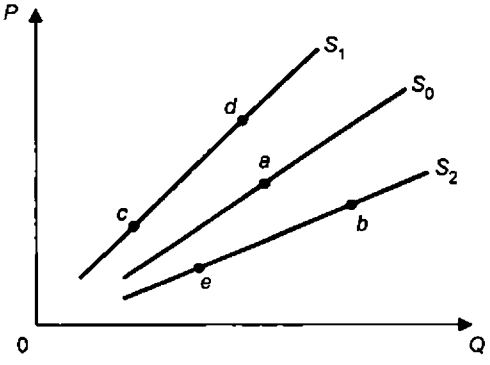
7. Могут ли оба блага, *X* и *Y*, быть благами низкого качества:

   а) если кривые спроса на *X* и *Y* имеют отрицательный наклон и их кривые предложения имеют положительный наклон, а блага *X* и *Y* являются субститутами (и в экономике производятся только два товара)?
   б) как изменится ваш ответ, если *X* и *Y* — товары-комплементы?
   в) если в модели только два товара, то они, скорее всего, будут субститутами или комплементами (взаимодополняющими)?

8. Покажите, как в экономике, производящей два товара, увеличение цены на *X* изменит спрос на *X* и *Y*, если:

   а) *X* и *Y* — товары-субституты и *X* является некачественным товаром.
   б) *X* и *Y* — товары-комплементы и *X* является некачественным товаром.
   в) а) и б) и *X* является нормальным товаром.
   г) Что более вероятно: *X* и *Y*-комплементы или субституты, если *X* является гиффеновским товаром?
   д) Возможно ли, чтобы оба товара (*X* и *Y*) были некачественными товарами?

9. На расположенном ниже графике изображены кривые предложения S_0, S_1, S_2.



Ответьте на следующие вопросы:

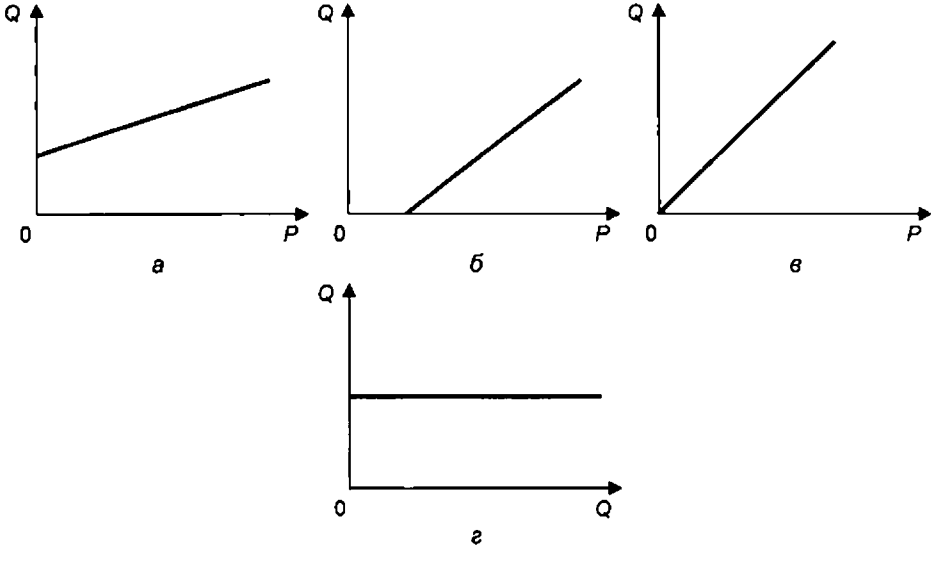
а) чем вызвано движение из точки *a* в точку *b*? почему? что могло быть причиной этого движения?

б) чем вызвано движение из точки *a* в точку *c*? почему? что могло быть причиной этого движения?

в) чем вызвано движение из точки *c* в точку *d*? почему? что могло быть причиной этого движения?

г) чем вызвано движение из точки *b* в точку *e*? почему? что могло быть причиной этого движения?

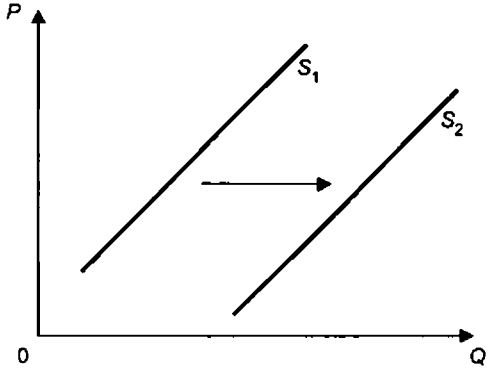
10. Если отложить величины аргумента функции по горизонтальной оси координат, а значения функции — по вертикальной оси, закон предложения не может быть изображен на графике:



11. Дана функция предложения $Q_S = 2P - 200$. Свободный член обратной функции предложения равен:

а) –200;
б) –100;
в) 200;
г) 100.

12. Смещение кривой предложения вправо, из положения S_1 в положение S_2, может быть вызвано:



а) ростом затрат на единицу продукции;
б) снижением предложения при уменьшении цены;
в) уменьшением переменных затрат;
г) дотациями потребителям;
д) увеличением спроса.

13. "В автомобильной промышленности в 1988 г. в целом отмечался стабильный рост производства и сбыта. Это было следствием общей повышательной тенденции в развитии экономики большинства ведущих капиталистических стран, а также удовлетворением отложенного спроса, характерного для этого рынка в середине 80-х годов. Заметно повлияли на развитие отрасли такие факторы, как рост покупательной способности населения, замедление инфляции в отдельных странах Запада, снижение стоимости кредита и подоходного налога, некоторое увеличение уровня занятости".

Прокомментируйте это утверждение. Какие из перечисленных факторов оказали воздействие на спрос на автомобили, какие — на предложение и каким образом (смещение кривых или движение вдоль кривых)?

14. В Москве более высокий уровень цен на товары и услуги по сравнению с другими российскими городами объясняется главным образом тем, что здесь:

а) выше спрос;
б) меньше предложение товаров и услуг;
в) более высокие цены спроса;
г) более низкие цены предложения.

Рекомендуемая литература

Барр Р. Политическая экономия: В 2 т. Т. 1. М., 1994. С. 454–479.

Введение в рыночную экономику / Под ред. А. Я. Лившица, И. Н. Никулиной. Гл. 3. § 3. М., 1994.

Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. Н. Микроэкономика. Гл. 2. М., 1994.

Макконнелл К., Брю С. Экономикс: В 2 т. Т. 1. Гл. 4. М., 1993.

Нуреев Р. М. Основы экономической теории. Микроэкономика. Гл. 3. М., 1996.

Теория потребительского поведения и спроса / Под общ. ред. В. М. Гальперина. СПб., 1993. С. 250–303.

Харвей Дж. Постигаем экономику. Гл. 3. М., 1997.

Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: В 2 т. Т. 1. Гл. 2. М., 1993.

Морган Дж. М. Руководство по изучению учебника С. Фишера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензи "Экономика". Гл. 3. М., 1997.

Сборник задач по экономике / Отв. ред. Ю. Е. Власьевич. Тема 3. М., 1996.

Микро- и макроэкономика: Практикум / Под общ. ред. Ю. А. Огибина. Тема 4. СПб., 1994.

Основы предпринимательской деятельности / Под ред. В. М. Власовой. Гл. 6. М., 1994.

ГЛАВА 4

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Ключевые понятия

Вторая теорема благосостояния
Излишек производителя
Маржинализм
Модель паутины
динамической
расходящейся
совершенной
"Невидимая рука" А. Смита
Общественная выгода
Первая теорема благосостояния
Потребительский излишек
Равновесие по Вальрасу
Равновесие по Маршаллу
Равновесный объем
Равновесная цена
Распределение налогового бремени
Рыночный клиринг
Стабильность равновесия
Товарные налоги
"Цена пола"
"Цена потолка"
Частичное рыночное равновесие

4.1. МОДЕЛЬ ЧАСТИЧНОГО РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ. СУЩНОСТЬ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ

Рассмотренные в предыдущих главах кривые спроса и предложения, взятые сами по себе, показывают, что́ происходит с объемами покупок и продаж при изменении цены. Мы также установили, что эти кривые характеризуют желания покупателей купить, а продавцов продать определенное

количество товара по заданной цене. Иначе говоря, эти кривые показывают цены покупателей и цены продавцов, которые те назначают на рынке исходя из своих доходов (покупатели) и издержек (продавцы). Однако товары и услуги продаются не по ценам спроса и не по ценам предложения, а по ценам рыночного равновесия. Что это за цены, как и на каком уровне они устанавливаются, чем они определяются?

В разные времена экономисты давали различные ответы на эти вопросы.

Представители *классической* политэкономии XVIII в. и начала XIX в. отводили особую роль предложению, полагая, что цены основываются на **издержках производства.**

Школа *маржиналистов*, сформировавшаяся во второй половине XIX в., делает **акцент на спросе**, который предъявляют потребители на рынке, покупая товары по ценам, равным их предельной (конечной) полезности. Один из представителей этой школы, С. Джевонс, приводил в качестве аргумента такой пример. Он спрашивал: потому ли ныряют в море за жемчугом, что жемчужины обладают большой ценностью, или жемчужины обладают большой ценностью потому, что за ними нужно нырять в море? Если ловец достанет простой камень, его труд не будет иметь никакой стоимости. Следовательно, именно полезность жемчужины лежит одновременно в основе и цены этой жемчужины, и цены труда ловца.

Однако в конце XIX в. основоположник неоклассического направления выдающийся английский экономист **А. Маршалл** (1842—1924) доказал, что в формировании рыночной цены одновременно участвуют **и предложение, и спрос,** подобно тому как в разрезании бумаги участвуют оба лезвия ножниц.

Для того чтобы описать этот процесс, надо свести вместе продавцов и покупателей и показать соответствующие кривые спроса и предложения, которые отражают их интересы.

Если мы наложим друг на друга кривые спроса и предложения, показывающие рыночный спрос и рыночное предложение одного и того же товара, то получим модель, иллюстрирующую одновременно поведение спроса и предложения интересующего нас товара. В экономической теории она получила название **модель частичного рыночного равновесия** (равновесия на рынке *одного* товара).

На рис. 4-1 показано, что в точке пересечения кривой спроса D и кривой предложения S, которая называется точкой равновесия и обозначается буквой E (от *Equilibrium* — равновесие), объем спроса равен объему предложения ($Q_d = Q_s$), а цена спроса равна цене предложения ($P_d = P_s$). Такое равенство цен экономисты называют **ценой рыночного клиринга** или **равновесной ценой**, а равные объемы спроса и предложения — **равновесным объемом.** Точка равновесия соответствует такому соотношению, когда на рынке нет тенденции к изменению рыночной цены или

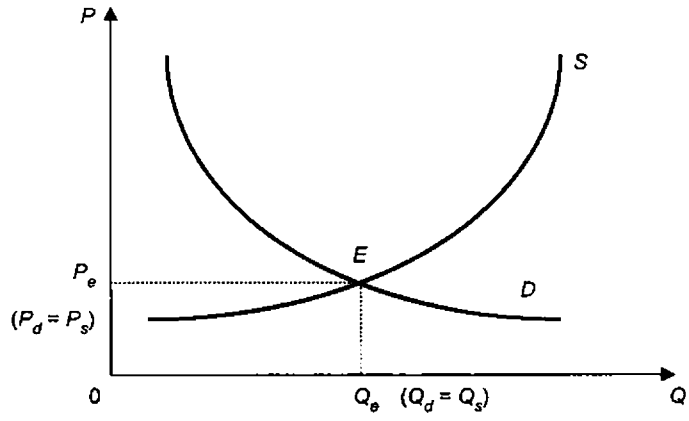


Рис. 4-1. Модель частичного рыночного равновесия

количества продаваемых товаров. Если рынок находится в равновесии, цена такова, что количество товара, которое покупатели хотят приобрести, точно совпадает с количеством товара, которое продавцы хотят предложить.

Таким образом, сущность рыночного равновесия заключается в том, что в этом состоянии рынок сбалансирован: ни продавцы, ни покупатели не стремятся нарушить это равновесие. В точке равновесия их интересы совпадают.

Следует отметить, что равновесие не является математическим равенством или уравнением одной или нескольких величин. На практике подобное равенство никогда не может быть достигнуто в таком живом организме, как экономика. Даже в физике совершенная пара сил является определением именно неподвижности (игра сил с нулевым результатом). Поэтому рыночное равновесие рассматривается как гармония интересов продавцов и покупателей или как отсутствие диспропорции между спросом и предложением. Оно может существовать до тех пор, пока данное состояние рынка соответствует интересам продавцов и покупателей. При любом другом положении на рынке (изменении цены или объемов) он выходит из состояния равновесия и становится несбалансированным. В этом случае и продавцы, и покупатели будут стремиться сбалансировать свои интересы, и рынок начнет двигаться в сторону равновесия. Проиллюстрируем это с помощью модели, используя два альтернативных подхода к достижению равновесия, известных в экономической науке как *равновесие по Л. Вальрасу* и *равновесие по А. Маршаллу.*

Главным в **подходе Л. Вальраса** (рис. 4-2) является возникновение разницы в **объемах** спроса и предложения под действием отклонения фактической рыночной цены от равновесной. Пусть реальная рыночная цена P_1 окажется несколько ниже равновесной цены P_e. При такой цене объем

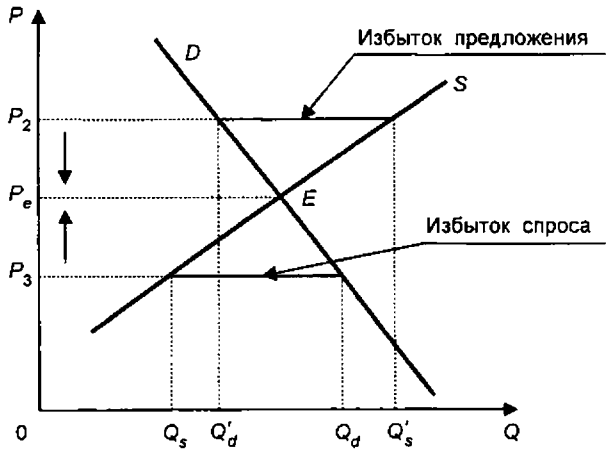


Рис. 4-2. Равновесие по Л. Вальрасу

спроса Q_d будет превышать объем предложения Q_s. Образовавшийся избыток спроса $(Q_d > Q_s)$ усилит конкуренцию покупателей, которая будет толкать рыночную цену вверх до уровня равновесной цены, при которой объем спроса и объем предложения уравновесят друг друга.

Если же рыночная цена P_2 будет выше равновесной P_e, на рынке образуется избыток предложения $(Q'_s > Q'_d)$, в результате чего усилится конкуренция продавцов и рыночная цена установится на уровне равновесной.

Равновесие по А. Маршаллу (рис. 4-3) опирается на разность **цен** спроса и предложения, вызванную отклонением фактического объема предложения от равновесного.

Если объем предложения Q_s меньше равновесного Q_e $(Q_s < Q_e)$, цена спроса P_2 окажется выше цены предложения P_1 $(P_2 > P_1)$. Это побуждает продавцов увеличить объем предложения товаров на рынке. Напротив, при превышении равновесного объема предложения $(Q'_s > Q_e)$ цена спроса P_1 будет меньше цены предложения P_2 $(P_1 < P_2)$, что заставит продавцов уменьшить предложение товаров до объема, при котором он уравновешивается с объемом спроса и будет равен Q_e. При равновесном объеме цена спроса совпадает с ценой предложения $P_1 = P_2 = P_e$.

Таким образом, из проведенного анализа следует, что если рыночная цена не равна равновесной, то действия покупателей и продавцов двигают ее в направлении к равновесной. Если же объем предложения не равен равновесному, то, ориентируясь на цену спроса, продавцы увеличивают или уменьшают объемы предложения до равновесного уровня, при котором устанавливается и равновесная цена.

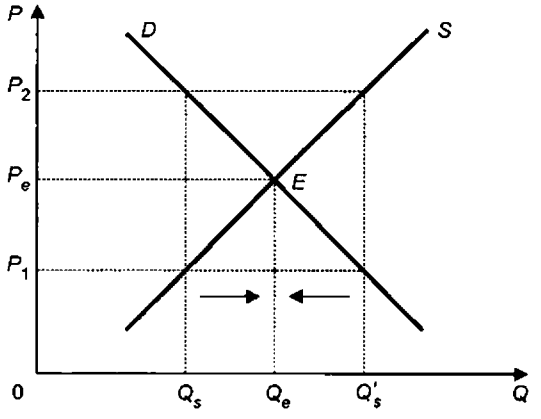


Рис. 4-3. Равновесие по А. Маршаллу

Функция спроса и предложения Л. Вальраса имеет вид

$$Q_d = f(P);$$

$$Q_s = f(P),$$

а условием равновесия является равенство

$$Q_d = Q_s.$$

У А. Маршалла функция спроса и предложения имеет вид

$$P_d = f(Q);$$

$$P_s = f(Q),$$

а условием равновесия является равенство

$$P_d = P_s.$$

Современная экономическая теория оперирует функциями спроса и предложения Л. Вальраса и графическими иллюстрациями этих функций А. Маршалла, что не сказывается на результатах анализа взаимодействия спроса и предложения.

Поскольку в модели Л. Вальраса инструментом сбалансированности рынка являются цены, то эта модель характеризует ситуацию, складывающуюся на рынке **в краткосрочном периоде**. Моделью А. Маршалла, в которой равновесие достигается за счет приспособления объемов предложения к равновесному количеству, лучше описываются рыночные процессы **в долгосрочном периоде** (можно изменить объемы выпуска и продаж за счет увеличения или уменьшения количества используемых факторов производства).

4.2. ПОСЛЕДСТВИЯ УСТАНОВЛЕНИЯ НЕРАВНОВЕСНЫХ ЦЕН

Автоматическое формирование равновесной цены (А. Смит назвал это принципом "невидимой руки") способствует перераспределению ресурсов и других экономических благ из отраслей с низкими ценами в отрасли с более высоким платежеспособным спросом. Высокие цены свидетельствуют о редкости благ, о стремлении к более рациональному их использованию, о необходимости расширения их производства. В конечном счете в экономике происходит уравновешивание цен, благодаря чему достигается эффективное (оптимальное) распределение экономических благ, т. е. такое, при котором редкие блага не растрачиваются впустую.

Однако люди не всегда считают, что рыночные (равновесные) цены оптимальны. Поэтому иногда государство, преследуя те или иные социальные цели, идет на установление максимальных ("цен поддержки") или минимальных цен, по которым производителям надлежит продавать свою продукцию.

Рассмотрим модель установления государством "потолка цен", т. е. такого уровня цен, выше которого производители не вправе продавать свои товары и услуги. Целью подобного контроля над ценами может быть защита малоимущих слоев населения от непомерно высоких цен на те или иные товары и улучшение условий их жизни за счет производителей. В данном случае вопрос о том, какая именно цена является "необоснованно высокой", решается в ходе политической борьбы, и закономерности спроса и предложения здесь не учитываются.

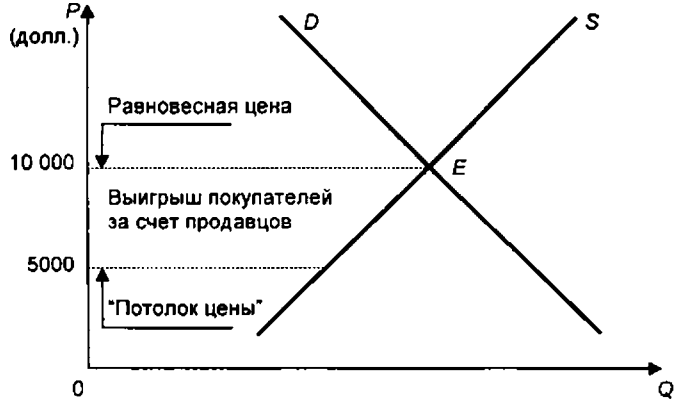


Рис. 4-4. Установление государством "потолка цены"

На рис. 4-4 показаны последствия установления государством "потолка цены".

Предположим, на рынке автомобилей марки *Z* установилась рыночная цена 10 тыс. долл. Далее допустим, что введен "потолок цены" на уровне 5 тыс. долл. В результате мы получим **первый эффект** — выигрыш покупателей составил 5 тыс. долл. за каждый из автомобилей. На графике этот выигрыш показан площадью трапеции, ограниченной участком оси ординат между точками 10 000 и 5000, линиями, пересекающими ее в этих точках, и соответствующим участком кривой предложения. Выгода покупателей за счет продавцов — это основной *ожидаемый* эффект, на который рассчитывало государство (или местные органы власти), вводя контроль над ценой.

Однако какие же *непредвиденные* эффекты будут иметь место в результате принятия данного решения? Графически они изображены на рис. 4-5.

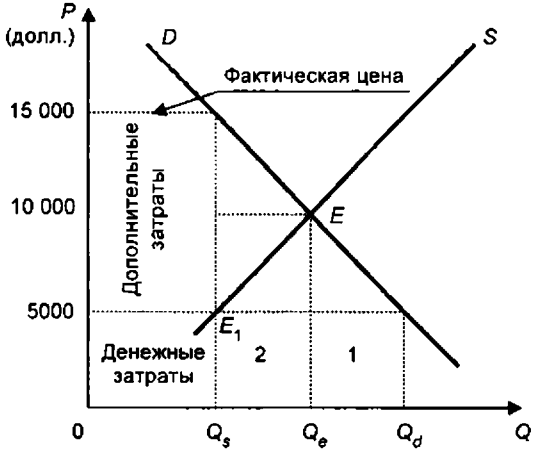


Рис. 4-5. Последствия установления "потолка цены"

В краткосрочном периоде, когда количество автомобилей постоянно, непредвиденные последствия будут проявляться в виде дефицита. Дефицит возникает потому, что величина спроса при 5 тыс. долл. за автомобиль (Q_d) больше, чем при равновесной цене 10 тыс. долл. (Q_e). Размер дефицита в краткосрочном периоде иллюстрирует площадь прямоугольника 1. Он обусловлен несколькими причинами. Во-первых, люди, которые раньше вообще не имели автомобилей, теперь, возможно, решат их купить. Во-вторых, некоторые автолюбители, у которых были старые машины, предпочтут заменить их новыми. Наконец, в-третьих, некоторые семьи посчитают возможным иметь не один или два автомобиля, а больше — для каждого взрослого члена семьи.

Но появившийся дефицит создает проблемы как для покупателей, так и для продавцов. Они начинают активно реагировать на создавшуюся ситуацию.

В долгосрочном периоде установление "потолка цен" приведет к тому, что производители автомобилей сократят их выпуск и рынок переместится из состояния E в E_1. В этом случае дефицит еще больше возрастет, поскольку разница между объемом спроса Q_d и объемом предложения Q_s увеличится. Общий размер дефицита теперь будет представлен площадями прямоугольников 1 и 2.

А как поведут себя потребители? Очевидно, что в создавшихся условиях они смогут приобрести только то количество автомобилей, которое реально предложено на рынке. Этим количеством будет Q_s. **Денежные** затраты потребителей на приобретение данного числа автомобилей показывает площадь соответствующего прямоугольника. Однако при объеме предложения Q_s, который явно недостаточен, между потребителями возникает конкуренция, и они вынуждены платить гораздо более высокую **фактическую** цену (на графике она составляет 15 тыс. долл.) по сравнению с установленной ценой "потолка" в 5 тыс. долл. В эту цену будут входить затраты времени и средств на поиски товара, на его доставку, на стояние в очередях (возможно, несколько лет), на переплату тем, кто имеет доступ к дефициту и занимается перепродажей, и т. д. Таким образом, **фактические** затраты потребителей на приобретение автомобилей будут включать как денежные затраты, так и перечисленные дополнительные затраты. При этом следует подчеркнуть одно очень важное обстоятельство: дополнительные затраты на приобретение автомобилей — это *мертвые* затраты, поскольку они не идут на расширение производства дефицитных товаров.

Теперь посмотрим, что происходит на рынке в случае ценовой поддержки, т. е. установления более высоких цен по сравнению с равновесными. Такие цены еще называют "ценами пола", поскольку продажа по более низким ценам не разрешается.

На рис. 4-6 с помощью кривых спроса и предложения описан рынок зерна.

Предположим, что первоначально рынок находился в равновесии в точке E. Затем в целях поддержки фермеров правительством устанавливается минимальная цена зерна P_1, которая превышает равновесную. В этом случае фермеры будут рады, так как у них появится стимул к расширению производства зерна до объема Q_s. Однако на рынке нет спроса на такое количество зерна, и в результате у фермеров образуется излишек, который, очевидно, согласится выкупить государство. Каков размер этого излишка? Он равен разнице между объемом предложения зерна по "цене пола" Q_s и объемом спроса по этой цене Q_d (по цене P_1 потребители могут купить лишь Q_d количество зерна). В результате затраты потребителей составят площадь прямоугольника OP_1AQ_d, а затраты правительства (это деньги налогоплательщиков) — площадь прямоугольника Q_dABQ_s.

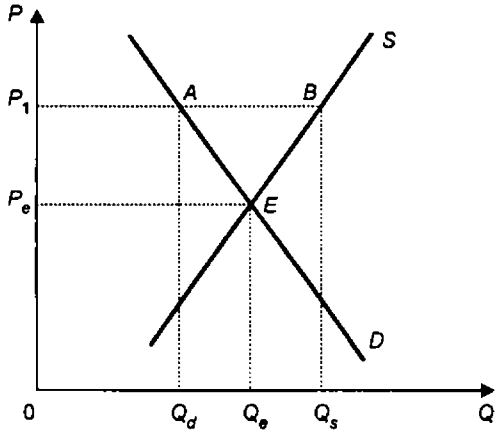


Рис. 4-6. Последствия установления "ценовой поддержки"

Таким образом, в случае применения ценовой поддержки и установления цены на уровне более высоком, чем равновесная, государство посылает дезориентирующую информацию как потребителям, так и производителям. Потребителям эта цена говорит, что количество зерна ограниченно, его альтернативная стоимость высока, а значит, они должны снизить его потребление. Фермерам же она говорит об обратном: чтобы они продолжали и в дальнейшем использовать имеющиеся у них ресурсы (землю, капитал, труд) для производства данного количества зерна.

Следовательно, административное установление цен, контроль за ними нарушают функционирование рыночного механизма, и в результате общество несет потери.

Разумеется, совсем другая картина имела бы место при снижении цены до равновесной. Потребители приняли бы решение покупать больше зерна, так как оно стало бы для них стоить дешевле, а производители при снизившейся цене уменьшили бы площади посевов и нашли бы лучшее применение имеющимся ресурсам. Подробнее о том, какой выигрыш получает общество от существования равновесных цен, поговорим в § 4.4. А сейчас продолжим анализ государственного вмешательства в рыночные отношения.

4.3. НАЛОГИ И РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Прежде всего рассмотрим воздействие на рыночное равновесие налогов, которые устанавливаются на деятельность фирмы (производителей). Существует огромное количество таких налогов: налог на фонд заработной платы, налог на прибыль, налог на добавленную стоимость, налог с оборота, налог на продукцию и т. д.

В принципе анализ воздействия налога на равновесие достаточно прост: мы рассматриваем экономическое равновесие до и после изменений в налогообложении, а полученные различия позволяют определить влияние налога. Будет видно, чей доход и на сколько вырос или упал, что случилось с ценами и объемом производства на рынках тех или иных товаров.

Рассмотрим влияние на рыночное равновесие так называемых **товарных** налогов. К этой группе относится, например, акцизный налог.

Пусть первоначальное положение на рынке какого-то товара характеризуется взаимодействием кривой спроса S и кривой предложения D, формирующих равновесную цену P_e и равновесный объем Q_e (рис. 4-7).

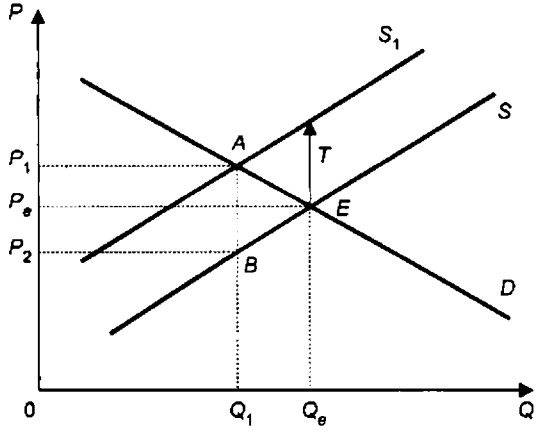


Рис. 4-7. Изменение рыночного равновесия под влиянием товарного налога

Допустим, что правительство вводит налог на данный товар в размере T руб. на каждую его единицу. Введение налога вызывает параллельное смещение кривой предложения S вверх на величину T. Это происходит вследствие того, что ранее производители согласны были предложить Q_e количество товара при цене P_e, теперь же они согласятся предложить то же количество товара в том случае, если цена будет на T руб. выше прежней P_e.

В результате производителям достанется выручка от продажи по прежней цене P_e, а излишек продажной цены, равный величине налога T, пойдет государству. Так происходит в каждой точке кривой предложения S, поэтому вся она смещается вверх, в положение S_1. Заметим при этом, что налог не изменяет количество, которое покупатели желают приобрести при любой данной цене, и это, следовательно, не приводит к смещению кривой D.

Новое состояние рынка характеризуется величинами Q_1, P_1, P_2. На графике видно, что объем Q_1 меньше прежнего Q, цена P_1, которую платит покупатель, выше первоначальной равновесной цены P_e, цена P_2, которую фактически получает продавец (без налога), ниже первоначальной. Разница между ценами P_1 и P_2 достается государству в виде налога.

Обратим внимание на следующий факт. В результате введения товарного налога сокращается как объем производства, так и объем потребления. Кроме того, покупатели платят более высокую цену, а продавцы получают более низкую по сравнению с первоначальной равновесной цену. Стало быть, налог ухудшает экономическое положение и покупателей, и продавцов.

Распределение налогового бремени между покупателями и продавцами зависит от соотношения углов наклона линий спроса и предложения.

На рис. 4-8, *а* изображены крутая кривая спроса и пологая кривая предложения. В этом случае покупатели несут большее налоговое бремя, чем продавцы. Напротив, на рис. 4-8, *б* продавцы несут бóльшую часть налогового бремени, потому что кривая спроса — крутая, а кривая предложения — пологая.

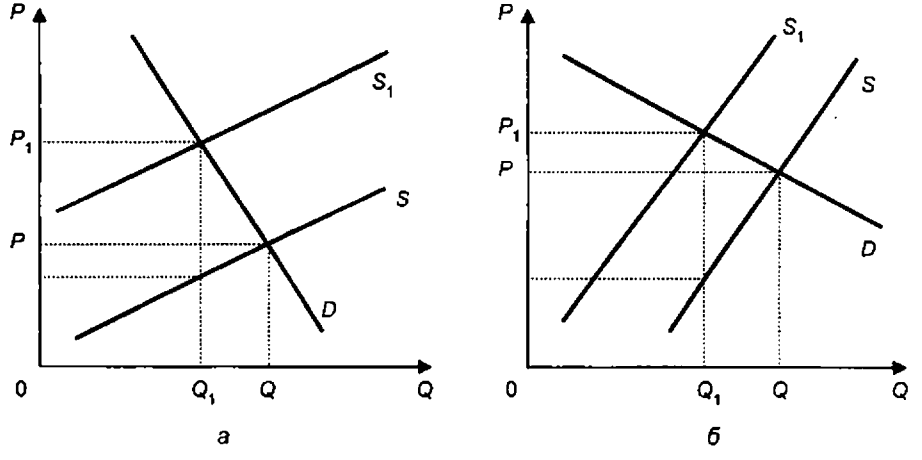


Рис. 4-8. Налоговое бремя

а) при эластичном и *б*) неэластичном спросе и предложении

Зачем государство вмешивается в рыночные отношения? Мы уже дали частичный ответ на этот вопрос. Он заключается в том, что своим вмешательством государство стремится ликвидировать **несовершенство** рынка, т. е. его неспособность эффективно распределять ресурсы. Однако экономическая теория утверждает, что в действительности только рынок способен поддерживать экономику в эффективном состоянии, обеспечивая выигрыш рыночным агентам.

4.4. ОБЩЕСТВЕННАЯ ВЫГОДА ОТ КОНКУРЕНТНОГО РАВНОВЕСИЯ: ИЗЛИШЕК ПОТРЕБИТЕЛЯ И ИЗЛИШЕК ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Рассмотрим теперь результаты свободного рыночного обмена на основе равновесных цен с точки зрения общественной выгоды, получаемой покупателями и продавцами. Мерой такой выгоды служат понятия **излишка потребителя** и **излишка производителя**, введенные в экономическую теорию выдающимся английским экономистом А. Маршаллом.

На рис. 4-9 изображена модель частичного рыночного равновесия, сложившегося на рынке конкретного товара, например велосипедов.

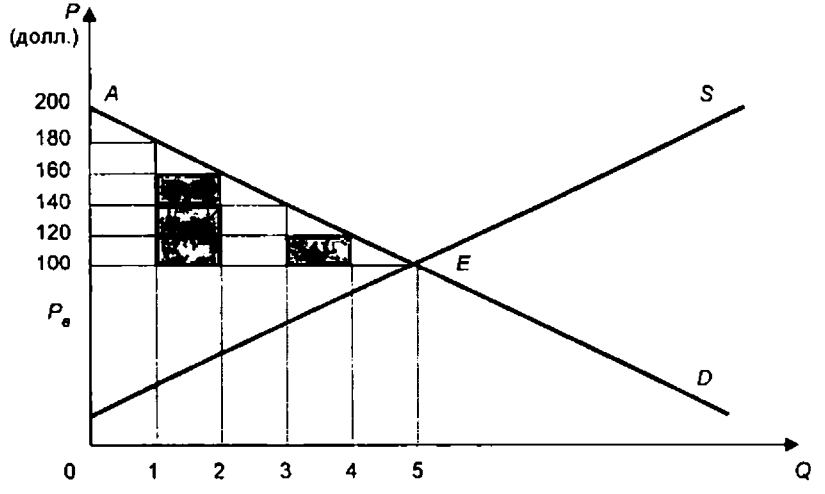


Рис. 4-9. Излишек потребителя

Предположим, что равновесная цена P_e равна 100 долл., равновесный объем — 5 единицам. Из кривой цены спроса видно, что при цене 180 долл. объем спроса составит 1 единицу. Это означает, что один из покупателей имеет такой доход, который позволяет ему заплатить за велосипед 180 долл. С точки зрения микроэкономики данная сумма есть его цена спроса. Она свидетельствует о том, что этот покупатель ради приобретения велосипеда за 180 долл. согласен пожертвовать покупкой других товаров на такую же сумму. Однако на самом деле он отдает за велосипед только 100 долл., т. е. пожертвует другими товарами лишь на эту сумму. В результате чистая выгода, или излишек, получаемый потребителем от покупки велосипеда за 100 долл., составит 80 долл. (180 – 100).

Далее мы видим, что при цене 160 долл. за велосипед объем спроса составит 2 единицы. Следовательно, какой-то другой потребитель готов уплатить за велосипед 160 долл. (это его цена спроса), но фактически он купит товар по его рыночной цене 100 долл. Следовательно, его излишек составит 60 долл. (160 – 100).

Для третьего потребителя излишек составит 40 долл., для четвертого — 20 долл. Пятый же потребитель выходит на рынок с ценой спроса в 100 долл., которая совпадает с рыночной ценой, поэтому он не получает никакого излишка. Заметим, что при этом он ничего не теряет.

Таким образом, общий излишек, получаемый всеми пятью покупателями, составит 200 долл. (80 + 60 + 40 + 20 + 0). На графике величина этого излишка равна площади заштрихованной ступенчатой фигуры. Очевидно, что при большом числе покупателей и при большом объеме продаж величина излишка будет совпадать с площадью треугольника $AP_e E$.

Следовательно, излишек потребителя — это разница между ценой спроса, т. е. максимальной ценой, которую потребители *готовы* были уплатить за определенное количество товара, и количеством денег, которое они *действительно* отдали при сложившейся цене равновесия.

Аналогичный смысл имеет понятие "излишек производителя". На рис. 4-10 изображена кривая предложения S, которая показывает, что один производитель согласен продать велосипед по 20 долл., два производителя согласны продать велосипед по 40 долл., три — по 60 долл., четыре — по 80 долл. Фактически же все пять велосипедов будут проданы по 100 долл. каждый. Общий излишек производителей составит 200 долл. $[(100 - 20) + (100 - 40) + (100 - 80) + (100 - 0) = 80 + 60 + 40 + 20 + 0]$.

Графически величина этого излишка равна площади заштрихованной ступенчатой фигуры $BP_e E$. Следовательно, **излишек, получаемый производителями, представляет собой разницу между рыночной ценой, которую они *получили* за свой товар, и теми ценами, по которым они *готовы* были продать свой товар.**

Сумма излишков потребителей и производителей, изображенная на рис. 4-11 в виде двух треугольников, характеризует **общественную выгоду** (англ. *social gain*), возникающую в связи с существованием рыночного равновесия.

Она иллюстрирует важное экономическое явление: цена рыночного равновесия позволяет рыночным агентам согласовывать свои действия, приходить к взаимному компромиссу. На рынке совокупность индивидуальных решений продавцов и покупателей получает свое признание. При этом условия торговли корректируются до тех пор, пока эта совокупность не станет сбалансированной, т. е. пока спрос не будет уравновешен

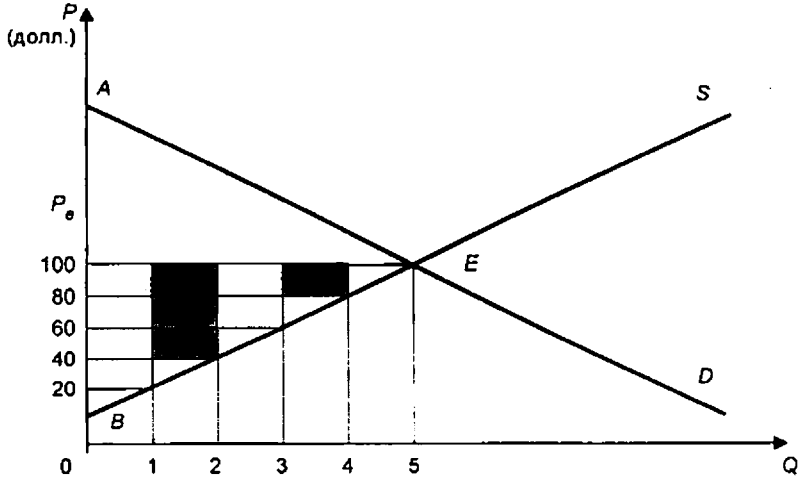


Рис. 4-10. Излишек производителя

предложением. А главное — конкурентное равновесие позволяет обеспечить максимальный выигрыш для обоих участников рыночных отношений. **Благодаря равновесной цене потребители купили больше и дешевле, чем первоначально были согласны, а производители продали дороже и больше, чем были готовы.**

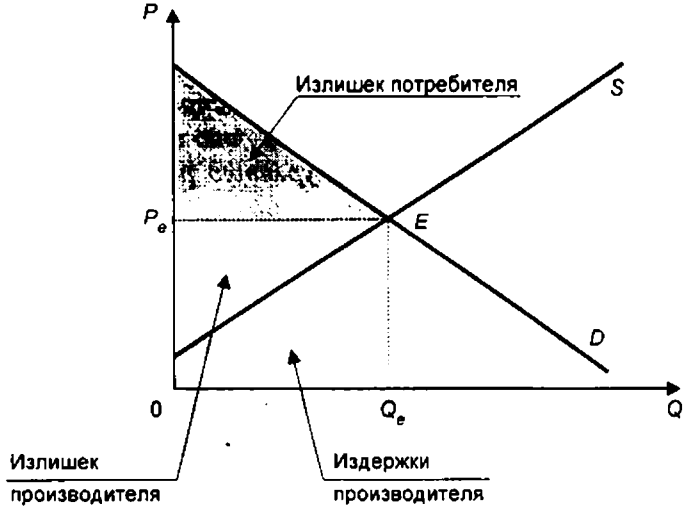


Рис. 4-11. Общественная выгода от рыночного равновесия

Результаты такого явления оцениваются в экономической теории с помощью так называемой эффективности по Парето, получившей название по имени итальянского экономиста **Вильфредо Парето** (1848—1923).

Считается, что точка равновесия на конкурентном рынке эффективна по Парето, поскольку при иных условиях становится невозможным повышение благосостояния одних участников обмена без ущерба для других.

Таким образом, распределение ресурсов через механизм цен называется эффективным по Парето, если не существует другого допустимого распределения, при котором все экономические агенты улучшили бы свое положение (или, иначе говоря, если не существует другого допустимого состояния, которое было бы для всех участников не хуже и хотя бы для одного лучше, чем данное).

Заметим, что с точки зрения достижения *общественного оптимума* это условие является хоть и необходимым, но недостаточным, поскольку такое несправедливое распределение, при котором богатство сосредоточено в руках немногих, а уделом остальных является бедность, будет тем не менее оптимальным по Парето, если не существует способа улучшить положение бедных, не ухудшая хоть в какой-то мере положение богатых.

Связь между эффективностью по Парето и конкурентным равновесием формулируется в экономическом анализе с помощью двух фундаментальных теорем.

Первая теорема экономической теории благосостояния гласит: *если существует свободный рынок, то экономика эффективно распределяет ресурсы*. Или иначе: *всякое конкурентное равновесие является эффективным по Парето.*

Вторая теорема экономической теории благосостояния утверждает, что *для всякого эффективного по Парето распределения ресурсов найдется такой вариант их перераспределения, что данное эффективное по Парето распределение окажется конкурентно равновесным для нового распределения ресурсов.*

4.5. УСТАНОВЛЕНИЕ И ДИНАМИКА РАВНОВЕСНОЙ ЦЕНЫ. УСТОЙЧИВОСТЬ РАВНОВЕСИЯ

Теперь от модели статического частичного рыночного равновесия перейдем к *динамике* и рассмотрим модели, в которых изображаются различные варианты *смещения* равновесия.

Рассмотрим рынок велосипедов, на котором сложилось равновесие при равновесной цене P_e и равновесном объеме Q_e (рис. 4-12). Предположим, что спрос на велосипеды вырос. Это могло произойти в силу ряда причин:

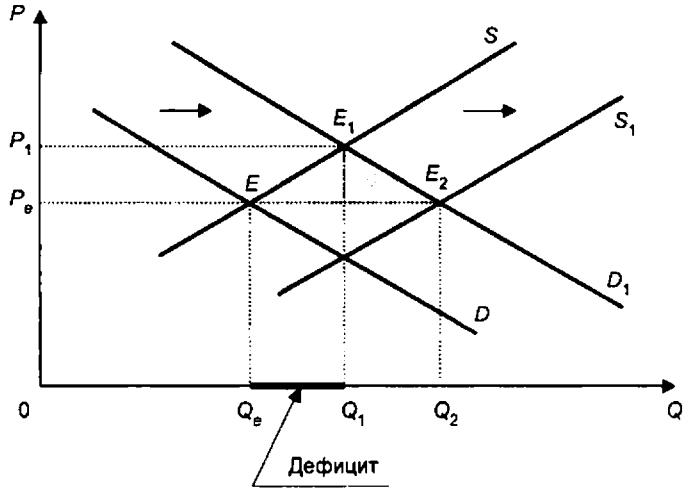


Рис. 4-12. Изменение рыночного равновесия под влиянием смещения кривой спроса

роста доходов определенных групп населения, повышения цен на мотоциклы, изменения вкусов и предпочтений (ездить на велосипедах стало модным) и т. д.

Рост спроса означает, что первоначальная кривая спроса D сместится вправо, в положение D_1. Ближайшим следствием такого смещения будет **временный товарный дефицит**, который показан на графике как разница между объемами Q_1 и Q_e. На эту ситуацию рынок отреагирует повышением цен до уровня P_1. По этой цене велосипеды будут продаваться из товарных запасов, поскольку производство еще не успело приспособиться к возросшему спросу.

Но что означает в рыночной экономике повышение цен на какой-либо товар? По существу, это свидетельство редкости, нехватки данного товара, а значит, выгодности его производства. Через какой-то период бизнес, естественно, устремится в производство велосипедов (произойдет перераспределение ресурсов, рабочей силы, капиталов и т. д. в эту сферу), и мы получим новую кривую предложения S_1, которая будет находиться правее прежней кривой S. В результате объем предложения возрастет до Q_2, усиление конкуренции приведет к снижению цены до уровня P_e и установится новое равновесное состояние в точке E_2.

Таким образом, благодаря действию рыночного механизма потребители получили необходимое количество велосипедов по прежней цене. На графике действие рыночного механизма показано в заштрихованном треугольнике EE_1E_2. Если в модели есть треугольник — значит, есть свободный рынок.

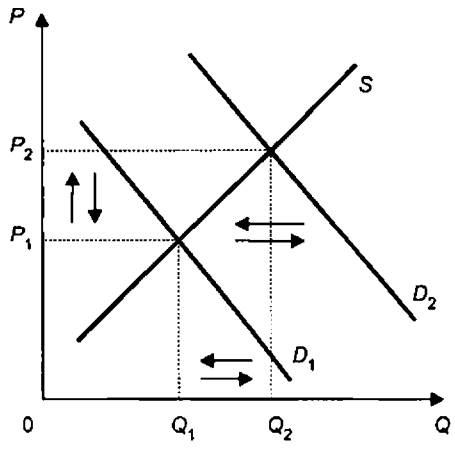


Рис. 4-13. Изменение цены и объема покупок при изменении спроса

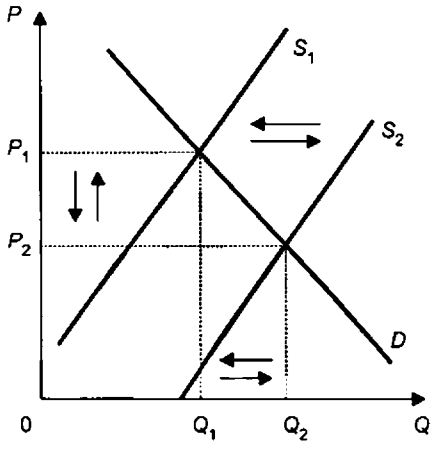


Рис. 4-14. Изменение цены и объема продаж при изменении предложения

Если абстрагироваться от способа достижения равновесия, т. е. от того какие шаги предпримут для этого покупатели и продавцы, то можно сформулировать **четыре правила спроса и предложения.**

1. **Увеличение** спроса вызывает **рост** как равновесной цены, так и равновесного объема (рис. 4-13).
2. **Уменьшение** спроса приводит к **падению** цены и равновесного объема (рис. 4-13).
3. **Рост** предложения товара влечет за собой **уменьшение** равновесной цены и **увеличение** равновесного объема (рис. 4-14).
4. **Сокращение** предложения ведет к **увеличению** равновесной цены и **уменьшению** равновесного объема (рис. 4-14).

Эти правила позволяют найти равновесную точку при **любых изменениях спроса и предложения**.

Кривые спроса и предложения могут смещаться под влиянием **инфляции**. Рост темпа инфляции приводит к повышению общего уровня цен в экономике, а следовательно, к снижению покупательной способности денег. В этом случае каждая единица товара будет покупаться по более высокой цене, чем прежде. Поэтому на рис. 4-15 **кривая спроса под влиянием инфляции сдвинется *вверх*** и займет положение **кривой инфляционного спроса D_I.**

Такое смещение кривой спроса означает рост цены для каждого значения Q (например, объем Q_e будет теперь продаваться по цене P_1). Заметим, что в случае сдвига кривой спроса **вправо** мы наблюдали иную картину: рост объема спроса Q при каждом значении цены P.

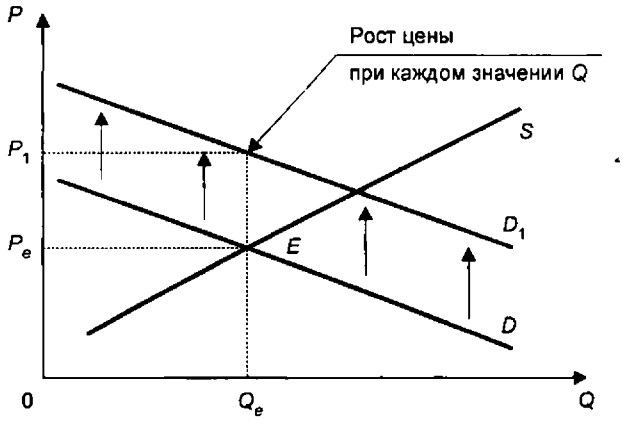


Рис. 4-15. Смещение кривой спроса в условиях инфляции

Кривая предложения под влиянием инфляции также сдвинется вверх. Экономический смысл этого сдвига состоит в том, что теперь фирмы будут продавать каждую единицу товара по более высокой цене, чем прежде. Например, равновесный объем Q_e в случае инфляционного роста цен будет продан не по цене P_e, а по более высокой цене — P_1 (рис. 4-16).

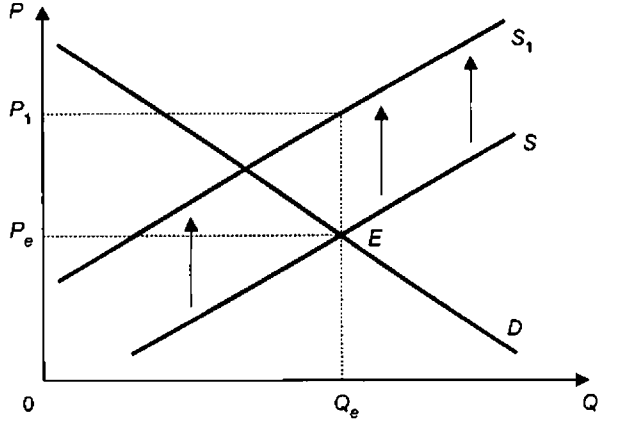


Рис. 4-16. Смещение кривой предложения под влиянием инфляции

Таким образом, усиление инфляции означает, что точка рыночного равновесия E смещается вверх, в положение инфляционного равновесия E_1 (рис. 4-17).

На скорость приспособления предложения и спроса существенное влияние оказывает **фактор времени**.

Ранее уже отмечалось, что в микроэкономическом анализе принято различать три периода: *мгновенный (текущий)*, в котором все факторы

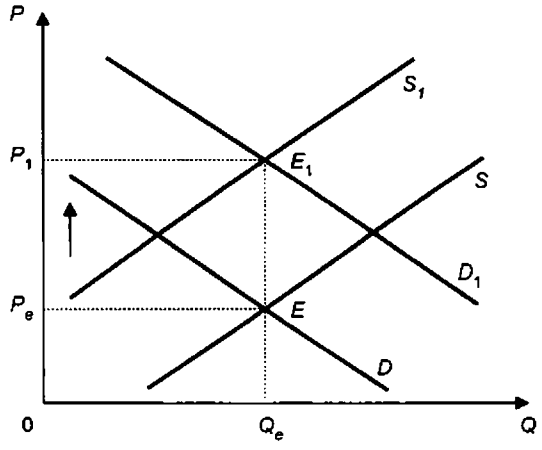


Рис. 4-17. Инфляционное равновесие

производства, используемые фирмой, являются неизменными, постоянными; *краткосрочный*, в котором некоторые факторы производства могут изменяться; *долгосрочный*, в котором все факторы меняются.

Необходимость учета фактора времени в экономическом анализе предложил А. Маршалл. Он же впервые выделил периоды. Его научное творчество проходило в то время, когда в экономической науке существовала *дихотомия* между классической и неоклассической теориями. Как уже отмечалось, **классическая политэкономия** в лице А. Смита и его последователей выдвинула затратную концепцию цены, согласно которой цена товара определяется главным образом *издержками его производства*. Представители же **неоклассической школы**, в частности так называемые маржиналисты, полагали, что в основе цены товара лежит *его предельная полезность*[1].

Стремясь объединить теорию предельной полезности и теорию издержек производства, экономисты кембриджской школы, главой которой был А. Маршалл, пришли к выводу, что ни издержки производства, ни полезность блага не имеют приоритета с точки зрения установления цен. Согласно А. Маршаллу, при идеальной картине рыночного взаимодействия устанавливаются равновесные цены, соответствующие равенству спроса и предложения. Но картина меняется *в зависимости от продолжительности рассматриваемых отрезков времени*. Равноправие исчезает: то спрос, то предложение берут на себя роль главного регулятора цены.

---

[1] Полезность каждой следующей дополнительной единицы потребляемого товара меньше, чем предыдущей. Полезность последней добавляемой единицы товара, после которой при добавлении еще одной единицы товар становится бесполезным, называется предельной. *(Примеч. ред.)*

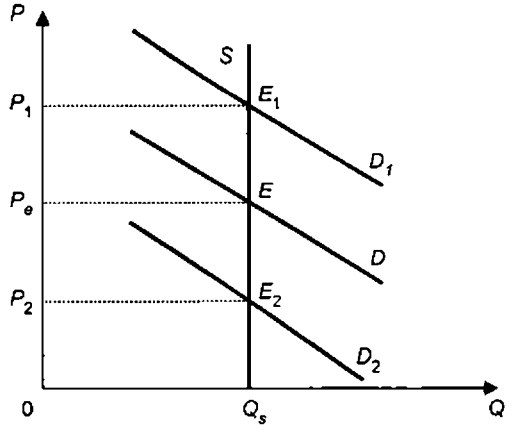


Рис. 4-18. Кривая предложения скоропортящегося товара

В текущем и краткосрочном периодах приоритет принадлежит спросу. Это объясняется тем, что предложение более инерционно, оно не поспевает за постоянными колебаниями спроса. В долгосрочном же периоде роль основной ценообразующей силы начинают играть предложение и связанные с ним издержки производства.

После этих уточнений рассмотрим модели, которые иллюстрируют различия в скорости приспособления предложения и спроса в зависимости от фактора времени.

Текущий период характеризуется мгновенным установлением равновесия, когда изменение спроса в результате расширения рынка приводит к росту рыночной цены. Предложение при этом остается неизменным, поскольку производитель не имеет времени отреагировать расширением производства. Но тот факт, что он распоряжается всем своим товаром, позволяет ему **учитывать уровень цены**. Главную роль в данном случае играет природа рассматриваемого товара.

Если товар скоропортящийся и не подлежит хранению, кривая предложения имеет строго вертикальный вид (рис. 4-18).

Мы видим, что рыночная цена полностью определяется спросом. Объем же предложения не зависит от функции спроса.

Если же товар не подвергается порче и может какое-то время храниться, то график будет выглядеть по-иному (рис. 4-19).

На нем кривая предложения S имеет два сегмента: один — с положительным наклоном, другой — вертикальный. Это означает, что при ценах P_1 и P_2 все количество товара Q_1 будет предложено для продажи; при более низкой цене P_0 часть товара будет сохраняться. При повышении спроса от D_0 до D_1 и росте цены от P_0 до P_1 продавец увеличит предложение от Q_0 до Q_1.

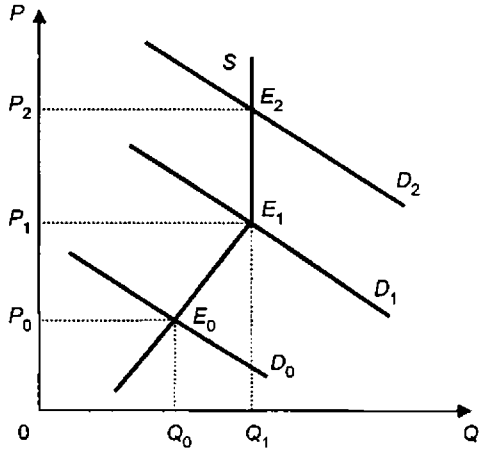


Рис. 4.19. Кривая предложения товара, который может храниться

Краткосрочный период характеризуется краткосрочным равновесием, при котором предложение возрастает по мере роста спроса. Такое увеличение предложения возможно, если фирма, например, экстренно отзывает своих работников из отпусков. Поэтому до какого-то момента кривая предложения будет пологой. Далее рост спроса и цены не сможет стимулировать производство, поскольку его расширение потребовало бы замены оборудования, использования новых технологий, ввода в действие новых производственных площадей и т. д., что невозможно в краткосрочном периоде. В этом случае кривая предложения принимает вертикальный вид, что свидетельствует об ограниченности предложения по причине недостатка производственных мощностей (рис. 4-20).

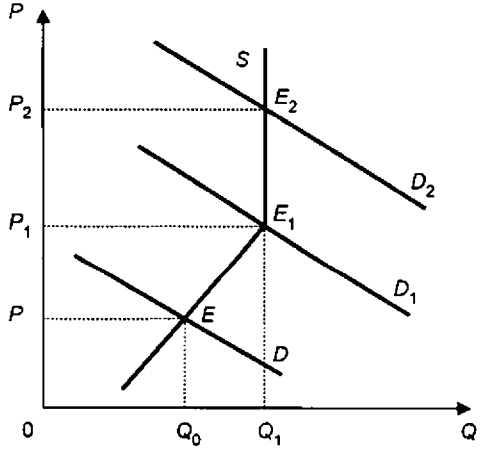


Рис. 4-20. Кривая предложения в краткосрочном периоде

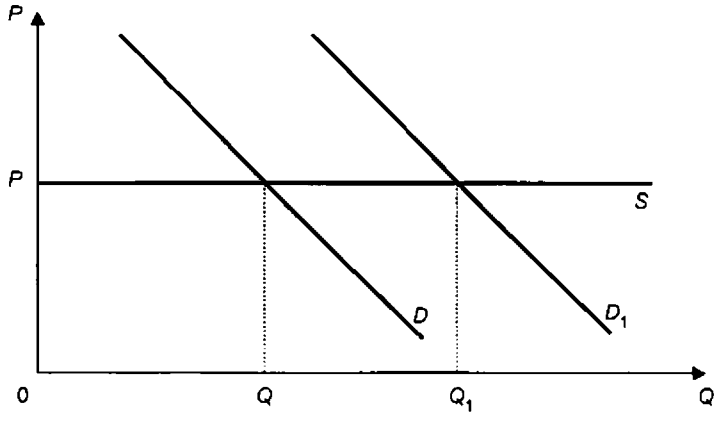


Рис. 4-21. Изменение масштабов производства при неизменных затратах

Долгосрочный период характеризуется долгосрочным равновесием, при котором фирма может изменить все факторы производства, а значит, и масштабы выпуска.

Здесь возможны *три* ситуации:

а) когда масштабы производства изменяются при *неизменных* затратах; в этом случае рост объема продажи происходит без изменения цены (рис. 4-21);

б) когда масштабы производства изменяются при *возрастающих* затратах; в этом случае имеет место увеличение объема предложения и рыночной цены (рис. 4-22);

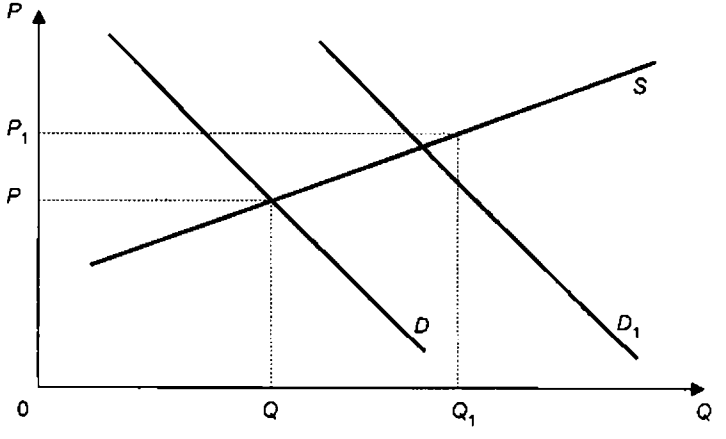


Рис. 4-22. Изменение масштабов производства при возрастающих затратах

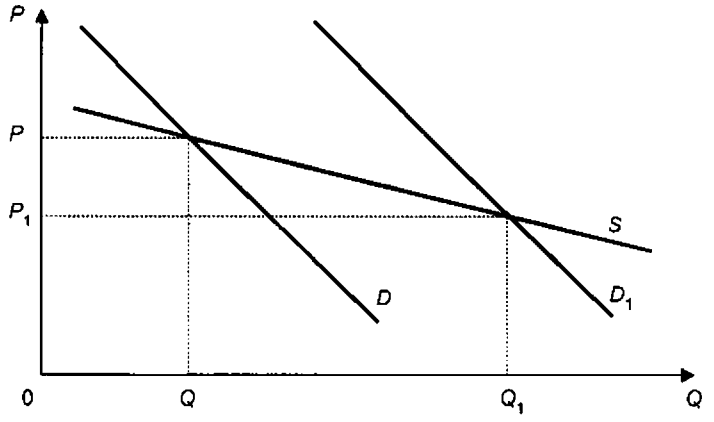


Рис. 4-23. Изменение масштабов производства при снижающихся затратах

в) когда масштабы производства изменяются при *снижающихся* затратах; в этом случае рост равновесного объема сопровождается снижением равновесной цены (рис. 4-23).

Когда деятельность фирмы выходит за рамки краткосрочного периода и переходит в долгосрочный, то графической иллюстрацией такого перехода будет рис. 4-24. Здесь показано, что первоначально спрос и предложение сбалансированы при цене P. Если спрос возрастает с D до D_1, равновесная цена увеличивается до уровня P_1. В долгосрочном периоде производство приспосабливается к спросу за счет ввода новых мощностей, и в результате объем предложения возрастает до Q_1, а равновесная цена понижается до P_2.

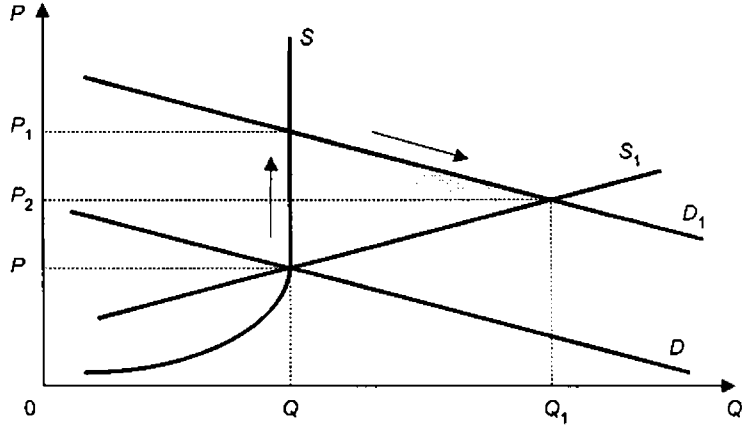


Рис. 4-24. Изменение точки равновесия при переходе деятельности фирмы от краткосрочного периода к долгосрочному

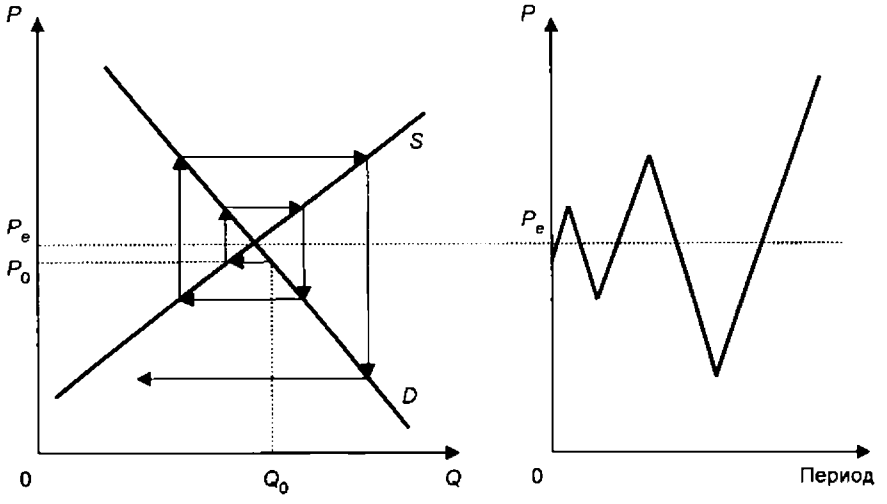


Рис. 4-25. Модель расходящейся паутины

Таким образом, можно сделать вывод, что если в текущем и краткосрочном периодах изменение спроса ведет к резкому изменению цен, то в долгосрочном периоде наблюдаются прежде всего изменения в объемах предложения, что приводит к снижению цен.

Теперь посмотрим, насколько рыночное равновесие может быть устойчивым, стабильным. Под ***стабильностью равновесия*** понимается способность рынка, выведенного из равновесного состояния, вновь возвращаться к нему под влиянием своих внутренних сил. Для иллюстрации этого явления используется **модель паутины.** Здесь возможны три случая:

а) неустойчивое равновесие, или расходящаяся паутина, когда реакция предложения на изменение цены не приводит рынок к равновесному состоянию.
Расходящаяся паутина имеет место в том случае, когда угол наклона кривой предложения *S* меньше угла наклона кривой спроса *D* (рис. 4-25). Мы видим, что отклонение от состояния равновесия выражается в колебаниях цен и объемов, все более удаляющих рынок от равновесного состояния;

б) реакция предложения на изменение цены, не приводящая к установлению равновесной цены в связи с тем, что углы наклона кривой спроса и предложения одинаковы. При таком положении всякое первоначальное отклонение вызывает колебания цен и объемов одинаковой амплитуды вокруг равновесного уровня, поэтому паутина не расходится и не сходится, заканчиваясь всякий раз в той точке, откуда началось движение. Такая модель получила название совершенной паутины или постоянной вибрации (рис. 4-26);

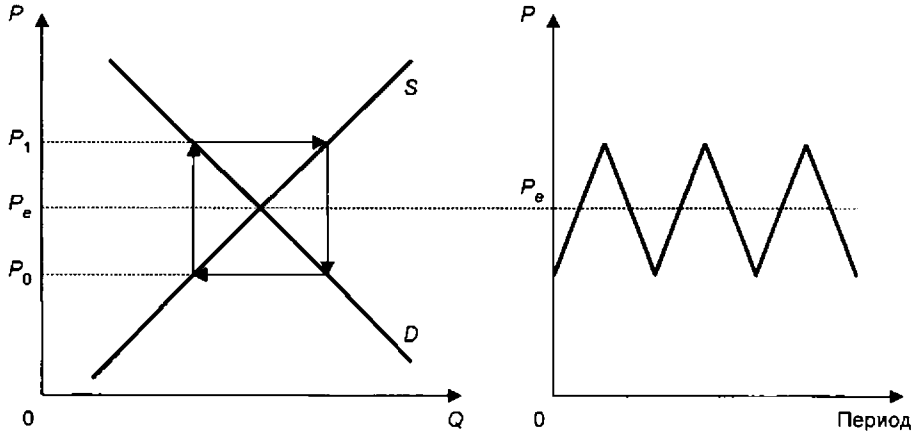


Рис. 4-26. Модель совершенной паутины

в) реакция предложения на изменение цены, приводящая рынок к равновесному состоянию, когда количество товаров, которое желают продать производители, совпадает с количеством, которое желают купить покупатели. Такая модель получила название динамической паутины. Благодаря этому на рынке достигается устойчивое равновесие (рис. 4-27). Рассмотрим этот случай подробнее.

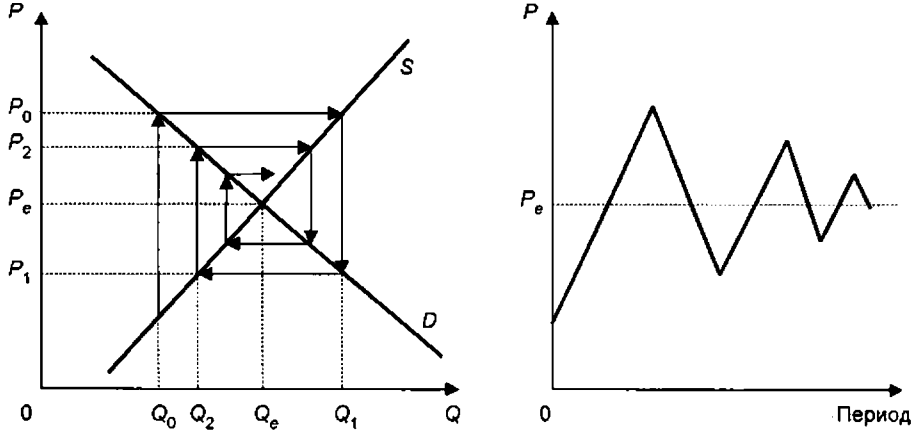


Рис. 4-27. Модель динамической паутины

Допустим, что первоначальный объем предложения на рынке составил Q_0, что меньше равновесного объема Q_e. Предлагаемые товары будут покупать по цене P_0 в течение какого-то периода, например года. Однако на следующий год цена P_0 вызовет реакцию со стороны производителей;

они увеличат объем предложения до количества Q_1, который будет выше равновесного, и предлагаемые товары будут покупать по цене P_1 на второй год. Реагируя на эту цену, производители на третий год произведут продукцию в количестве Q_2, которую будут покупать по цене P_2, и так до тех пор, пока спрос и предложение не будут сбалансированы в точке равновесия.

Какой вывод следует из рассмотренных моделей? Проблема стабильности рыночного равновесия имеет не только экономическое значение. Если рынок обладает способностью возвращаться в состояние равновесия с помощью собственного механизма (т. е. равновесие обладает свойством стабильности, как это происходит в модели динамической паутины), то дополнительное **регулирование рынка государством не обязательно**. Если же равновесие нестабильно (т. е. рынок не в состоянии самостоятельно возвратиться к равновесию, как в моделях расходящейся паутины и совершенной паутины), то необходимо **активное вмешательство государства в рыночную систему**.

Основные выводы

1. Равновесные рыночные цены определяются спросом *(demand)* и предложением *(supply)* товаров. Классическая и австрийская школы страдали односторонним взглядом на формирование цены: первая в основу цены закладывала издержки производства, вторая — полезность товара для потребителя. Лишь А. Маршалл доказал, что и спрос, и издержки производства играют важную роль в формировании равновесных цен. В его теории процесс ценообразования представлен как результат взаимодействия рыночного спроса и рыночного предложения.

2. Смысл рыночного равновесия заключается в том, что интересы продавцов и покупателей данного товара совпадают. Спрос покупателей обусловлен предельной полезностью, определяющей их цену спроса, а предложение — предельными усилиями и потерями, т. е. издержками производства товара, определяющими цену предложения продавцов.

3. Если рыночная цена отклоняется от равновесной, то образуется разница между спросом и предложением, приводящая к усилению конкуренции либо продавцов, либо покупателей, в результате которой рыночная цена устанавливается на равновесном уровне. Это явление получило название равновесия по Л. Вальрасу. Оно характерно для рыночной ситуации в краткосрочном периоде.

4. Равновесие по А. Маршаллу основано на разности цен спроса и предложения, связанной с отклонением фактического объема предложения от равновесного. Модель А. Маршалла описывает рыночные процессы в долгосрочном периоде.

5. Административное вмешательство государства в процесс ценообразования нарушает функционирование рыночного механизма, в результате чего общество несет потери.

6. При равновесных ценах общество выигрывает. Показателем выигрыша покупателя служит излишек потребителя — выгода, которая равна разнице между ценой спроса покупателя и равновесной ценой. Показателем выигрыша продавца служит излишек производителя — разница между равновесной ценой и ценой предложения продавца.

7. Равновесие на конкурентном рынке эффективно по Парето, так как при любой иной цене одни рыночные агенты улучшают свое положение лишь за счет снижения благосостояния других. Связь между эффективностью по Парето и конкурентным равновесием выражается двумя теоремами. Первая теорема экономики благосостояния гласит, что если существует свободный рынок, то в экономике эффективно распределяются ресурсы. Вторая утверждает, что для всякого эффективного по Парето распределения ресурсов найдется такой вариант их перераспределения, что данное эффективное по Парето распределение окажется конкурентно равновесным для нового варианта распределения.

8. На рыночное равновесие оказывает влияние фактор времени. В текущем и краткосрочном периодах изменение точки равновесия происходит под влиянием спроса, в долгосрочном — под влиянием как спроса, так и предложения.

9. При стабильном рыночном равновесии вмешательство государства в механизм рынка нецелесообразно. Если равновесие нестабильно, необходимо активное вмешательство государства в рыночную систему.

Вопросы для повторения

1. На каком факторе основывали свою теорию ценообразования представители классической политэкономии?
2. Как маржиналисты объясняли процесс установления цены?
3. Что нового по сравнению со своими предшественниками внес в теорию цены британский экономист Альфред Маршалл?
4. В чем сущность рыночного равновесия? Чем отличается равновесие по Л. Вальрасу от равновесия по А. Маршаллу?
5. С какой целью государство вмешивается в рыночный процесс?
6. Какие эффекты возникают в случае административного установления цен ниже или выше равновесных?
7. Что происходит с рыночным равновесием в случае введения товарного налога? Кому достается ценовая разница от введения товарного налога? Обоснуйте свой ответ.
8. В чем сущность излишка потребителя? Каковы были бы последствия для потребителя, если бы он приобрел товар по той цене, которую готов был заплатить?

9. Что показывает излишек производителя? Чем определяется его размер?
10. Какое влияние оказывает инфляция на рыночное равновесие?
11. Влияет ли фактор времени на рыночное равновесие? Почему в текущем и краткосрочном периодах изменение спроса ведет к изменению цены товара, а в долгосрочном наблюдаются прежде всего изменения в объемах предложения? Обоснуйте свой ответ.
12. В чем состоит экономический смысл стабильности равновесия?

Задачи, упражнения, тесты

1. В приведенной ниже таблице 4-1 представлены данные, характеризующие различные ситуации на рынке консервированных грибов.

Таблица 4-1

Спрос и предложение консервированных грибов при различных уровнях цен

Цена (в руб.)	Объем спроса (в тыс. банок в год)	Объем предложения (в тыс. банок в год)
4	70	10
8	60	30
12	50	50
16	40	70
20	30	90

а) Постройте кривую спроса и кривую предложения на основе приведенных в таблице данных.
б) Если рыночная цена за банку грибов равна 4 руб., что характерно для данного рынка — избыток или дефицит? Каковы их размеры?
в) Если равновесная цена за банку грибов составит 16 руб., что характерно для данного рынка — избыток или дефицит? Каковы их размеры?
г) Чему равна равновесная цена на рынке?
д) Рост потребительских расходов повысил потребление консервированных грибов на 15 тыс. банок при каждом уровне цен. Каковы будут равновесная цена и равновесный объем производства?

2. Если рыночная цена ниже равновесной, то:

а) появляется излишек товаров;
б) возникает дефицит товаров;
в) формируется рынок покупателя;
г) падает цена ресурсов.

3. Если спрос на товар X и предложение товара Y растут, то:

   а) равновесная цена X повышается;
   б) равновесная цена X понижается;
   в) равновесная цена X остается неизменной;
   г) ничего определенного сказать нельзя.

4. Выразите в алгебраической и графической формах условия рыночного равновесия по А. Маршаллу и Л. Вальрасу. Объясните различия в их подходах.

5. Рынок пшеницы в США в 1981 г. характеризовался следующими функциями спроса и предложения (P в долл., Q в млн. бушелей):

   $Q_d = 3550 - 266P$;

   $Q_s = 1800 - 240P$.

   Функция внутреннего спроса на пшеницу $Q_{dl} = 1000 - 46P$.

   Спрос на внешнем рынке сократился на 40%.

   а) Как повлияло падение спроса на внешнем рынке на доходы фермеров от продажи пшеницы?
   б) Предположим, что правительство установило цену на всю пшеницу на уровне 3 долл. за бушель и закупало образовавшиеся излишки зерна. Сколько пшеницы оно должно закупить и в какую сумму это ему обойдется?

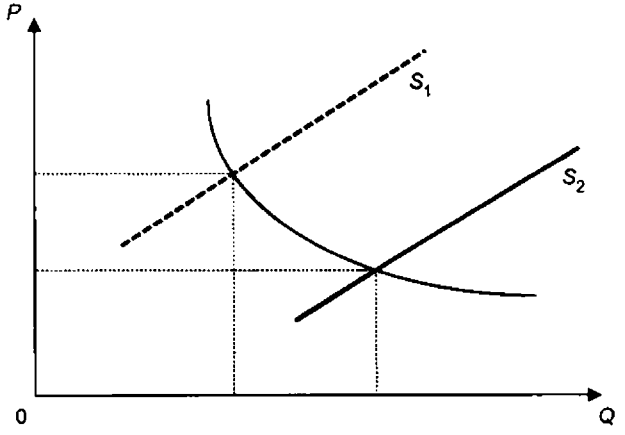
6. Спрос на товар представлен уравнением $Q_d = 21 - P$, а предложение товара — уравнением $Q_s = 4P - P$.

   а) Постройте кривые спроса и предложения.
   б) Найдите равновесную цену и равновесное количество товара.
   в) Предположим, что государство установило "потолок" цены товара 4 руб. Подсчитайте размеры дефицита, который возникает в результате государственного вмешательства.
   г) Установление "потолка" цен привело к возникновению черного рынка. Цена черного рынка — 7 руб. Постройте кривую предложения черного рынка, определите объем продаж на нем.

7. Кривая спроса на товар описывается уравнением $Q_d = 12 - P^3$, кривая предложения — уравнением $Q_s = P^2$.

   а) Определите равновесную цену и равновесный объем товара.
   б) Предположим, что местные органы власти ввели фиксированную цену на товар 3 руб. Определите новый объем продаж.
   в) Подсчитайте избыток товара на рынке, который возникает в результате государственного вмешательства.

8. После введения акцизного налога на продукцию ее производители стремятся повысить цену так, чтобы компенсировать свои потери от введения акциза в расчете на единицу продукции. Если им это удается, то что показывает заштрихованная фигура:



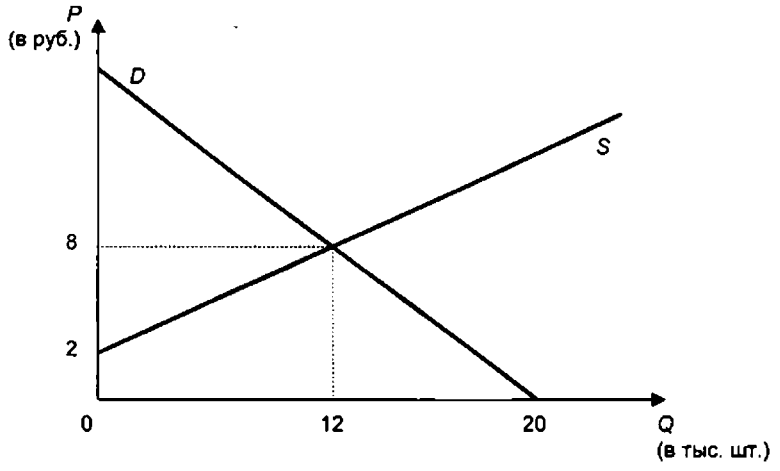
а) сумму потерь покупателей;
б) прибыль производителей в новых условиях;
в) уменьшение объема продаж;
г) потери производителей.

9. Даны функции спроса и предложения штучного товара: $Q_d = 3000 - 1{,}5P$, $Q_s = 3{,}5P - 600$. Вводится акцизный налог на единицу товара T = 2 руб. Найдите равновесный объем спроса и предложения до введения налога. После введения налога равновесное количество будет составлять:

а) 1710;
б) 1920;
в) 1970;
г) 2060.

10. На графике представлена модель конкурентного рынка:

а) Напишите уравнение спроса и предложения.
б) Определите выигрыш (ренту) покупателей и продавцов, величину общественной выгоды.
в) Предположим, что на данный товар введен налог в размере 2 руб. на единицу товара, уплачиваемый продавцом. Изобразите последствия введения налога, уплачиваемого продавцом, графически.
г) Определите равновесные цены покупателя и продавца после введения налога.
д) Подсчитайте общую сумму получаемого государством налога.



е) Определите ренту покупателя и продавца после введения налога. Сравните ее с выигрышем продавца и покупателя до введения налога. Проанализируйте полученные результаты.

ж) Предположим, что установленный государством налог в размере 1 руб. на единицу товара выплачивается не продавцом, а покупателем. Изобразите последствия введения налога, уплачиваемого покупателем, графически.

з) Определите г), д), е), ж). Проанализируйте полученные результаты.

11. Функции спроса и предложения на рынке имеют следующий вид:

$Q_d = 1000 - 100P$;

$Q_s = 500 + 100P$.

а) Нарисуйте кривые спроса и предложения. Найдите равновесную цену и равновесное количество.

б) Нарисуйте кривую предложения и новую точку равновесия после введения налога в размере 1 руб. на произведенную единицу товара.

в) Объясните, как распределится бремя налога.

12. На рынке сельскохозяйственных товаров производители считают, что при рыночной цене они не могут выдержать сезонных колебаний. Правительство предложило следующие решения:

а) субсидирование производителей, или

б) покупку излишка продукции правительством по фиксированной цене.

1) Проанализируйте влияние этих мер на рыночную цену, излишки потребителя и производителя.

2) В каком случае издержки правительства больше и почему?

3) Как вы оцените эти два проекта с точки зрения всех групп населения?

Рекомендуемая литература

Барр Р. Политическая экономия: В 2 т. Т. 1. М., 1994. С. 454–479.

Введение в рыночную экономику / Под ред. А. Я. Лившица, И. Н. Никулиной. Гл. 3. § 3. М., 1994.

Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. Н. Микроэкономика. Гл. 2. § 3–8. М., 1994.

Макконнелл К., Брю С. Экономикс: В 2 т. Т. 1. Гл. 4. М., 1993.

Нуреев Р. М. Основы экономической теории: Микроэкономика. Гл. 3. § 3. М., 1996.

Харвей Дж. Постигаем экономику. Гл. 3. § 5, 6. М., 1997.

Хайман Д. Н. Современная микроэкономика. Гл. 2. М., 1993.

Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. Гл. 3. М., 1993.

Морган Дж. М. Руководство по изучению учебника С. Фишера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензи "Экономика". Гл. 3. М., 1997.

Микро- и макроэкономика: Практикум / Под общ. ред. Ю. А. Огибина. Тема 4. СПб., 1994.

Основы предпринимательской деятельности / Под. ред. В. М. Власовой. Гл. 7. М., 1994.

ГЛАВА 5

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Ключевые понятия

Абсолютно неэластичное предложение
Абсолютно неэластичный спрос
Абсолютно эластичное предложение
Абсолютно эластичный спрос
Единичная эластичность предложения
спроса
Неэластичное предложение
Неэластичный спрос
Некачественный товар
Нормальный (стандартный) товар
Эластичное предложение
Эластичность
Эластичность дуговая
Эластичность предложения
Эластичность спроса по доходу
Эластичность спроса по цене перекрестная
прямая
Эластичность точечная
Эластичный спрос

5.1. ПОНЯТИЕ ЭЛАСТИЧНОСТИ

Рассмотрев кривые спроса и предложения, мы выяснили, в каком направлении они изменяются: кривая спроса имеет понижающийся (отрицательный) наклон, а кривая предложения, напротив, повышающийся (положительный) наклон. Если работает рыночный механизм, эти кривые пересекаются в определенной точке, которая называется точкой рыночного равновесия.

Однако нас интересует не только направление кривых, но и масштабы изменения объемов спроса и предложения при изменении цены данного товара. Поэтому сейчас мы должны выяснить, почему кривые спроса и предложения изменяются определенным образом, а следовательно, почему они пересекаются в той или иной точке. Для того чтобы разобраться в этом вопросе, нам предстоит рассмотреть новую категорию — эластичность.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ — одна из самых важных категорий экономической науки. Впервые она была введена в экономическую теорию А. Маршаллом и представляет собой выраженное в процентах изменение одной переменной в ответ на выраженное в процентах изменение другой переменной. Понятие эластичности позволяет выяснить, как происходит адаптация рынка к изменениям его факторов. Обычно предполагается, что фирма, повышая цену на свою продукцию, имеет возможность увеличить выручку от ее продажи. Однако в действительности так бывает не всегда: возможна ситуация, когда повышение цены приведет не к росту, а, наоборот, к снижению выручки в силу уменьшения спроса и соответствующего сокращения сбыта.

Поэтому понятие эластичности имеет огромное значение для производителей товаров, так как дает ответ на вопрос о том, на какую величину изменится объем спроса или предложения при изменении цены.

5.2. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ

Наиболее часто в экономике используется понятие эластичности спроса. При этом различают эластичность спроса по цене и эластичность спроса по доходу. В свою очередь, эластичность спроса по цене бывает прямой и перекрестной.

Сначала рассмотрим ***прямую эластичность спроса по цене***.

Для этого воспользуемся простым примером. Допустим, что на рынке за день продается 200 кг ягод по 15 руб. за кг. Но у продавцов осталось много ягод, и они решили снизить цену до 14 руб. В результате им удалось реализовать 210 кг. Правильное ли они приняли решение? Для ответа на данный вопрос необходимо подсчитать их выручку. До снижения цены она составляла: 200 кг × 15 руб. = 3 тыс. руб. После ее снижения она равнялась: 210 кг × 14 руб. = 2 тыс. 940 руб.

Таким образом, несмотря на рост объема продажи ягод на 10 кг, общая выручка продавцов сократилась. Это произошло потому, что изменение цены вызвало незначительное увеличение объема продажи. В этом случае говорят, что спрос по цене *неэластичен*. А если бы удалось продать не 210, а, предположим, 250 кг? Тогда выручка составила бы: 250 кг × 14 руб. =

3 тыс. 500 руб. Это значит, что она выросла бы по сравнению с первоначальной на 500 руб. Следовательно, в случае, если снижение цены приводит к значительному увеличению объема продажи и соответственно к росту выручки, говорят, что спрос *эластичен*.

Теперь мы можем дать общее определение эластичности спроса по цене, или ценовой эластичности спроса. **Ценовая эластичность спроса — это степень воздействия изменения цены на изменение количества продукции, на которое предъявлен спрос.**

Для того чтобы исключить влияние выбранных единиц измерения количества товара и цен, эластичность выражают в виде процентного изменения спроса, возникшего в результате процентного изменения цены.

Если обозначить цену через P, а величину спроса через Q, то показатель (коэффициент) ценовой эластичности спроса E_p будет равен:

$$E_p = \frac{\text{Процентное изменение спроса}}{\text{Процентное изменение цены}} = \frac{\Delta Q/Q \times 100\%}{\Delta P/P \times 100\%} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q},$$

где Δ — символ (дельта), обозначающий изменение;

ΔQ — изменение спроса;

ΔP — изменение цены.

Следует иметь в виду, что процентные изменения определяются путем деления величины изменения цены на первоначальную цену и следующего за этим изменения в количестве продукции, на которую предъявлен спрос, на ее количество, пользовавшееся спросом первоначально (в предыдущем периоде).

В соответствии с законом спроса коэффициент эластичности E_d почти всегда имеет *отрицательный* знак. Это объясняется тем, что при снижении цены (ΔP отрицательно) объем спроса вырастет (ΔQ положительно), и наоборот. Исключение составляет спрос на престижные товары. Кроме того, при некоторых процессах в экономике, например постоянном росте цен в долгосрочном периоде, люди вынуждены делать запасы впрок, что приводит к увеличению спроса на продукцию. Поскольку экономистов интересует *величина коэффициента эластичности*, то во избежание путаницы при интерпретации данного показателя в экономическом анализе знак "минус" опускается. Однако об этом необходимо помнить и быть аккуратным, если значение эластичности используется в дальнейшем в математических вычислениях.

Например, если при снижении цены с 20 до 15 руб. количество покупаемой продукции возрастает с 10 до 15 единиц, мы получим:

$$\Delta Q = 15 - 10 = 5,$$

а процентное изменение объема спроса составит:

$$100 \times \Delta Q/Q = 500/10 = 50\,\%.$$

Аналогичным образом снижение цены в процентах выражается как

$$100 \times \Delta P/P = 100\,(15-20)/20 = -25\,\%.$$

Следовательно, из нашей формулы *абсолютное* значение коэффициента ценовой эластичности будет равно:

$$E_p = \frac{50\%}{-25\%} = 2\,.$$

Рассчитывая коэффициент эластичности, следует решить еще одну проблему: какие показатели цены и количества продукции использовать в вычислениях?

Существуют два **способа** вычисления коэффициента эластичности. Первый позволяет определить *точечную эластичность* (эластичность в точке). Она характеризует относительное изменение спроса при бесконечно малом изменении цены. Это в реальности встречается либо на монополизированном рынке, либо в определенной точке сбыта товара в краткосрочном периоде. Но в зависимости от того, какой из двух уровней цены и количества продукции используется при определении второго сомножителя, уравнение эластичности имеет, по крайней мере, два решения, позволяющие получить различные результаты:

$$1) \qquad E = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_0}{Q_0};$$

$$2) \qquad E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1},$$

где P_0, P_1 — цена продукции соответственно в базисной (начальной) и отчетной (конечной) точках;

Q_0, Q_1 — количество продукции соответственно в базисной (начальной) и отчетной (конечной) точках.

Во избежание неопределенности в расчетах обычно используют средние для анализируемого периода значения цены и количества продукции. Такой способ расчета позволяет вычислить коэффициент *дуговой эластичности*.

Формула эластичности при этом принимает вид:

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{(P_0 + P_1)/2}{(Q_0 + Q_1)/2} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}\,.$$

Понятие дуговой эластичности имеет важный экономический смысл. Он заключается в следующем.

Если определенное процентное изменение цены ведет к большему процентному изменению спроса на данную продукцию, то спрос считается **эластичным** и коэффициент эластичности при этом *больше единицы* (рис. 5-1, *а*). Если же процентное изменение цены на какой-нибудь товар не сопровождается изменением его требуемого количества или это изменение меньше изменения цены, то спрос считается **неэластичным** (рис. 5-1, *б*). Очевидно, что при неэластичном спросе коэффициент эластичности *меньше единицы*. Неэластичный спрос имеет место тогда, когда размеры спроса жестко ограничены объемом предложения. В этом случае преимущества находятся на стороне продавца, так как даже при уменьшении величины спроса продавец выигрывает от роста цены, зная, что спрос гарантирован в силу ограниченности предложения. Обычно неэластичный спрос существует на многие виды продуктов питания (хлеб, соль, спички), на медикаменты, другие предметы первой необходимости.

Если коэффициент эластичности *равен нулю*, то спрос **абсолютно неэластичен**, т. е. никакое изменение цены не влечет за собой изменение количества требуемой продукции. Это бывает, например, при реализации жизненно необходимых для определенной группы больных лекарств (инсулина для диабетиков). При этом кривая спроса принимает вид прямой линии, параллельной оси ординат, — линии цены (рис. 5-1, *д*).

Когда при неизменной цене или ее крайне незначительных изменениях спрос на продукцию уменьшается или увеличивается до предела покупательских возможностей, его называют **абсолютно эластичным**. Такое возможно на совершенно конкурентном рынке или в условиях инфляции: при ничтожно малом снижении цен или в ожидании их повышения потребитель старается потратить свои деньги, чтобы уберечь их от обесценения, вложив в материальные блага. Коэффициент абсолютно эластичного спроса приближается к *бесконечности* (∞), а линия абсолютно эластичного спроса на графике имеет вид параллельной оси абсцисс прямой, т. е. линии количества продукции (рис. 5-1, *г*).

На рынке может сложиться ситуация, когда процентное изменение цены приведет к равному по величине процентному изменению количества требуемой продукции. Например, снижение цены на 10% ведет к росту объема продажи также на 5%. При этом коэффициент эластичности равен единице. Такой случай называется *единичной (унитарной) эластичностью* (рис. 5-1, *в*).

Составим таблицу реакции покупателей на изменение цены товара при различном характере эластичности спроса[1].

[1] Подробнее анализ эластичности см.: *Ильенкова Н. Д.* Спрос: анализ и управление. М.: Финансы и статистика, 1997.

Таблица 5-1

Реакция покупателей на изменение цены

Коэффициент эластичности	Характер спроса	Поведение покупателей, когда	
		цена снижается	цена возрастает
$E_d = 0$	Абсолютно неэластичный	Количество покупаемого товара не изменяется	
$0 < E_d < 1$	Относительно неэластичный	Темп роста спроса меньше темпа снижения цены	Темп снижения спроса меньше темпа роста цены
$E_d = 1$	Единичная эластичность	Темп роста спроса равен темпу снижения цены	Темп снижения спроса равен темпу роста цены
$1 < E_d < \infty$	Относительно эластичный	Темп роста спроса выше темпа снижения цены	темп снижения спроса выше темпа роста цены
$E_d = \infty$	Абсолютно эластичный	Объем покупок неограниченно возрастает	Объем покупок падает практически до нуля

Графически различные случаи эластичности можно изобразить следующим образом (рис. 5-1).

1. **Эластичный спрос** $(E_p > 1)$

(когда общая выручка от продажи продукции по сниженным ценам возрастает).

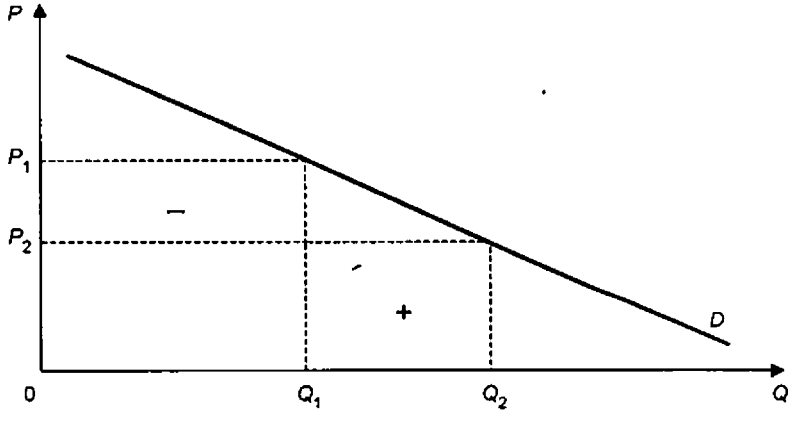


Рис. 5-1, *а*. Эластичный спрос

2. **Неэластичный спрос** $(E_p < 1)$

(когда общая выручка при снижении цены падает).

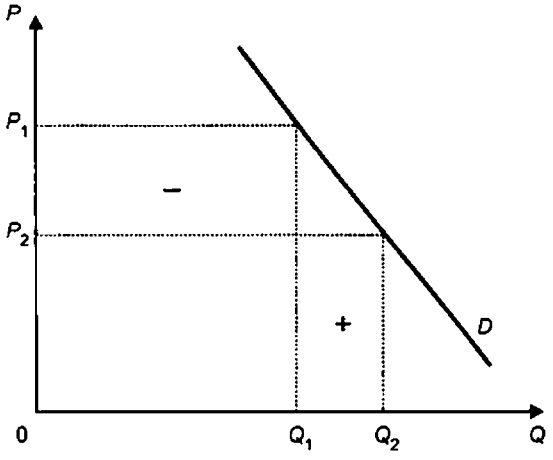


Рис. 5-1, *б*. Неэластичный спрос

3. **Единичная (унитарная) эластичность** $(E_p = 1)$

(когда общая выручка при снижении цены остается постоянной).

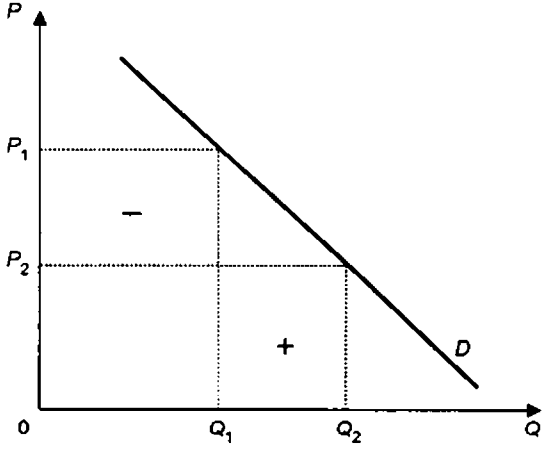


Рис. 5-1, *в*. Единичная унитарная эластичность

4. **Бесконечно эластичный спрос** $(E_p = \infty)$

(когда сколь угодно малое изменение цены приводит к падению спроса до нуля или к росту спроса до бесконечности).

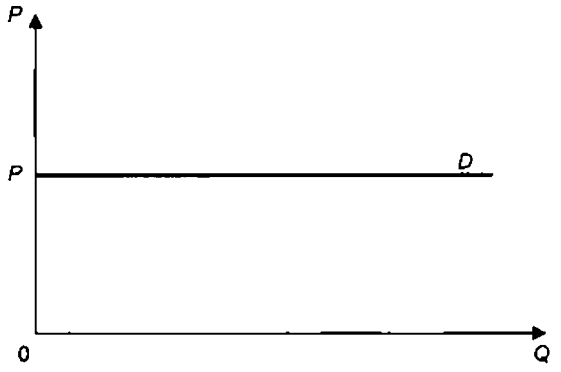


Рис. 5-1, *г*. Бесконечно эластичный спрос

5. **Абсолютно неэластичный спрос** $(E_p = 0)$

(при любом изменении цены спрос остается постоянным).

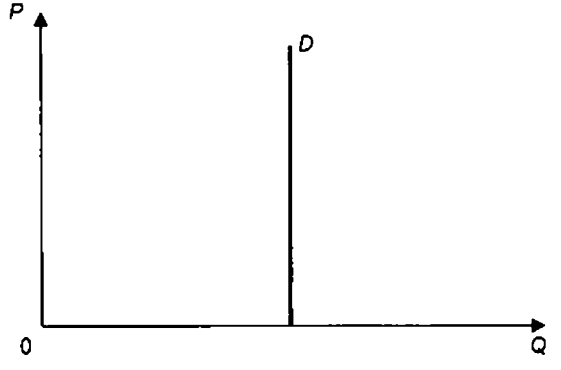


Рис. 5-1, *д*. Абсолютно неэластичный спрос

Из графиков видно, что эластичность спроса по цене определяется *конфигурацией кривой спроса*: чем более полога кривая, тем более эластичный спрос она выражает.

Однако делать вывод об эластичности той или иной кривой спроса только на основании ее конфигурации нельзя. Дело в том, что эластичность кривой спроса *неодинакова* на всем ее протяжении. Это касается не только кривой спроса, имеющей нулевую эластичность, но и кривой спроса с бесконечной эластичностью. Изменение эластичности при движении по кривой спроса легко понять из формулы коэффициента эластичности, если ее записать следующим образом:

$$E_d = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}.$$

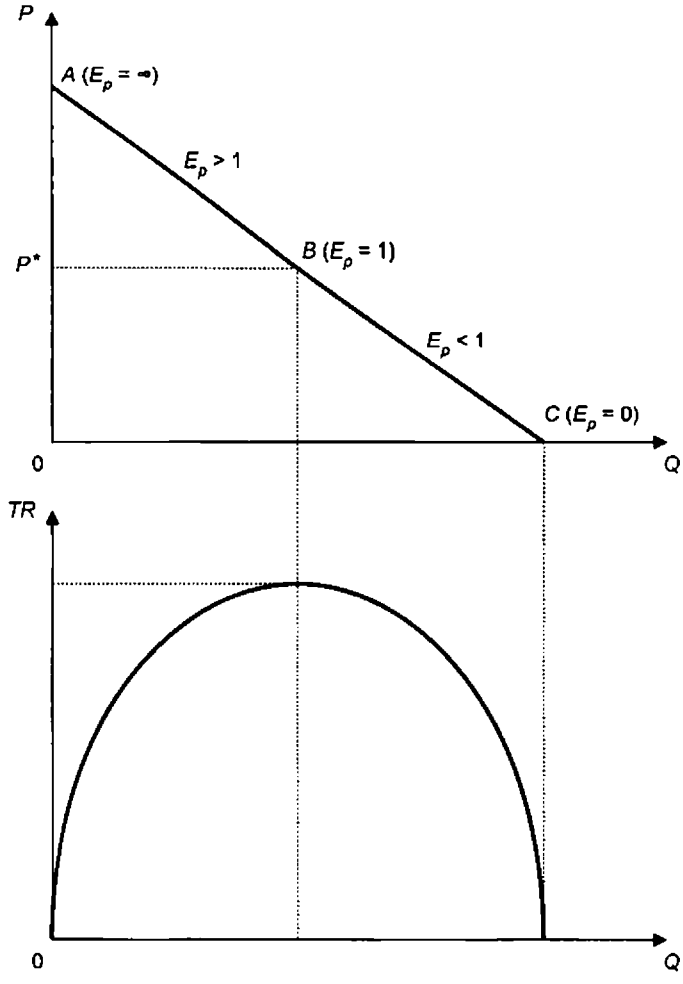


Рис. 5-2. Изменение коэффициента эластичности при движении вдоль кривой спроса

Знаменатель дроби Q в верхних точках кривой спроса больше, чем в нижних точках, поэтому и коэффициент эластичности на верхних участках кривой спроса больше, чем на нижних. В самой верхней точке кривой спроса, которая находится на оси ординат, коэффициент эластичности равен бесконечности, а в самой нижней, расположенной на оси абсцисс, коэффициент эластичности принимает нулевое значение. Все эти параметры коэффициента эластичности показаны на рис. 5-2.

Мы видим, что при движении по кривой спроса сверху вниз коэффициент эластичности изменяется от бесконечности (в точке A) до нуля (в точке C). В точке B он принимает единичное значение. На нижнем графике показано, как меняется выручка продавца (TR) в зависимости от

уровней цены и эластичности. При единичной эластичности выручка становится максимальной. Когда цена превышает оптимальную (P^*) или становится ниже оптимальной, выручка продавца падает.

Таким образом, можно сформулировать основные **свойства эластичности**.

1. Изменение цены товара P на каком-либо отрезке кривой спроса не оказывает влияния на сбыт этого товара в том, и только в том, случае, если эластичность спроса на всем протяжении этого отрезка равна ровно единице. Это возможно только на кривой спроса, которую называют **равнобедренной гиперболой**.

2. Если эластичность кривой спроса меньше единицы, т. е. кривая *неэластична*, то рост цены товара приводит к снижению расходов потребителей, и наоборот. Если эластичность кривой спроса больше единицы, т. е. кривая *эластична*, то снижение цены приводит к увеличению расходов потребителей, и наоборот.

На основе вышеизложенного сформулируем **основные правила** эластичности спроса.

ПРАВИЛО 1. *Чем больше заменителей имеет товар, тем эластичнее спрос*, поскольку изменение цен на заменяющие и заменяемые товары всегда позволяет сделать выбор в пользу более дешевых. Напротив, отсутствие товаров-заменителей предопределяет абсолютную или относительную неэластичность спроса. Например, у соли нет заменителей, поэтому при любой цене на соль размеры спроса будут изменяться незначительно. Однако если возрастет цена на какую-то марку шампуня, то многие потребители могут переключиться на потребление другой.

ПРАВИЛО 2. *Чем насущнее потребность, удовлетворяемая товаром, тем ниже эластичность спроса на этот товар*. Так, спрос на хлеб менее эластичен, чем спрос на услуги химчистки или прачечной.

ПРАВИЛО 3. *Чем больше удельный вес затрат на товар в расходах потребителя, тем выше эластичность спроса*. При этом необходимо иметь в виду, что это правило выполняется при учете постоянства действия данного фактора и значимости продукции для потребителя. Например, зубная паста необходима, приобретается регулярно в относительно постоянных количествах, но затраты на нее невелики. Поэтому повышение цен на такую продукцию не приводит к изменению спроса на нее. Однако если возрастут цены на

мясо, являющееся одним из основных продуктов питания, расходы на который в бюджете потребителей достаточно высоки, спрос на него снизится. Это может существенно отразиться на величине коэффициента эластичности.

ПРАВИЛО 4. *Чем сильнее ограничен доступ к товару, тем ниже эластичность спроса на этот товар.* Это ситуация дефицита. По этой причине фирмы-монополисты заинтересованы в создании дефицита, так как это дает возможность повышать цену.

ПРАВИЛО 5. *Чем выше степень насыщения потребностей, тем менее эластичен спрос.* Например, если у каждого члена семьи есть автомобиль, то приобретение еще одного возможно только при сильном снижении цены.

ПРАВИЛО 6. *Чем более агрегирован товар, тем ниже эластичность спроса.* При этом под агрегированностью понимается возможность объединения товара с другими товарами во все более расширяющиеся группы.

1. Плавленый сыр "Виола" в Новоарбатском гастрономе.
2. Плавленый сыр "Виола".
3. Плавленый сыр.
4. Сыр.
5. Молочные продукты.

В данном примере степень агрегированности товара возрастает. Спрос на наиболее агрегированный товар — молочные продукты — будет наименее эластичным.

ПРАВИЛО 7. *Спрос становится более эластичным с течением времени.* Это объясняется тем, что потребителю необходимо время для отказа от привычной ему продукции и перехода на новую. Кроме того, при росте цен на некоторые товары и услуги (жилье, транспорт) требуется время для подбора новых, заменяющих вариантов. Аналогичным образом поступают предприятия в случае, например, повышения цены на нефть, газ и т. п.: они не сразу снижают спрос на данную продукцию, поскольку им требуется время для перестройки производства, изменения технологии, поиска новых источников доходов.

5.3. ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

Перекрестная эластичность спроса по цене характеризует относительное изменение спроса на *один* товар (например, X) в зависимости от изменения цены *другого* товара (например, Y). *Коэффициент перекрестной эластичности спроса* вычисляется по формуле

$$E_{xy} = \frac{\text{Процентное изменение объема спроса на товар } X}{\text{Процентное изменение цены на товар } Y} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_x}.$$

Коэффициент перекрестной эластичности спроса может иметь положительное, отрицательное и нулевое значения.

Взаимозаменяемые товары имеют $E_{xy} > 0$, так как повышение цены товара Y вызовет увеличение спроса на товар X, поскольку X заменяет Y. Например, с ростом цены на уголь спрос на жидкое топливо или дрова увеличивается. Чем выше коэффициент перекрестной эластичности, тем больше степень взаимозаменяемости двух товаров.

Взаимодополняемые товары имеют $E_{xy} < 0$. Например, с повышением цены на автомобили спрос на бензин уменьшится. Чем больше отрицательная величина коэффициента перекрестной эластичности, тем больше степень взаимодополняемости товаров.

Независимые товары имеют $E_{xy} = 0$. В этом случае изменение цены на один товар никак не отражается на спросе на другой. Например, с ростом цены на хлеб спрос на цемент не изменится.

Следует также иметь в виду, что перекрестная эластичность спроса может быть *асимметричной*. Очевидно, например, что если цена мяса снизится, то спрос на кетчуп возрастет; однако если цена кетчупа увеличится, то это вряд ли изменит спрос на мясо.

Расчет и анализ коэффициентов перекрестной эластичности позволяют установить принадлежность продукции к определенному типу: взаимозаменяемой или взаимодополняемой. Кроме того, расчет коэффициента перекрестной эластичности применяется также для доказательства отсутствия монополизации фирмой производства какой-либо продукции: при положительном коэффициенте перекрестной эластичности E_{xy} в случае повышения цены на продукцию данной фирмы происходит рост спроса на взаимозаменяемую продукцию другой фирмы.

5.4. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ

Известно, что в развитых странах каждые 20–30 лет доход населения увеличивается примерно в 2 раза. Соответственно изменяется и потребление, а значит, и производство.

Поскольку доход воздействует на спрос, постольку возникает необходимость определения эластичности спроса по доходу. Она характеризует чувствительность спроса потребителей к изменению их дохода. Коэффициент эластичности спроса по доходу (E_I) показывает, на сколько процентов изменится спрос на продукцию при изменении дохода покупателя на 1%, и вычисляется по формуле:

$$E_I = \frac{\Delta Q/Q \times 100\%}{\Delta I / I \times 100\%} = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \times \frac{I}{Q},$$

где I — доход *(income)* потребителя.

Особенность коэффициента эластичности спроса по доходу состоит в том, что для некоторых товаров он меняет свой знак.

Товары, спрос на которые с ростом дохода падает, имеют *отрицательную эластичность* спроса по доходу ($E_I < 0$). Такие товары называются ***некачественными*** (например, масло, сметана, цельное молоко).

Товары, спрос на которые с ростом дохода увеличивается, имеют *положительную эластичность* ($E_I > 0$). Такие товары называются ***нормальными*** или ***стандартными***. При этом экономисты различают три группы стандартных товаров:

а) *товары первой необходимости.* Спрос на эти товары растет медленнее роста доходов. Коэффициент эластичности $0 < E_I < 1$;

б) *предметы роскоши.* Спрос на них опережает рост доходов. Для этих товаров не существует предела насыщения. Коэффициент эластичности $E_I > 1$;

в) *товары второй необходимости.* Спрос на них растет в меру повышения доходов. Коэффициент эластичности $E_I = 1$.

Практически значение коэффициента эластичности спроса по доходу заключается в следующем. С его помощью прогнозируются перспективы развития отраслей: развивающиеся, стабильные, или находящиеся в состоянии застоя, и умирающие. Чем выше в отрасли относительная эластичность спроса по доходу, тем активнее эта отрасль развивается. Рост положительного значения коэффициента E_I темпами, примерно одинаковыми с темпами роста производства, свидетельствует о стабильности в

отрасли, а отсутствие роста — о застое. И наконец, отрицательный коэффициент является признаком сокращения производства. Использование коэффициента эластичности спроса по доходу для классификации предприятий, их групп или отраслей в зависимости от тенденций развития позволяет своевременно определять критические области, проводить их реорганизацию. Именно в этом проявляется универсальность анализа спроса: диагностика развития предприятий и отраслей позволяет предвидеть изменения в экономике страны в целом[1].

5.5. ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Количество предлагаемых к продаже на рынке товаров и услуг, так же как и размеры спроса на них, по-разному реагирует на изменение в их цене. Для определения реакции продавцов на изменения цен используется показатель эластичности предложения. **Эластичность предложения** — это степень изменения количества предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене, показывающая отношение процентного изменения в количестве к процентному изменению в цене. Методика расчета коэффициента эластичности предложения аналогична методике расчета коэффициента эластичности спроса:

$$E_s = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}.$$

Особенность E_s состоит в том, что он имеет положительное значение, поскольку объем предложения и цена всегда движутся в одном направлении и кривая предложения имеет положительный наклон (является возрастающей).

Следует также иметь в виду, что эластичность предложения зависит от возможности длительного хранения товара, потенциала расширения производства, времени. Последний фактор играет решающую роль в определении коэффициента эластичности предложения. Чем длительнее время, которое есть у производителя, тем больше он имеет возможностей для приспособления производства к изменению цены и перераспределения ресурсов между альтернативными направлениями их использования.

На графике предложения более пологая кривая S имеет бóльшую эластичность. Предложение эластично, если $E_s > 1$; при неэластичном предложении $E_s < 1$:

---

[1] *Ильенкова Н. Д.* Спрос: анализ и управление. С. 38–39.

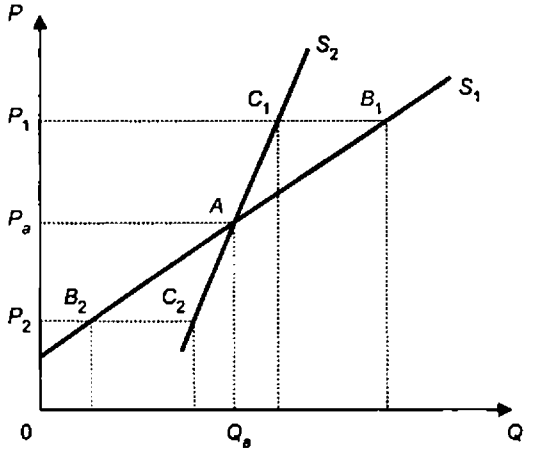


Рис. 5-3. Конфигурации кривых предложения: эластичное и неэластичное предложения

На рис. 5-3 кривая S_1 характеризует эластичное предложение. При $E_s > 1$ доход продавцов растет быстрее с повышением цены. Напротив, при $E_s < 1$ (кривая S_2) доход продавцов с повышением цены растет медленнее (сравним B_1 и C_1). С другой стороны, чем выше эластичность предложения, тем быстрее снижаются доходы продавцов; чем ниже эластичность, тем медленнее падение доходов (сравним B_2 и C_2). Этим, между прочим, объясняется, почему падение цены товара вследствие изменения спроса приводит к более быстрому разорению мелких предприятий. Предложение в сфере мелкого бизнеса более эластично по сравнению с предложением крупных предприятий.

Существует также предельная эластичность предложения: нулевая и бесконечная. Эластичность предложения равна *нулю*, когда кривая предложения вертикальна, как S на рис. 5-4. Здесь объем предложения Q^* не увеличивается вне зависимости от того, насколько возрастает цена. В этом случае говорят, что предложение совершенно неэластично. Кривая предложения картины какого-нибудь выдающегося художника, например Рембрандта, является совершенно неэластичной, поскольку в наличии имеется фиксированное количество (одна картина), которое не может быть увеличено, как бы высоко ни поднялась цена.

Эластичность предложения *бесконечна*, когда кривая предложения горизонтальна, как S_2 на рис. 5-4. В этом случае предложение существует только при цене P_0, но при цене P_0 продавцы готовы продать любое требуемое количество товара. В данном случае говорят, что кривая предложения является *совершенно эластичной.*

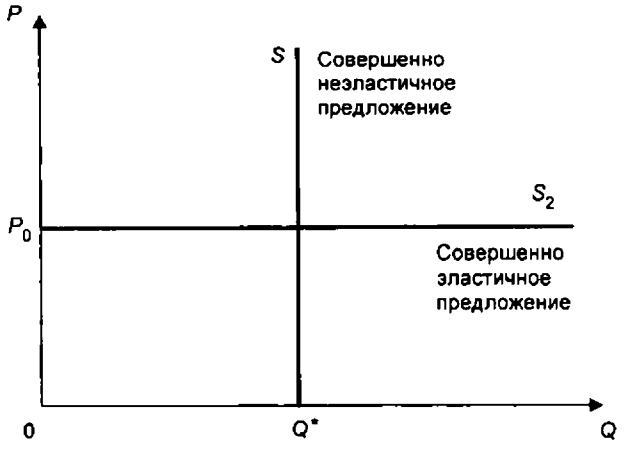


Рис. 5-4. Конфигурации кривых предложения: совершенно эластичное и совершенно неэластичное предложения

Надо иметь в виду, что при ограниченных ресурсах никакая реальная кривая предложения не может быть совершенно эластичной на всем ее протяжении. Однако на каком-то промежутке времени кривая предложения может иметь бесконечную эластичность, если товар производится при неизменных затратах.

Основные выводы

1. Эластичность, введенная в экономическую науку А. Маршаллом, — одна из важнейших экономических категорий, которая характеризует реакцию одной переменной величины на изменение другой.
2. Экономисты исследуют эластичность как спроса, так и предложения. При этом различают эластичность спроса по цене и эластичность спроса по доходу. В свою очередь, эластичность спроса по цене бывает прямой и перекрестной.
3. Прямая эластичность спроса по цене — это степень воздействия изменения цены на изменение количества продукции, на которую предъявлен спрос.

   Коэффициент ценовой эластичности E_p рассчитывается по формуле:

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}.$$

   Если Δ (дельта, обозначающая изменение) очень мала, то результат называется точечной эластичностью спроса. Если она велика, то полученный результат обычно называется дуговой эластичностью спроса.

4. Коэффициент эластичности спроса по цене почти для всех товаров является отрицательной величиной, так как при снижении цены объем спроса на товар увеличивается и наоборот. Однако в экономической литературе знак "минус" опускается и коэффициент берется по модулю (в абсолютном значении).

5. Если коэффициент эластичности больше единицы, то спрос считается эластичным, если меньше единицы — неэластичным. При коэффициенте, равном единице, говорят о единичной эластичности спроса. Существует также предельная эластичность — абсолютно эластичный спрос (коэффициент эластичности равен бесконечности) и абсолютно неэластичный спрос (коэффициент эластичности равен нулю).

6. Перекрестная эластичность спроса характеризует относительное изменение величины спроса на один товар (X) при изменении цены другого товара (Y):

$$E_{xy} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_x}.$$

Взаимозаменяемые товары имеют $E_{xy} > 0$. Чем выше коэффициент перекрестной эластичности, тем больше взаимозаменяемость двух товаров.

Взаимодополняемые товары имеют $E_{xy} < 0$. Чем больше отрицательное значение коэффициента перекрестной эластичности, тем больше степень взаимодополняемости товаров.

Независимые товары имеют $E_{xy} = 0$, т. е. изменение цены на один товар никак не отражается на спросе на другой товар.

Перекрестная эластичность спроса может быть асимметричной, т. е. обратная зависимость между ценой на один товар и спросом на другой может быть совсем иной.

7. Эластичность спроса по доходу характеризует чувствительность спроса потребителей к изменению их дохода:

$$E_I = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \times \frac{I}{Q},$$

где I — доход потребителя.

Для большей части товаров непроизводственного назначения коэффициент эластичности спроса по доходу положителен. Он положителен для предметов роскоши, для регулярно используемых, но не являющихся крайне необходимыми товаров и отрицателен для некачественных товаров[1].

Эластичность спроса по доходу показывает перспективность производства. Чем выше эластичность спроса по доходу, тем благоприятнее перспективы производства данного товара.

---

[1] Товары, спрос на которые падает по мере роста дохода потребителя.

8. Эластичность предложения — это степень изменения количества предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене, показывающая отношение процентного изменения в количестве к процентному изменению в цене:

$$E_s = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}.$$

Коэффициент эластичности предложения имеет положительный знак, поскольку объем предложения и цена движутся в одном направлении.
Эластичность предложения зависит от возможностей длительного хранения товара, потенциала расширения производства, времени. Последний фактор играет решающую роль в определении величины коэффициента эластичности предложения. Чем длительнее время, которое есть у товаропроизводителя, тем большую возможность он имеет для приспособления к изменению цены и перераспределения ресурсов между альтернативными направлениями их использования.
Коэффициент эластичности предложения может быть равен нулю, графической иллюстрацией чего является вертикальная кривая предложения. Когда кривая предложения горизонтальна, предложение является совершенно эластичным.

Вопросы для повторения

1. Если 1%-е сокращение цены на товар приводит к 2%-му увеличению объема спроса на него, то какова в данном случае эластичность спроса?
2. Почему при неэластичном спросе выручка от продажи возрастает при повышении цены?
3. Приведите примеры товаров с высокой эластичностью спроса по цене и по доходу.
4. Почему коэффициент эластичности спроса на предметы роскоши в отличие от коэффициента на стандартные товары имеет положительный знак?
5. Почему эластичность кривой спроса неодинакова на всем ее протяжении и имеет разное значение в каждой точке кривой спроса?
6. Объясните, почему наличие товаров-заменителей оказывает влияние на эластичность спроса.
7. Какой знак имеет перекрестная эластичность субститутов и комплементов?
8. Расскажите о практическом значении коэффициентов прямой и перекрестной эластичности спроса.
9. Выберите один верный ответ:

   А. Ценовая эластичность спроса выше:

   а) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши;
   б) в тех случаях, когда потребители используют данный товар с наибольшей пользой для себя;
   в) если больше альтернативные издержки производства товаров;
   г) если меньше необходимость товара для потребителя;
   д) ни в одном из перечисленных случаев.

Б. Ценовая эластичность спроса растет с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как:

а) доходы потребителей увеличиваются;
б) происходит смещение кривой спроса вправо;
в) растет общий уровень цен;
г) потребители могут приобрести товары-заменители;
д) все ответы верны.

10. Предположим, что эластичность спроса на обувь равна 0,8. Что это означает? Рассмотрите данную ситуацию:

а) со стороны покупателя;
б) со стороны продавца.

Может ли производитель обуви в данном случае ожидать, что, если он снизит цену на свой товар, это приведет к повышению объема его продажи и, следовательно, к росту его прибыли?

11. Объясните следующее утверждение: "Если рынок характеризуется низкой эластичностью спроса по цене, то производители отдают предпочтение неценовым формам конкуренции, таким, как дифференциация продукта или условия поставки и послепродажного обслуживания".

12. Будет ли эластичность спроса на определенную марку пива отличаться от эластичности спроса на пиво в целом? Если да, то почему?

13. Охарактеризуйте степень эластичности предложения золота на мировом рынке. Что произойдет с эластичностью предложения золота, если будут открыты несколько новых его месторождений?

Задачи, упражнения, тесты

1. Предположим, что эластичность спроса на теннисные ракетки равна 0,8. Что это означает?

Проанализируйте данную ситуацию:

а) с точки зрения покупателя;
б) с точки зрения продавца.

Может ли производитель теннисных ракеток в данном случае ожидать, что, если он снизит цену на свой товар, это приведет к повышению объема его продаж и, следовательно, к росту его прибыли?

2. Если цена товара эластичного спроса выросла с 3 до 4 руб., то выручка:

а) сократилась;
б) выросла;
в) осталась неизменной;
г) абсолютно неэластична.

3. Объясните следующее утверждение:

"Если рынок характеризуется низкой эластичностью спроса по цене, то производители отдают предпочтение неценовым формам конкурен-

ции, таким, как дифференциация продукта или условия поставки и послепродажного обслуживания".

4. Коэффициент ценовой эластичности спроса равен $(-1/2)$. Это означает:

   а) если цена товара вырастет на 1%, то спрос на него сократится на $1/2$ %;
   б) если цена товара снизится на 1%, то спрос на него увеличится на 2%;
   в) если цена товара снизится на 1%, то спрос на него уменьшится на 2%.

5. Вы собственник стадиона. Текущая рыночная цена за билеты P = 10 руб. При этом реализуются 15 тыс. билетов.

   Вы приглашаете своего менеджера и предлагаете ему подумать, стоит ли изменить цену на билеты, чтобы максимизировать доходы.

   Через некоторое время к вам приходит менеджер и говорит: "Я изучил рынок и выяснил, что:

   $E_d = 0{,}5$ при P от 5 до 10 руб.

   $E_d = 1{,}2$ при P от 10 до 12 руб.

   $E_d = 2{,}0$ при P от 12 до 15 руб.

   Я считаю, что следует сохранить цену 10 руб. за билет".

   Определите доходы от реализации билетов при:

   а) P = 5 руб.
   б) P = 10 руб.
   в) P = 12 руб.
   г) P = 15 руб.

6. Будет ли эластичность спроса на определенную марку стирального порошка отличаться от эластичности спроса на стиральный порошок в целом? Если да, то почему?

7. В долгосрочном периоде спрос на велосипеды является... эластичным, а предложение... эластичным, чем в коротком периоде:

   а) более, более;
   б) менее, менее;
   в) более, менее;
   г) менее, более.

8. Функция спроса имеет следующий вид: $Q_d = 2100 - 3P$. При какой цене ценовая эластичность спроса (E_d) составит –0,75?

   а) 200;
   б) 300;
   в) 400;
   г) 500.

9. Найдите эластичность предложения, если при росте цены на 10% предложение увеличивается с 10 до 12. Величина спроса при этом равна 8.

10. Предположим, что спрос на товар представлен уравнением $P = 5 - 0{,}2Q_d$, а предложение — уравнением $P = 2 + 0{,}3Q_s$. Определите равновесную цену и равновесное количество товара на рынке аналитически и графически. Найдите эластичность спроса и предложения в точке равновесия.

11. Определите эластичность спроса при неограниченном предложении, если цена выросла на 5%, а выручка сократилась на 10,75%.

12. Перекрестная эластичность спроса по цене чая и сахара равна $-1{,}5$. Что произойдет, если цена сахара увеличится на 10%?

    а) спрос на сахар упадет на 15%;
    б) спрос на сахар возрастет на 15%;
    в) спрос на чай упадет на 15%;
    г) спрос на чай возрастет на 15%.

13. Эластичность спроса на продовольствие по доходу равна 0,8. Первоначально 50% своих доходов население расходовало на продовольствие. Предположим, что доходы населения увеличились на 10%. Определите долю расходов на продовольствие в доходах населения.

    а) 0,6.
    б) 0,51.
    в) 0,491.
    г) 0,45.

14. Ценовая эластичность спроса будет выше:

    а) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши;
    б) в тех случаях, когда потребители используют данный товар с наибольшей пользой для себя;
    в) чем больше альтернативные издержки производства товаров;
    г) чем менее необходим товар потребителю;
    д) ни в одном из перечисленных случаев.

15. В таблице представлены данные об объемах предложения на рынке товара X.

    а) Рассчитайте коэффициенты ценовой эластичности предложения и заполните таблицу.
    б) Что вы можете сказать по поводу знака коэффициента ценовой эластичности предложения.

Таблица 5-2

Объемы предложения на рынке товара *X*

E_s	Q_s (в шт.)	P (в руб.)
...	0	2
...	2	4
...	4	6
...	6	8
...	8	10
...	10	12
...	12	14
...	14	16

Рекомендуемая литература

Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. Н. Микроэкономика: В 2 т. Т. 1. Гл. 4. М., 1994.

Емцов Р. Г., Лукин М. Ю. Микроэкономика. Гл. 4. М., 1997.

Ильенкова Н. Д. Спрос: анализ и управление. Гл. 2. М.: Финансы и статистика, 1997.

Макконнелл К., Брю С. Экономикс: В 2 т. Т. 2. Гл. 22. М., 1993.

Нуреев Р. М. Основы экономической теории. Микроэкономика. Гл. 3. М., 1996.

Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. Гл. 1–2. М., 1992.

Хейне П. Экономический образ мышления. Гл. 4. М., 1991.

РАЗДЕЛ III

ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Потребитель и фирма являются главными агентами рыночных отношений. Они формируют спрос и предложение на рынке, взаимодействуют в процессе установления равновесной цены. При этом современная экономическая теория исходит из того, что потребитель — "высшая и последняя инстанция" рыночной экономики, поскольку только он в конечном счете оценивает результаты труда производителя, "голосуя" своими рублями "за" или "против" выпущенных товаров. Решения отдельных потребителей лежат в основе рыночного спроса. Например, в США потребительские расходы составляют от $^2/_3$ до $^3/_4$ ВВП. Это означает, что поведение потребителя выступает решающим фактором экономического развития. Поэтому конечная цель теории потребления — глубже раскрыть сущность рыночного спроса, проникнуть в его тайны. Именно этой проблеме посвящена следующая глава.

ГЛАВА 6

ОБЩАЯ И ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Ключевые понятия

Бюджетная линия
Бюджетное ограничение
Закон насыщения потребностей
Закон убывающей предельной полезности
Закон замещения (субституции)
Законы Госсена
первый
второй
Кривая безразличия
Кривая уровня жизни
Кривая Энгеля
Нормальный (качественный) товар
Оптимум потребителя
"Парадокс воды и алмаза"
Полезность блага
общая
предельная
Потребительский выбор
Предельная норма замещения
Уравнение бюджетной линии
Функция полезности
Эффект дохода
Эффект замещения
Эффект присоединения к большинству
Эффект сноба

6.1. ПОНЯТИЕ ОБЩЕЙ И ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ БЛАГА. ПОЛЕЗНОСТЬ И ЦЕНА

Каждый потребитель решает для себя три вопроса: 1) *что купить*? 2) *сколько стоит*? 3) *хватит ли денег на покупку*?

Чтобы ответить на первый вопрос, необходимо выяснить *полезность* блага для потребителя. Чтобы ответить на второй — исследовать *цену*. Чтобы решить третий — определить *доход* потребителя.

Эти три проблемы — полезность, цена, доход — составляют содержание теории потребления. Все они взаимосвязаны, и нам предстоит определить эту взаимосвязь.

Очевидно, что существует некоторая связь между спросом, полезностью товара и его ценой. На первый взгляд может показаться, что более полезное благо должно иметь и более высокую цену. Однако это далеко не так. Возьмем, например, воду, полезность которой для всего живого, в том числе для человека, не подлежит сомнению, но цена воды часто приближается к нулю. С другой стороны, мы наблюдаем, что бриллианты, которые менее полезны для жизни человека, имеют довольно высокие цены. В чем дело?

Для разрешения этого парадокса, отмеченного еще А. Смитом и известного в науке как "парадокс воды и алмаза", нам предстоит прежде всего проанализировать полезность блага *(utility of good)*.

Понятие полезности было введено в науку английским философом И. Бентамом. В настоящее время оно занимает одно из центральных мест в экономической науке наряду с понятием стоимости. Не будет преувеличением сказать, что, по существу, вся наука о рыночной экономике держится на двух теориях: полезности и стоимости. Что же такое полезность?

Если обратиться к истории экономической мысли, то мы увидим, что понятие полезности неодинаково толковалось сменявшими друг друга экономическими школами и направлениями. Первоначально экономисты пытались установить связь этого понятия с понятием стоимости. Так, в конце XVIII — начале XIX в. французы Тюрго и Кондильяк выводили стоимость из объективно существующей полезности (стоимость имеет все то, что полезно, то, что позволяет удовлетворять определенные человеческие потребности). Однако приведенные А. Смитом примеры, в частности пример с водой и алмазами, опровергли эту точку зрения.

В марксистской политической экономии полезность (т. е. способность предмета удовлетворять чьи-либо потребности) рассматривалась как *объективное* свойство товара и считалась присущей "товарному телу".

Экономисты австрийской школы, внесшие заметный вклад в разработку этой важной, но нередко трудной для понимания категории, дали *субъективную* трактовку полезности. Разработанные ими принципы анализа полезности легли в основу теории поведения потребителя и являются общепризнанными в современной экономической теории. Они показали, что материальные блага важны не сами по себе, а потому, что с их помощью люди удовлетворяют те или иные потребности: утоление голода, защита от непогоды, домашний комфорт. Каждый индивид по-своему оценивает то или иное благо: в зависимости от своих вкусов и предпочтений, от количества данного блага, которым он располагает, и т. п. Одним словом, полезность — это *суждение* потребителя о благе. "Хозяйственная ценность, — отмечал К. Менгер, — есть значение, которое мы придаем данному предмету в силу нашего сознания, что от обладания им зависит бóльшая или меньшая степень нашего хозяйственного благополучия"[1].

Важно также отметить, что в работах австрийских экономистов речь идет не о полезности *благ вообще*, например хлеба или воды, а о полезности *определенного количества* того или иного блага. Это значит, что поскольку человек нуждается не в хлебе вообще, а в определенном его количестве, то потребность в нем удовлетворяется в соответствии с *законом насыщения потребностей*. Представители австрийской школы, опираясь на реальные факты, сформулировали вывод о том, что потребляемые последовательно единицы какого-то блага обладают убывающей полезностью для потребителя.

Правда, этот *принцип убывающей полезности* впервые был обоснован немецким экономистом и математиком Германом Госсеном еще в 1854 г. Однако в то время на него никто не обратил должного внимания, после чего автор изъял весь тираж своей книги "Развитие законов человеческого взаимодействия" из продажи, а вскоре и умер. Только в 1878 г., уже после смерти ученого, был найден один экземпляр книги, и произведение было переиздано в 1889 и 1927 гг. На основе положений и выводов этого произведения экономисты впоследствии сформулировали два закона, вошедшие в науку как первый и второй законы Госсена. **Первый закон Госсена гласит: при последовательном росте потребления блага полезность каждой добавленной единицы уменьшается.** В работах австрийских экономистов, которые независимо от Госсена пришли к такому же выводу, этот закон получил название **закона убывающей предельной полезности.**

Для иллюстрации этого закона Е. Бем-Баверк приводит следующий пример. Некий поселенец, избушка которого одиноко стоит в далеком лесу, в стороне от всяких путей сообщения, только что собрал со своего

---

[1] Австрийская школа в политической экономии // *Менгер К.* Основания политической экономии. С. 94.

поля пять мешков хлеба. Этим хлебом он должен прокормиться до следующей жатвы. При этом он решил следующим образом распределить свой запас. Один мешок необходим ему, чтобы не умереть с голоду, другой — чтобы сохранить здоровье и силы. Третий мешок он использует для откорма домашней птицы, четвертый — на изготовление водки, пятый — на корм попугаю, которого держит для развлечения. Все мешки взаимозаменяемы, поэтому имеют одинаковую полезность. Но если их расположить по степени удовлетворения потребностей хозяина, то самую высокую полезность имеет первый мешок зерна — он необходим для сохранения жизни поселенца. Его полезность можно оценить в 10 единиц. Полезность второго мешка будет несколько ниже, допустим, 8 единиц. Степень важности мясной пищи выразится 6 единицами, потребления водки — 4 единицами, содержание попугая будет иметь самую низкую степень важности — 1.

Таким образом, по мере увеличения количества мешков их субъективная полезность для поселенца убывает. При этом *общая полезность* возрастает и в сумме составляет 29 единиц: 10 + 8 + 6 + 4 + 1. Прирост общей полезности *(TU — total utility)* от потребления последней, дополнительной единицы блага, после прибавления к которой еще одной полезность не увеличивается, получил название *предельной полезности (MU — marginal utility)*.

"Когда получено определенное количество предмета, — писал У. Джевонс, — дальнейшее количество нам безразлично или даже может вызвать отвращение. Каждое последующее приложение будет обыкновенно вызывать чувства менее интенсивные, чем предыдущее. Тогда полезность последней доли предмета обычно уменьшается в некоторой пропорции или как некоторая функция от всего полученного количества"[1].

Итак, **ФУНКЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ** — это функция, показывающая убывание полезности блага с ростом его количества:

$$U = f(Q_i),$$

где U — полезность блага;

Q_i — последовательные количества блага.

Представим также график этой функции (рис. 6-1).

На графиках видно, что максимальная полезность (TU) достигается в точке A при потреблении 4-й единицы блага, однако предельная полезность при этом равна нулю (точка A'). Это значит, что благо полностью удовлетворяет потребность. Если дальнейшее увеличение потребления приносит вред (MU отрицательна), то общая полезность снижается (отрезок AB на графике *а*).

---

[1] Теория потребительского поведения и спроса / Под ред. В. М. Гальперина. СПб., 1993. С. 72.

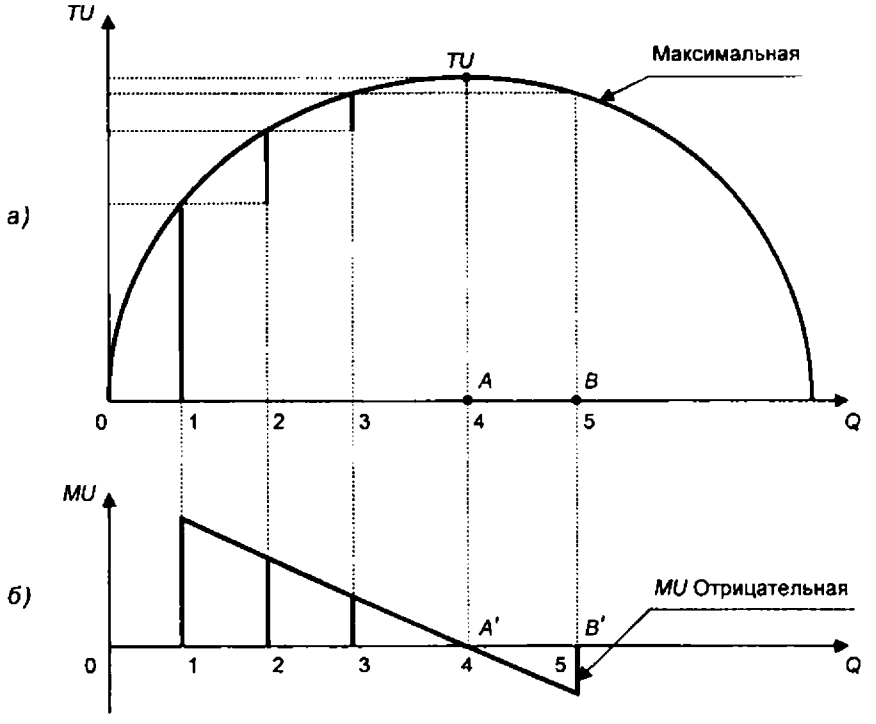


Рис. 6-1. Графики *а)* общей и *б)* предельной полезности

Следовательно, **чем большим количеством блага обладает индивид, тем меньшую ценность имеет для него каждая дополнительная единица этого блага**. А это значит, что **цена блага определяется не общей, а предельной его полезностью для потребителя**.

В самом деле, какую полезность потерял бы наш поселенец в том случае, если бы он утратил один мешок хлеба? Ясно, что он поступил бы крайне неблагоразумно, если бы вздумал отказать себе в самой необходимой пище и в то же время удовлетворять другие потребности: гнать водку, кормить кур и попугая. Для рационального хозяина тут возможен только один выход: употребить оставшиеся четыре мешка хлеба для удовлетворения четырех важнейших групп потребностей, отказавшись от удовлетворения наименее важной, представляющей предельную степень полезности. Поэтому поселенец примет решение не держать попугая. Этой пользой он будет определять цену каждого отдельного мешка из своего запаса.

Внесем некоторые изменения в наш пример. Предположим, что у поселенца при наличии тех же самых потребностей имеются только три мешка хлеба. Какой будет цена одного мешка теперь? Очевидно, она будет определяться той пользой, которую приносит ему откорм домашней птицы, т. е. последней из трех потребностей, удовлетворяемых с помощью всего запаса хлеба.

Предположим, наконец, что поселенец имеет в своем распоряжении только один мешок хлеба. Ясно, что этот единственный мешок будет предназначен для удовлетворения первейшей потребности — чтобы кое-как поддержать существование его хозяина. В случае утраты этого единственного мешка хлеба поселенцу пришлось бы умереть с голоду. Следовательно, обладание им означает жизнь, а утрата его — смерть: этот единственный мешок хлеба имеет наивысшую ценность для благополучия поселенца.

Таким образом, все эти рассуждения подтверждают ранее высказанную мысль о том, что количество материальных благ находится в обратном отношении к их полезности. Чем больше имеется в наличии материальных благ данного рода, тем меньше при прочих равных условиях полезность отдельной их единицы, и наоборот.

Этот маржиналистский метод исследования был использован австрийскими экономистами для объяснения **закона спроса** (убывающей кривой спроса). Поскольку предельная полезность блага по мере потребления снижается, то потребитель увеличивает объем покупок (объем спроса) лишь при снижении цены.

Теперь наконец мы можем дать объяснение парадоксу воды и алмазов (рис. 6-2). Нетрудно догадаться, что это объяснение стало возможным благодаря *разграничению общей и предельной полезности.* Дело в том, что величина запасов воды и алмазов различна: вода имеется в изобилии, тогда как алмазы встречаются редко. Следовательно, потребность в воде может быть легко удовлетворена в отличие от потребности в бриллиантах. В первом случае быстро достигается *предел полезности*, тогда как во втором до этого предела достаточно далеко. Цена же определяется не общей, а предельной полезностью блага.

По этому поводу Е. Бем-Баверк пишет, что, "чем больше имеется в нашем распоряжении экземпляров данного рода материальных благ, тем полнее могут быть удовлетворены соответствующие потребности, тем маловажнее последние, предельные потребности, которые еще удовлетворяются с помощью наличного количества материальных благ, но которые не получают удовлетворения в случае утраты одного экземпляра, тем ниже, другими словами, предельная полезность, которой определяется ценность отдельного экземпляра. Если же налицо такая масса экземпляров данного рода материальных благ, что за полным удовлетворением всех соответствующих потребностей остается еще много лишних экземпляров, которым уже нельзя дать никакого полезного употребления, то в таком случае предельная полезность равна нулю и отдельный экземпляр данного рода материальных благ не представляет никакой ценности"[1].

---

[1] Австрийская школа в политической экономии. С. 282–283.

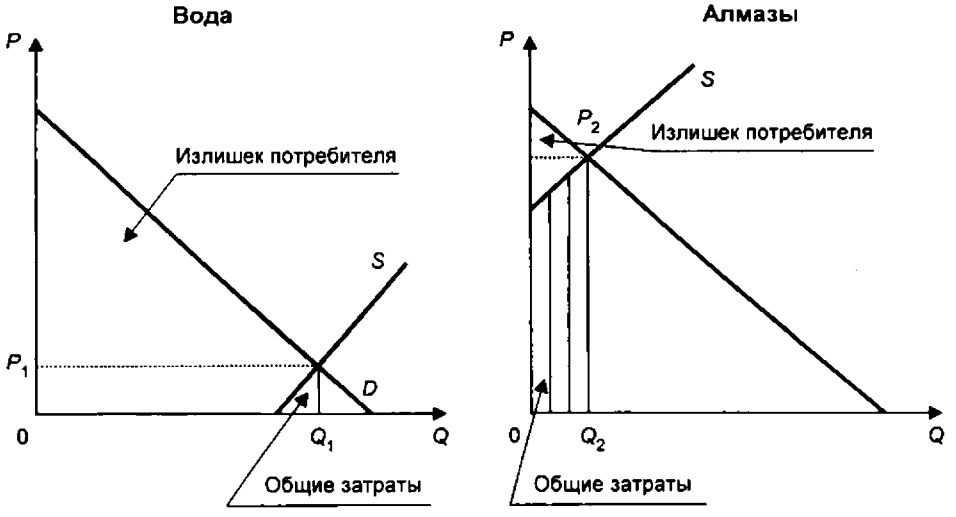


Рис. 6-2. График предложения воды и алмазов

Таким образом, парадокс воды и алмазов не опровергает функцию полезности, показывающую убывание полезности блага с ростом его количества, а, напротив, подтверждает ее. Поскольку вода имеется в изобилии, то ее предложение (Q_1) велико, а цена (P_1) низка. Благодаря этому потребители получают огромный выигрыш. С алмазами все обстоит наоборот: их количество (Q_2) мало, поэтому цена (P_2) высока, вследствие чего потребительский излишек мал, а затраты велики.

6.2. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ВЫБОР И МАКСИМИЗАЦИЯ БЛАГОСОСТОЯНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ (КАРДИНАЛИСТСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ)

Функция полезности лежит в основе потребительского выбора (поведения потребителя на рынке). При моделировании поведения потребителя экономисты основываются на:

- ограниченности дохода потребителя;
- аксиоме ненасыщенности (потребитель стремится иметь большее количество любых благ);
- аксиоме увеличения общей полезности;
- аксиоме убывания предельной полезности.

Как использовать принцип общей и предельной полезности для обоснования поведения потребителя? Мы знаем, что потребитель стремится увеличить **общую** полезность от потребления благ. Но как он может это сделать, если **предельная** полезность по мере потребления благ убывает?

Допустим, потребляются три блага: *A*, *B*, *C*. Предельная полезность этих благ, выраженная в рублях, составляет соответственно:

$$MU_A = 100; \quad MU_B = 80; \quad MU_C = 45.$$

При этом суммарная предельная полезность составит:

$$100 + 80 + 45 = 225.$$

Цена единицы блага равна:

$$P_A = 10; \quad P_B = 4; \quad P_C = 3.$$

Определим среднюю взвешенную предельную полезность каждого блага (т. е. предельную полезность, приходящуюся на 1 руб., *MU/P*) и сведем данные в таблицу.

Блага	*MU*	*P*	*MU/P*
A	100	10	10
B	80	4	20
C	45	15	15

Из таблицы видно, что предельные полезности благ, приходящиеся на рубль затрат, не равны. Это говорит о том, что распределение денежных средств не оптимально, поскольку благо *B* приносит наибольшую полезность, а благо *A* — наименьшую. Как в этом случае должен поступить рациональный потребитель? Он увеличит потребление блага *B* и уменьшит потребление блага *A*. Уменьшение потребления блага *A* даст экономию в 10 руб. На эту сумму можно приобрести 2,5 единицы блага *B*, что увеличит полезность потребителя: $80 \times 2{,}5 = 200$ руб. От этой суммы необходимо отнять 100 руб. (сократим потребление последней части блага *A*), и мы получим в итоге рост общей полезности на 100 руб. $(200 - 100 = 100)$. В результате предельная полезность блага *A* (MU_A) возрастет, а предельная полезность блага *B* (MU_B) снизится.

Перераспределяя свой доход таким образом, потребитель постарается *уравнять* свои средневзвешенные предельные полезности. При этом он достигает положения *равновесия* (максимума благосостояния). В этом за-

ключается смысл *второго закона Госсена*, который гласит: **максимум полезности от потребления заданного набора благ потребитель получит при условии равенства предельных полезностей всех потребленных благ**. В результате перераспределения расходов на покупки будут получены следующие данные:

Блага	MU_1	P	MU/P
A	150	10	15
B	60	4	15
C	45	3	15

В этом случае суммарная предельная полезность MU от потребления трех благ составит: $150+60+45=255$. Мы видим, что $MU_1 > MU$. Любая другая комбинация позволяет получить меньшую суммарную полезность для покупателя. Экономисты говорят, что потребитель находится в состоянии равновесия при условии:

$$\frac{MU_A}{P_A}=\frac{MU_B}{P_B}=\frac{MU_C}{P_C}=\ \ldots\ =\frac{MU_n}{P_n}=\lambda,$$

где λ — предельная полезность денег.

Для всех непокупаемых благ X и Y выполняется условие:

$$\frac{MU_X}{P_X}<\lambda;$$

$$\frac{MU_Y}{P_Y}<\lambda.$$

Это условие означает, что предельная полезность денег больше, чем полезность благ X и Y, поэтому данные блага не будут куплены потребителем.

Наряду с *общими принципами* потребительского выбора существуют особенности, которые определяются влиянием на него вкусов и предпочтений потребителя.

Американский экономист Х. Лейбенстайн выделяет два вида спроса на товар: функциональный и нефункциональный. **Функциональный спрос** означает, что часть спроса на товар обусловлена качествами, присущими самому товару. **Нефункциональный спрос** означает, что часть спроса на товар обусловлена какими-то другими факторами, а не присущими ему качествами. Наиболее значительная часть нефункционального спроса обусловлена внешними воздействиями на полезность. Имеется в виду, что полезность, извлеченная из данного товара, увеличивается или уменьшается

в зависимости от того, покупают ли другие этот товар, или благодаря тому, что этот товар имеет более высокую цену по сравнению с другими товарами. Лейбенстайн подразделяет этот вид спроса на три составляющие, которые называет эффектом присоединения к большинству, эффектом сноба и эффектом Веблена.

Под **эффектом присоединения к большинству** подразумевается та величина, на которую *возрастет* спрос на товар из-за того, что другие тоже покупают этот же самый товар. Он выражает стремление людей приобрести товар, чтобы не отстать от жизни, чтобы соответствовать по положению тому кругу людей, в котором они хотели бы вращаться, чтобы быть модными и элегантными или для того, чтобы не быть "белой вороной".

Под **эффектом сноба** подразумевается та величина, на которую спрос *упадет* из-за того, что другие тоже потребляют этот товар (или на которую увеличивается потребление этого товара). Он выражает стремление людей к исключительности, стремление отличаться друг от друга, "выделяться из толпы".

Под **эффектом Веблена** подразумевается явление показательного потребления: потому что товар имеет *более высокую, а не более низкую цену*. Данный эффект получил название по имени американского экономиста Т. Веблена, автора известной книги "Теория праздного класса" (1899), в которой точно описано престижное, или демонстративное, потребление, когда товары или услуги используются не по прямому назначению, а для того, чтобы произвести неизгладимое впечатление[1].

6.3. МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ В ОРДИНАЛИСТСКОЙ КОНЦЕПЦИИ: КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ И БЮДЖЕТНОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ. ОПТИМУМ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Для моделирования потребительского выбора используются кривые безразличия и бюджетное ограничение (линия потребительских возможностей).

Кривые безразличия позволяют описать поведение потребителя с помощью предпочтения или ранжирования благ. Впервые в экономический анализ они были введены итальянским экономистом В. Парето в

[1] Теория потребительского поведения и спроса / Под ред. В. М. Гальперина. С. 306.

начале 20-х годов нынешнего века. Предпочтения потребителя касаются всех благ, однако в целях упрощения мы будем рассматривать лишь два блага — X и Y.

КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ — это множество точек, каждая из которых представляет собой такой набор из двух товаров, что потребителю безразлично, какой из этих наборов выбрать, поскольку их полезность одинакова. Кривую безразличия называют также равнополезным контуром *(equal-utility contour)*.

Так, потребителю безразлично, какой набор товаров выбрать:

6 батонов хлеба и 2 пакета молока;

4 батона хлеба и 4 пакета молока;

1 батон хлеба и 6 пакетов молока и т. п.

Данные наборы товаров имеют одинаковую полезность (равноценны), так что если соединить все точки, обозначающие в пространстве наборы двух товаров X (хлеб) и Y (молоко), то получим *линию равной полезности* (кривую безразличия — U_1, U_2, U_3) (рис. 6-3). Заметим, что кривые безразличия подобны горизонталям (изогипсам) на карте местности, соединяющим точки с одинаковой высотой над уровнем моря.

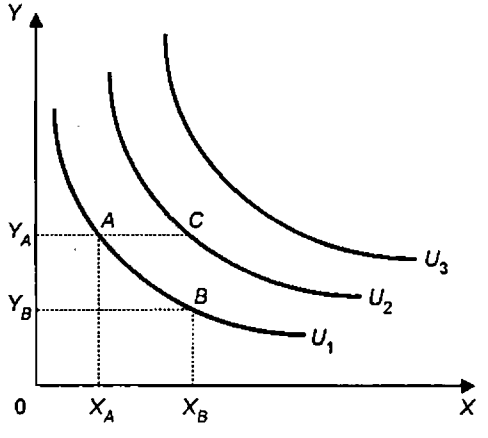


Рис. 6-3. Кривые безразличия

Если с точки зрения данного потребителя наборы A и B равноценны, то точки A и B лежат на одной кривой безразличия. Кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой, показывает *более предпочтительные* для данного потребителя наборы товаров. Так, набор C содержит такое же количество товара Y, что и набор A, но большее количество товара X. Из аксиомы о ненасыщенности следует, что набор C предпочтительнее набора A ($C \succ A$, где $\succ$ — знак предпочтения).

Все наборы на кривой безразличия U_1 равноценны. То же относится и к наборам на кривых U_2, U_3 и т. д. Поскольку кривая U_2 находится правее кривой U_1, то любой набор, лежащий на кривой безразличия U_2, предпочтительнее любого набора на кривой безразличия U_1.

Кривые безразличия могут быть проведены *через любую точку* пространства совокупности товаров, однако при этом они всегда имеют *отрицательный наклон* и *никогда не пересекаются*.

Понятие кривых безразличия имеет важное значение в исследовании поведения потребителя. Для анализа выбора потребителя используется понятие **зоны замещения (субституции)**. Это участок кривой безразличия, на котором возможна эффективная замена одного блага другим (рис. 6-4).

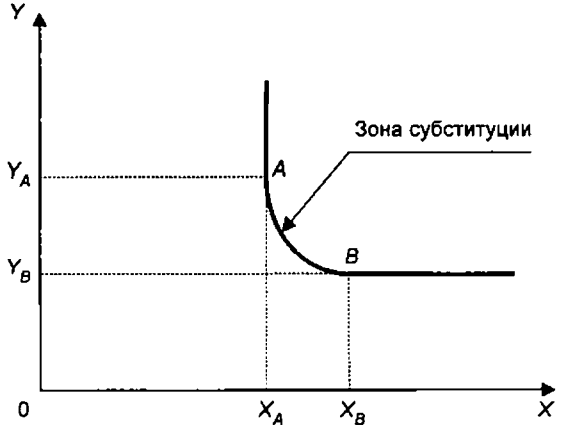


Рис. 6-4. Зона замещения

Количество X_A — минимально необходимое потребление блага X, от которого потребитель не может отказаться, какое бы количество блага ни предлагалось взамен Y;

Y_B — минимально необходимое потребление блага Y, от которого потребитель не может отказаться, какое бы количество блага X ни предлагалось взамен.

Взаимная замена благ X и Y имеет смысл только на отрезке AB. Вне его замена исключается, и два блага выступают как независимые друг от друга.

В каких **пропорциях** одно благо замещается другим? Для определения этого используется понятие предельной нормы замещения *(MRS — marginal rate of substitution)*. **Предельной нормой замещения** (рис. 6-5) благом X блага Y (MRS_{XY}) называется количество блага Y, на которое

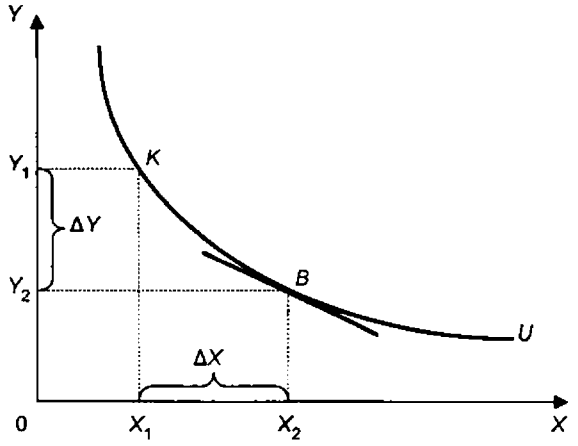


Рис. 6-5. Предельная норма замещения

должно быть **сокращено** его потребление "в обмен" на увеличение количества блага X на единицу, с тем чтобы уровень удовлетворения потребителя остался неизменным:

$$MRS_{XY} = \left.\frac{\Delta Y}{\Delta X}\right|_{U=const.}.$$

Поскольку $-\Delta Y/\Delta X$, по определению, отрицательно, минус перед дробью делает значение нормы замещения положительным.

Если потребитель безразличен к наборам A и B, норма замещения составит:

$$\frac{OY_1 - OY_2}{OX_1 - OX_2} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X} = \frac{AK}{KB}.$$

По мере приближения точки A к точке B отношение AK/KB приближается **к наклону касательной** в точке B. В своем крайнем значении в окрестностях точки B наклон кривой (или касательной) в этой точке и есть предельная норма замещения:

$$MRS_{XY} = -\left.\frac{\Delta Y}{\Delta X}\right|_{U=const.}.$$

Предельная норма замещения может принимать различные значения:

$MRS = 0$;

$MRS = const.$ (для двух абсолютно взаимозаменяемых товаров);

MRS меняется при движении вдоль кривой.

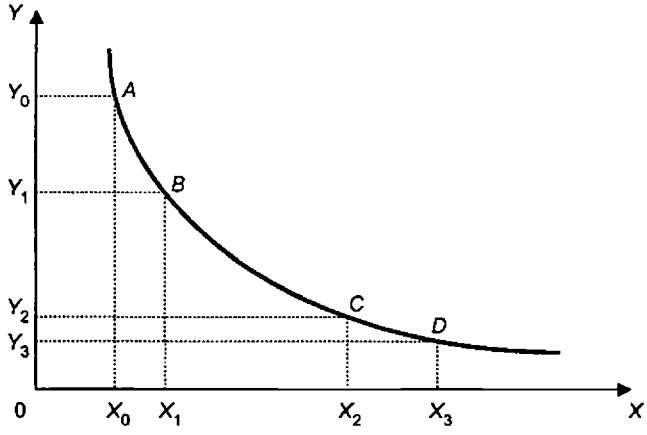


Рис. 6-6. Убывание предельной нормы замещения

В случае выпуклости к началу координат *MRS* убывает по мере замещения одного блага другим, т. е. потребитель соглашается отдавать все меньшее количество **замещаемого** блага за одно и то же количество **замещающего** (аналог убывающей предельной полезности) (рис. 6-6).

Типы кривых безразличия

Кривые безразличия могут иметь различный вид (рис. 6-7).

Для двух **абсолютно взаимозаменяемых** товаров $MRS = const$. В этом случае кривые безразличия принимают вид **прямых линий**. Обычно такие товары приравниваются к *одному товару* (U_1).

Кривая U_2 — товары вообще **не могут заменять** друг друга (правый и левый ботинок). Такие товары **жестко** дополняют друг друга (кривая безразличия — взаимно перпендикулярные отрезки).

Кривая U_3 показывает, что, чем больше товара имеет потребитель, тем больше его он хотел бы иметь. Кривая безразличия **вогнута** к началу координат.

Бюджетное ограничение. Кривые безразличия позволяют выявить предпочтения потребителя и возможность замены одного блага другим. Но они не показывают, какой именно набор товаров потребитель считает для себя наиболее предпочтительным.

Естественно, потребитель стремится приобрести товарный набор, расположенный на наиболее удаленной от начала координат кривой безразличия. Но он *ограничен* в своих средствах. Не всякий товарный набор ему доступен. Для изображения множества доступных потребителю товарных наборов используется бюджетная линия (линия цен и расходов).

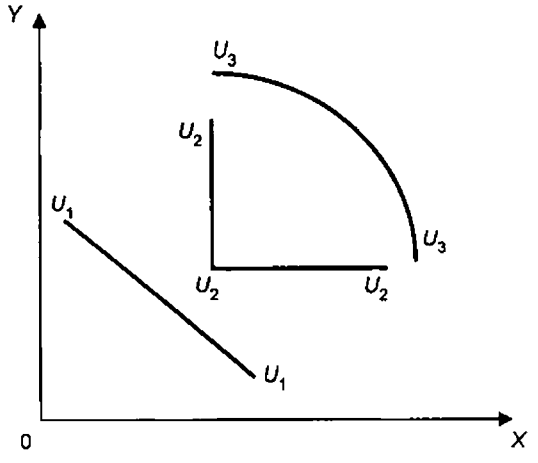


Рис. 6-7. Типы кривых безразличия

Пусть I — месячный доход потребителя. Он расходует его на приобретение двух товаров — X и Y;

P_x, P_y — цены товаров X и Y.

Бюджетное ограничение имеет вид:

$$I = P_x X + P_y Y .$$

Сущность бюджетного ограничения состоит в том, что доход потребителя равен сумме расходов на покупку товаров X и Y.

Преобразуем предыдущее равенство и получим **уравнение бюджетной линии (линии цен)**:

$$Y = \frac{I}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} X ;$$

$$Y = \frac{I}{P_x} - \frac{P_y}{P_x} X .$$

Если потребитель весь доход I израсходует на покупку товара X, то он сможет приобрести его в количестве I/P_x.

Если весь доход пойдет на приобретение товара Y, то потребитель купит количество I/P_y (рис. 6-8).

Все товарные наборы, соответствующие точкам на бюджетной линии, по стоимости равны доходу I руб. и являются поэтому **доступными** для потребителя. Все наборы, расположенные *выше* и *правее* бюджетной линии, стоят дороже и поэтому недоступны для него.

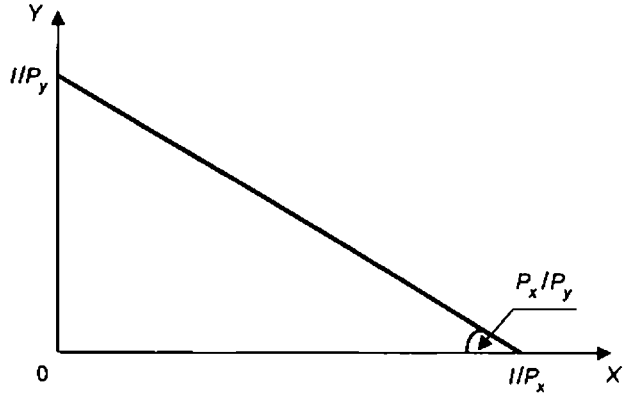


Рис. 6-8. Бюджетная линия

Таким образом, бюджетная линия **ограничивает сверху** множество доступных для потребителя наборов.

Как изменится бюджетная линия при изменении **дохода** потребителя и **цен** на товары? На рис. 6-9 представлена графическая иллюстрация этих изменений:

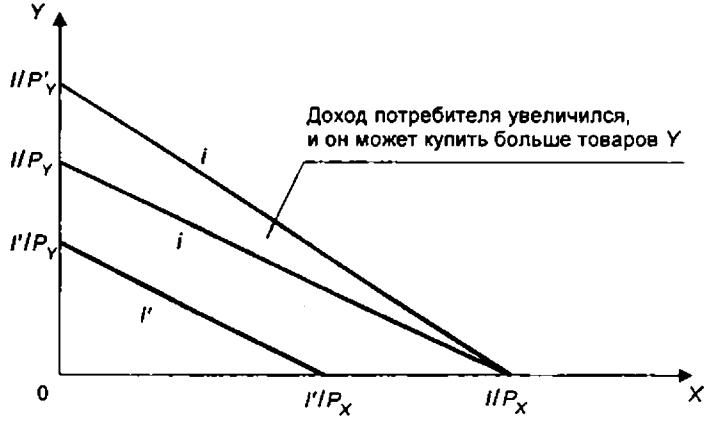


Рис. 6-9. Смещение бюджетной линии

а) пусть доход снижается до $I' < I$ ($P = const.$). Следовательно, наклон бюджетной линии $(P_x/P_y) = const.$ В этом случае произойдет параллельное смещение бюджетной линии вниз до I'. При увеличении дохода — сдвиг I вверх;

б) предположим, что I и $P_x = const.$, а P_y понизилась до $P'_y < P_y$. В этом случае потребитель сможет купить на весь свой доход прежнее количество товара X. А товара Y на весь доход он купит больше (I/P'_y).

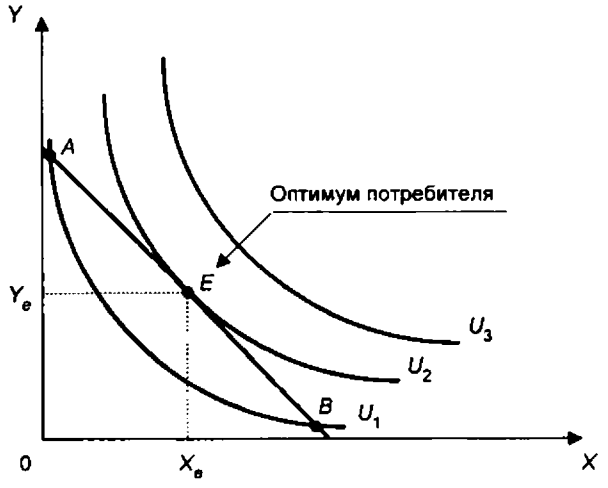


Рис. 6-10. Оптимум потребителя

Оптимум (равновесие) потребителя. Перенесем бюджетное ограничение на карту безразличия.

Какой товарный набор выберет потребитель? Тот, который **наиболее удален** от начала координат, при условии, что его **доход** позволяет ему это сделать (он получит максимум удовлетворения) (рис. 6-10).

Потребитель не выберет точку A, в которой бюджетная линия пересекает некоторую кривую безразличия U_1, так же как и точку B, поскольку они расположены на более низкой кривой безразличия. Он выберет точку E, в которой бюджетная линия лишь касается кривой безразличия U_2, расположенной выше кривой U_1.

Оптимальный для потребителя товарный набор E содержит X_e единиц товара X и Y_e единиц товара Y.

В точке E **углы наклона** кривой безразличия и бюджетной линии **совпадают**. (Наклон бюджетной линии $= -P_x/P_y$, наклон кривой безразличия $= -MRS_{xy}$.) Поэтому в точке оптимума выполняется равенство

Условия оптимума потребителя при *данных ценах и доходе*	→	$\frac{P_x}{P_y} = MRS_{xy}$

Что происходит с **оптимумом потребителя**, когда **изменяется цена** товара X?

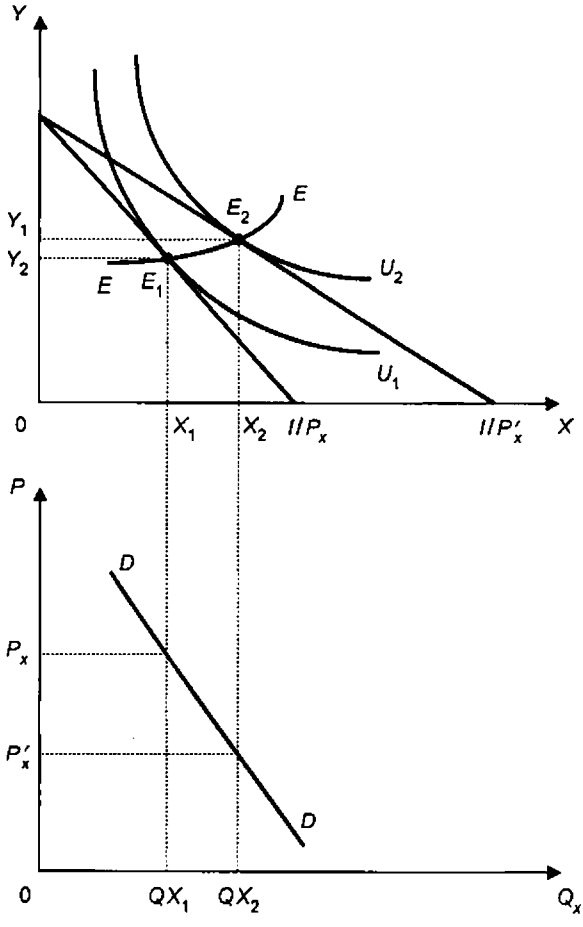


Рис. 6-11. Смещение оптимума потребителя при изменении цены товара X

При снижении P_x до P'_x бюджетная линия повернется против часовой стрелки и займет положение I/P'_x. Покупатель теперь может приобрести **больше товара** X, если израсходует на него весь свой доход (рис. 6-11).

В то же время ему становятся доступными более удаленные от начала координат кривые безразличия. Оптимум потребителя смещается из точки E_1 в точку E_2.

Соединяя эти точки, получим линию EE, называемую кривой **"цена — потребление"**. Она представляет множество всех оптимальных комбинаций товаров X и Y при изменении цены товара X. На основе кривой "цена — потребление" можно построить кривую **индивидуального спроса** (рис. 6-11, нижняя часть). Функция спроса выводится из полезности и бюджетного ограничения.

Изменение оптимума потребителя при изменении его дохода

Увеличение денежного дохода означает смещение бюджетной линии вправо вверх и **переход потребителя** на более высокую кривую безразличия.

Аналогичный результат появляется при **снижении цен** *обоих* товаров, что соответствует увеличению дохода. Напротив, при уменьшении денежного дохода или росте цен бюджетная линия сдвигается влево.

Точки пересечения кривых безразличия с бюджетными ограничениями E_1, E_2, E_3, E_4 показывают изменения положения равновесия потребителя при росте дохода или снижении цен. Соединив эти точки, получим кривую, названную **Дж. Хиксом** "доход — потребление". В экономической литературе она также получила название кривой **уровня жизни** (W) (рис. 6-12).

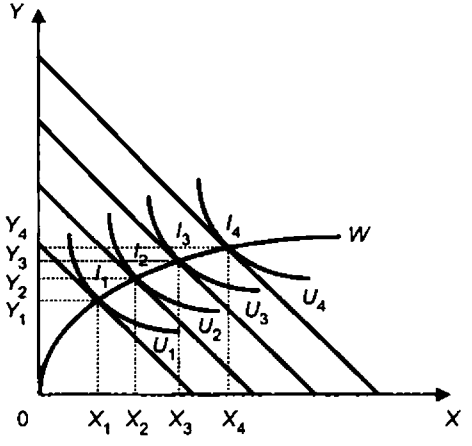


Рис. 6-12. Кривая уровня жизни

Комментарии к рис. 6-12:

- если кривая "доход — потребление" выходит из начала координат под углом 45°, это значит, что с ростом дохода потребитель в одинаковой степени (пропорции) увеличивает потребление и блага X, и блага Y.
- если покупки увеличиваются непропорционально, то изменяется угол наклона кривой W: сначала происходит быстрый рост, а затем относительное уменьшение потребления блага Y и постепенное увеличение потребления блага X.
- кривая "доход — потребление" имеет положительный наклон (с ростом дохода потребление товаров X и Y увеличивается). Такие товары называются **нормальными**.

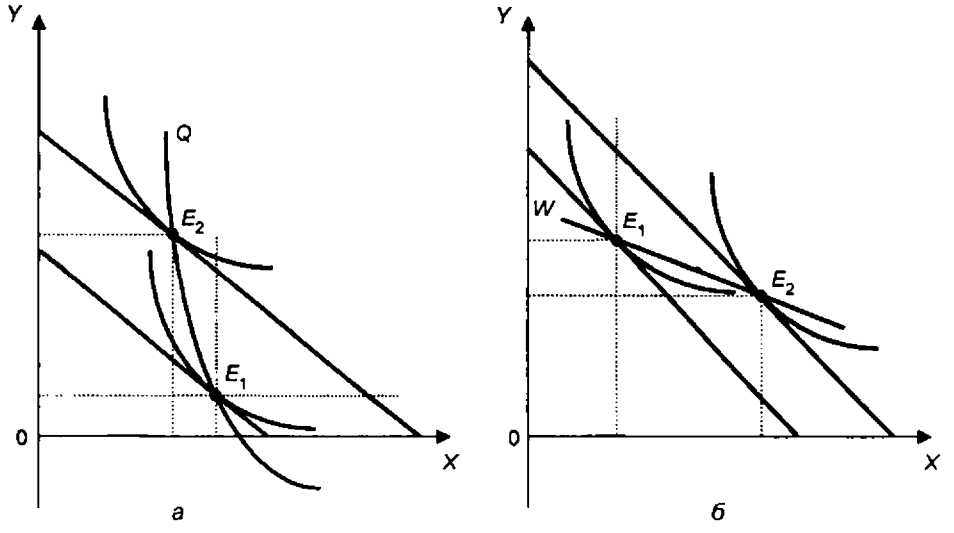


Рис. 6-13. Некачественные товары

а) X — некачественный товар; *Y* — высококачественный товар.

б) X — высококачественный товар; *Y* — некачественный товар.

- кривая "доход — потребление" может иметь **отрицательный наклон.** Она характерна для **некачественных товаров** (рис. 6-13).

Кривая "доход — потребление" позволяет построить **индивидуальную кривую потребления Энгеля**, которая показывает зависимость потребления тех или иных групп товаров от изменения доходов.

Уже в XIX в. было замечено, что с ростом реального дохода потребителя потребление **вторичных благ** возрастает **быстрее**, чем предметов **первой необходимости**.

Первым исследователем влияния изменения дохода на **структуру потребительских расходов** был немецкий статистик **Эрнст Энгель** (1821—1896). Он сформулировал *закон потребления*, который экономисты назвали его именем. Смысл закона состоит в том, что доля национального дохода, израсходованного на продукты питания, является хорошим показателем уровня благосостояния. *Чем ниже эта доля, тем выше благосостояние.*

Из рис. 6-14 видно, что прежде всего происходит насыщение **продовольственными товарами**, затем — **промышленными товарами стандартного качества** и, наконец, **высококачественными товарами и услугами**. При этом наблюдается любопытная закономерность: даже после перехода к потреблению высококачественных товаров происходит **новый всплеск спроса на промышленные товары стандартного качества**, используемые для повседневных нужд (точка *A*).

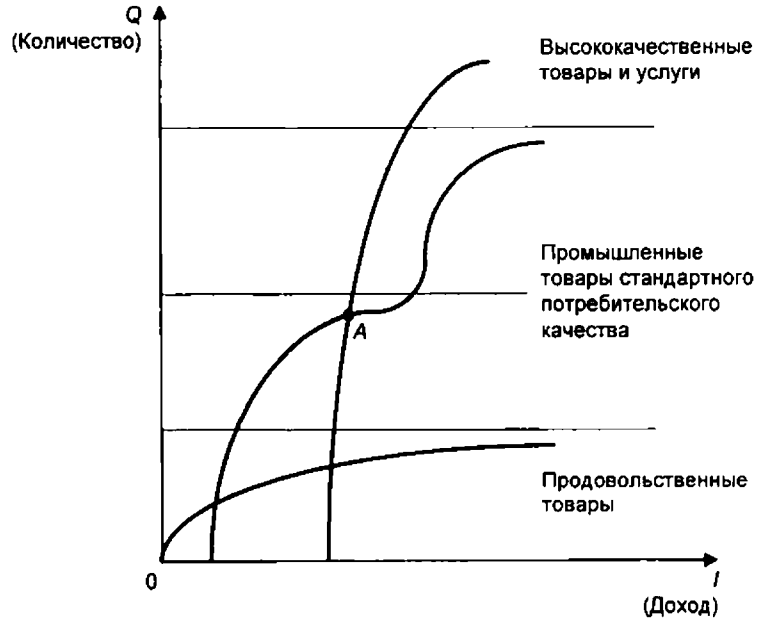


Рис. 6-14. Кривые Энгеля

Эффект замены и эффект дохода

Изменение **цены** блага влияет на **объем спроса** через **эффект замены** и **эффект дохода**.

Эффект дохода связан с тем, что изменение цены блага равнозначно **изменению реального дохода** (покупательной способности).

Эффект замены одного блага другим возникает в результате *относительного изменения* цен (потребитель не станет на весь свой доход покупать товар, цены на который снизились).

- Для определения эффекта замены необходимо элиминировать влияние эффекта дохода.
- Для определения эффекта дохода необходимо элиминировать влияние эффекта замены.

Существуют **два способа** разложения общего эффекта увеличения спроса при снижении цены на **эффект дохода** и **эффект замены**, которые были предложены английским экономистом **Дж. Хиксом** и русским математиком и экономистом **Е. Е. Слуцким**. Они отличаются тем, как определяется реальный доход. *Согласно Хиксу*, постоянный реальный доход подразумевает, что потребитель остается на той же кривой безразличия,

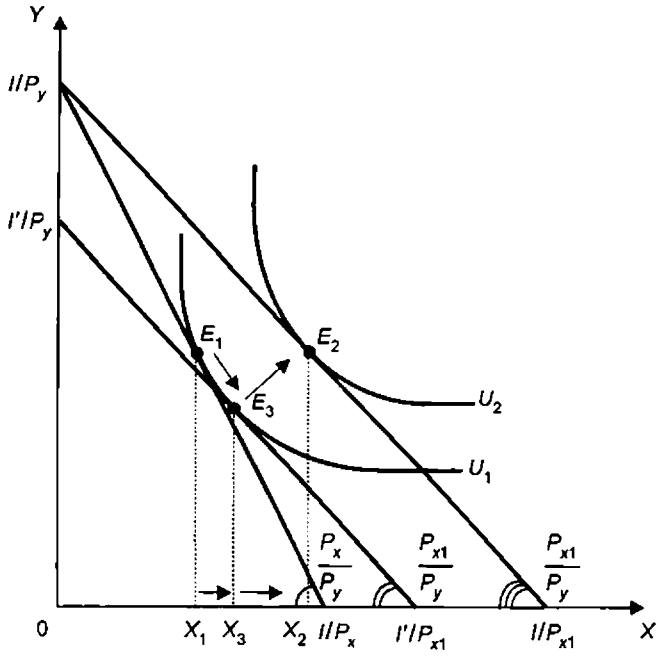


Рис. 6-15. Эффект замены и эффект дохода по Хиксу. Цена товара *X* снижается

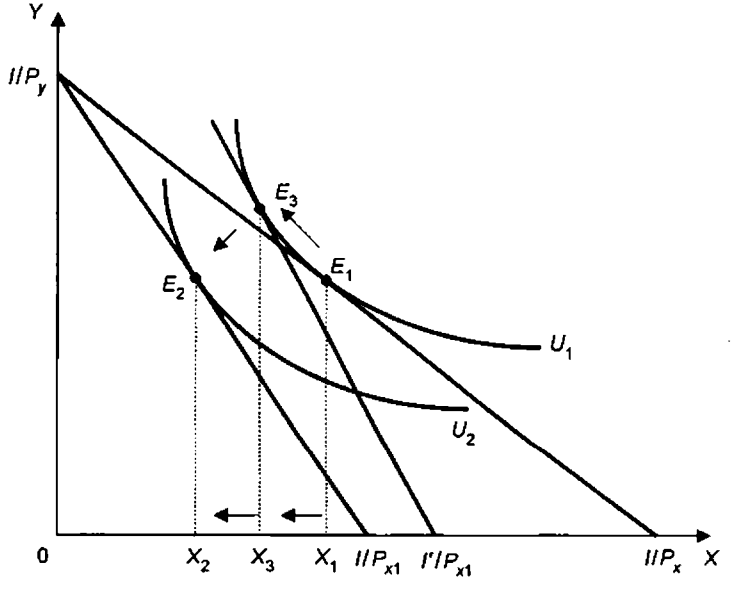


Рис. 6-16. Эффект дохода и эффект замены по Хиксу. Цена товара *X* повышается

поскольку он обеспечивает *один и тот же уровень удовлетворения потребностей. Согласно Слуцкому*, реальный доход остается постоянным тогда, когда доход потребителя не меняется и позволяет ему, если он хочет, *приобрести прежний набор товаров по новой цене*.

Эффект замены и эффект дохода по Хиксу представлены на рис. 6-15 и 6-16.

Эффект замены и эффект дохода могут изменяться в разных направлениях в зависимости от типа товаров.

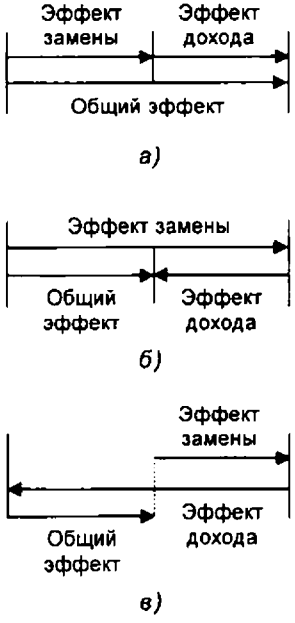


Рис. 6-17. Направление изменений эффектов замены и дохода для разных типов товаров:
а) нормального товара; *б*) некачественного товара; *в*) товара Гиффена

Прежде всего отметим, что *эффект замены всегда отрицателен*: снижение цены товара ведет к увеличению его потребления, и наоборот. При этом потребление другого товара или группы товаров характеризуется обратным движением. *Эффект дохода может быть отрицательным* **для нормальных товаров** (рис. 6-17, *а*) *и положительным* **для некачественных товаров** (чем выше реальный доход потребителя, тем в меньшей степени он будет склонен к приобретению таких товаров). Вместе с тем для большинства некачественных товаров отрицательный эффект замены превышает положительный эффект дохода, так что общий эффект замены цены будет все же отрицательным (рис. 6-17, *б*). Лишь в случае с **товарами Гиффена** *положительный эффект дохода превышает отрицательный эффект замены* (рис. 6-17, *в*).

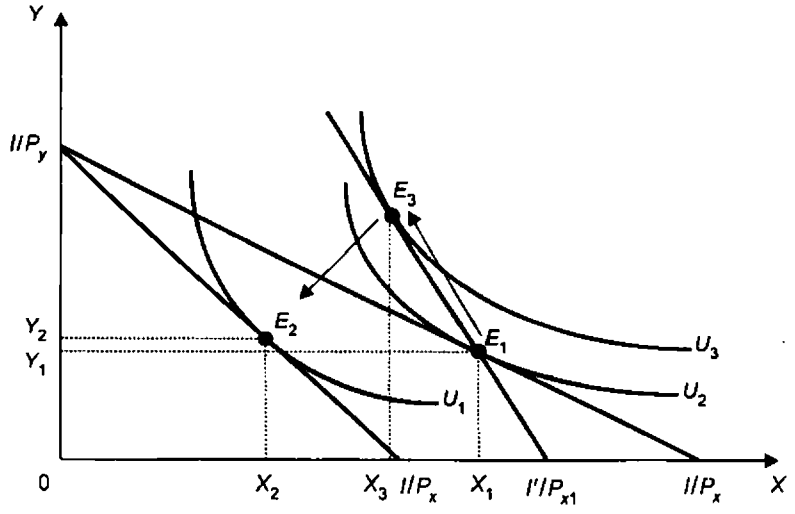


Рис. 6-18. Эффект замены и эффект дохода по Слуцкому

Эффект замены и эффект дохода по Слуцкому представлены на рис. 6-18.

Как уже отмечалось, Слуцкий иначе трактует понятие реального дохода, чем Хикс. По Хиксу, потребитель после изменения цен стремится *сохранить прежний уровень удовлетворения потребностей*, тогда как в модели Слуцкого постоянство реального дохода достигается при таком его уровне, который обеспечивает потребителю возможность приобрести после изменения цен *тот же самый набор товаров*, что и до изменения.

На рис. 6-18 показано, что в случае повышения цены товара X до уровня P_{x1} оптимум потребителя смещается из точки E_1 в точку E_2 (потребитель приобретает меньше товара X, но несколько увеличивает потребление товара Y). Далее на графике показана новая бюджетная линия, параллельная линии $I/P_y - I/P_{x1}$, которая проходит через точку E_1, соответствующую оптимальному набору товаров X и Y при прежней цене. Она показывает, каким должен быть доход, необходимый для приобретения прежнего набора товаров X и Y при удорожании товара X с P_x до P_{x1}.

Эта бюджетная линия коснется более высокой кривой безразличия U_3 в точке E_3. Это означает, что потребитель выбрал бы набор E_3 в том случае, если бы его доход был равен I. В действительности же он выбирает набор E_2, поскольку цена товара X повысилась. Повышение цены стимулирует замену товара X товаром Y: $(X_1 - X_3)$ — *эффект замены*, а $(X_3 - X_2)$ — *эффект дохода*, который показывает, что при повышении P_x рост потребления товара Y будет обеспечен за счет сокращения потребления товара X.

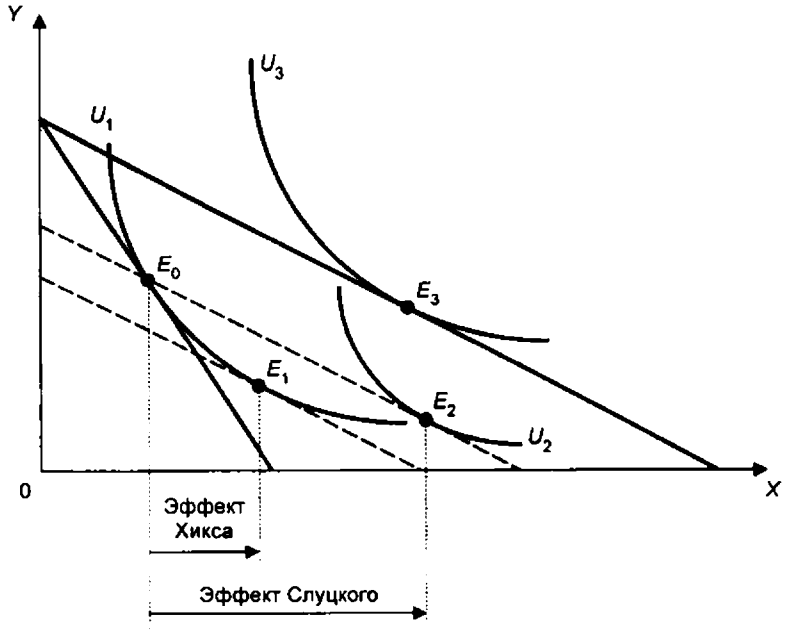


Рис. 6-19. Эффект замены по Хиксу и по Слуцкому

Различия в подходах Хикса и Слуцкого к измерению эффекта замещения удобнее рассмотреть, совместив их на одном рисунке (рис. 6-19).

Изображенный на графике *эффект замены Хикса* показывает, что потребитель при постоянстве реального дохода остается на той же кривой безразличия (U_1), т. е. он перемещается из точки E_0, соответствующей старой цене, в точку E_1, соответствующую новой, более низкой цене товара *X*. *Эффект замены Слуцкого* означает, что реальный доход является постоянным тогда, когда доход потребителя не меняется и позволяет ему, если он хочет, приобрести прежний набор товаров по новой цене. В таком случае происходит перемещение из точки E_0 в точку E_2.

Основные выводы

1. Потребитель — любой экономический агент (индивид, частная фирма, государственное предприятие), потребляющий конечные блага и услуги. Обычно под потребителем, принимающим многие решения, экономисты понимают главным образом *семью* (домашнее хозяйство), а не индивида или организацию.

2. Теория потребления исследует основные принципы потребительского выбора (поведения), в основе которого лежат такие понятия, как полезность блага, его цена, доход потребителя.

3. Полезность — синоним таких понятий, как благосостояние, экономическое благосостояние, удовольствие и даже счастье. В более строгом значении (в концепции маржиналистов) полезность — это *суждение* потребителя о благе.

4. Экономисты рассматривают не полезность блага вообще, например воды или бриллиантов, а полезность *определенного количества* того или иного блага. Поскольку потребитель нуждается не в благе вообще, а в определенном его количестве, то потребность в нем удовлетворяется в соответствии с *законом насыщения потребностей*.

5. *Первый закон Госсена* (*закон убывающей предельной полезности*) гласит, что при последовательном потреблении дополнительных единиц какого-то блага их полезность уменьшается.

6. Функция полезности — это соотношение между количеством товара или услуги, покупаемых потребителем, и удовлетворением, которое он предположительно получит от его потребления. Таким образом, это функция, показывающая убывание полезности блага с ростом его количества. Формально эта функция может быть записана в следующем виде:

$$U - f(Q_i),$$

где U — полезность блага;

Q_i — последовательные единицы блага.

7. Цена блага определяется не общей, а предельной его полезностью для потребителя.

8. Поскольку предельная полезность блага по мере потребления его дополнительных единиц снижается, то потребитель будет увеличивать объем покупок (объем спроса) лишь при снижении цены. Этим объясняется убывающий характер кривой спроса.

9. Максимум удовлетворения от потребления заданного набора благ потребитель получит при условии равенства предельных полезностей всех потребленных благ. Этот принцип впервые был сформулирован Г. Госсеном и вошел в науку как *второй закон Госсена*. Для конкретного потребителя функция полезности максимизируется в том случае, когда его денежный доход распределяется таким образом, что каждый рубль, затраченный на приобретение любого блага, приносит одинаковую предельную полезность:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \ldots = \frac{MU_n}{P_n}.$$

10. Для моделирования потребительского поведения, т. е. спроса отдельного потребителя, используются такие инструменты, как *кривые безразличия* и *бюджетное ограничение*.

11. *Кривая безразличия* — это множество точек, представляющих равноценные для потребителя наборы из двух товаров (потребителю *безразлично*, какой из этих наборов выбрать) — они имеют одинаковую полезность. Кривая безразличия обычно выпукла к началу координат.

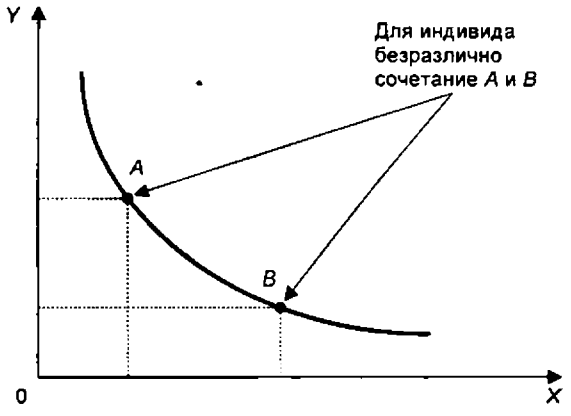


Рис. 6-20. Кривая безразличия

12. Набор кривых безразличия, в котором каждая последующая кривая располагается выше и правее предыдущей, называется *картой безразличия*. Более удаленные от начала координат кривые безразличия соответствуют более высоким уровням полезности. Кривые безразличия не могут пересекаться, так как если это произойдет, то будет нарушена аксиома транзитивности предпочтений. Они могут касаться осей координат, однако обычно их изображают так, что этого не происходит.

13. Для изображения множества доступных потребителю товарных наборов используется *бюджетная линия* (линия цен или линия расходов). Формально бюджетное ограничение может быть записано следующим образом:

$$I = P_x X + P_y Y,$$

где I — доход потребителя;
P_x, P_y — цены товаров X и Y.

Смысл бюджетного ограничения состоит в том, что доход потребителя равен сумме расходов на покупку товаров X и Y.

14. *Оптимум потребителя* (максимум благосостояния при данном ограничении) достигается в точке касания бюджетной линии кривой безразличия.

Вопросы для повторения

1. В чем смысл и назначение теории потребительского поведения (выбора)?
2. Почему вода, обладая высокой полезностью, имеет низкую цену, а алмазы, менее полезные для человека, — высокую цену?
3. Назовите основных представителей маржиналистской концепции экономического анализа.
4. В чем смысл первого и второго законов Госсена?

5. Считаете ли вы правильным следующее утверждение: кривая спроса показывает общую полезность для потребителя при той или иной цене?
6. Если кривая спроса на товар убывает, а рыночная цена этого товара — 10 долл. за единицу, то в каком случае потребитель мог бы иметь потребительский излишек?
7. Как полезность блага связана с его редкостью?
8. При каком условии потребительский выбор считается рациональным?
9. Можно ли рассматривать выделенные Х. Лейбенстайном эффекты как нерациональное потребительское поведение?
10. Выберите правильный ответ:

    Предположим, что ввиду изменения вкусов потребителя предельная полезность каждой единицы некоторого блага возросла. В этом случае кривая индивидуального спроса:

    а) сдвигается влево;
    б) становится более крутой;
    в) становится более пологой;
    г) сдвигается вправо.

Задачи, упражнения, тесты

1. Кривая спроса показывает:

    а) какую общую полезность получает потребитель при той или иной цене;
    б) какую предельную полезность получает потребитель при той или иной цене;
    в) каков объем спроса потребителя при той или иной цене;
    г) какую сумму денег готов истратить потребитель, чтобы получить то или иное количество полезности.

2. Индивид потребляет 2 единицы некоего блага. Предельная полезность 2-й единицы равна 5. Мы можем сказать об общей величине полезности блага, что:

    а) она равна 5;
    б) она равна 10;
    в) она больше 10;
    г) ничего не знаем о ней даже примерно ввиду отсутствия информации о предельной полезности 1-й единицы данного блага.

3. Закон убывающей предельной полезности в применении к деньгам предполагает, что налог с дохода должен быть прогрессивным, а не просто пропорциональным. Можно ли обосновать это утверждение с помощью теории полезности?

4. Что показывают вогнутые к началу координат кривые безразличия?

5. Если предельная норма замещения одного блага другим равна $^1/_2$ независимо от уровня потребления данного блага, то:

   а) эти два блага абсолютно дополняют друг друга в потреблении;
   б) такие блага являются по отношению друг к другу абсолютными субститутами;
   в) кривая безразличия для данных благ характеризуется снижающейся предельной нормой замещения;
   г) кривая безразличия для данных благ выпукла относительно начала координат.

6. Нарисуйте карту кривых безразличия для каждого из нижеуказанных случаев. Прокомментируйте взаимосвязь между полученными картами безразличия и различными предпосылками о предпочтениях.

   а) Я не выношу кетчуп и сосиски по отдельности, но обожаю булочку с сосиской и кетчупом вместе.
   б) Для меня X и Y — полные субституты. Удвойте X и уменьшите Y наполовину, и мне это безразлично.
   в) То, что я ценю в друзьях, — честность. Но конечно, среди честных людей я люблю тех, которые обладают чувством юмора.
   г) Нарисуйте кривые безразличия скряги, предпочитающего деньги всем остальным товарам.

7. Некоторый потребитель предпочитает пепси-колу спрайту. Нарисуйте кривые безразличия, отражающие предпочтения данного потребителя.

8. Потребитель решил использовать свой доход в 1 тыс. руб. для приобретения товаров X и Y. Цена товара X $P_X = 50$, цена товара Y $P_Y = 40$.

   а) Напишите уравнение бюджетной линии.
   б) Постройте бюджетную линию.
   в) Определите наклон бюджетной линии.

9. В таблице представлены данные об общей полезности товара А — $TU_А$ и общей полезности товара Б — $TU_Б$.

Количество единиц товара	$TU_А$	$MU_А$	$TU_Б$	$MU_Б$
0	0		0	
1	600		100	
2	450		160	
3	310		250	
4	140		375	

Заполните таблицу, рассчитав предельную полезность, добавленную каждой единицей товара А ($MU_А$) и товара Б ($MU_Б$).

10. Потребитель, имеющий функцию полезности $U(X,Y) = XY$, зарабатывает 5000 руб.

    а) Сколько единиц товара X он будет потреблять, если $P_X = 50$, $P_Y = 10$?

    б) Как изменится количество потребляемого товара X, если цена будет равна $P_X = 20$?

    Ответьте на а) и б) с помощью графиков и алгебраически.

    в) Какую часть изменения его потребления товара X можно отнести за счет эффекта замещения? Какую часть — за счет эффекта дохода?

    г) Дайте алгебраический и графический ответы. Используйте методы Слуцкого и Хикса. В чем основное различие данных методов? Используя $P_X = 50$ как исходную точку, нарисуйте обычную кривую спроса на товар X. Затем нарисуйте кривые спроса Хикса и Слуцкого. Как изменится ваш ответ, если X — товар некачественный или гиффеновский?

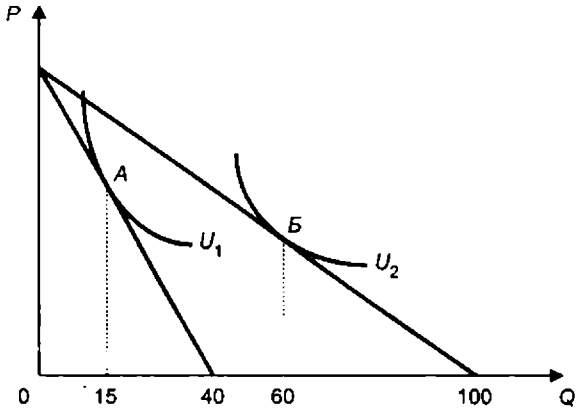
11. Смысл второго закона Госсена состоит в том, что потребитель для получения максимальной полезности от потребления различных благ должен:

    а) уравнять общие полезности от потребления каждого блага;
    б) уравнять предельные полезности от потребления каждого блага;
    в) расположить блага в порядке возрастания полезности и потреблять их по очереди;
    г) выразить полезность каждого блага в деньгах и потреблять блага в порядке убывания их стоимости.

12. Допустим, что предельная норма замещения блага Y благом X повышается по мере того, как благо X замещает благо Y. Покажите, что в этом случае точка касания бюджетной линии к кривой безразличия отражала бы равновесный набор, который потребитель менее всего предпочел бы. Покажите, что наиболее предпочтительный набор соответствует угловому равновесию.

13. Предположим, что вы потратили весь ваш доход на покупку двух товаров. С помощью анализа кривых безразличия покажите невозможность того, что оба товара являются некачественными.

14. График, приведенный ниже, изображает кривые безразличия г-жи Антоновой. В точках А и Б при двух различных ценах на товар X г-жа Антонова максимизирует полезность от потребления благ X и Y.



Ответьте на следующие вопросы:

а) Каков доход г-жи Антоновой?
б) Какова цена блага *X* в точке А? В точке Б?
в) Каковы координаты двух точек на кривой спроса г-жи Антоновой для товара *X*?
г) Если кривая спроса г-жи Антоновой на товар *X* является прямой линией, имеющей нисходящий наклон, то каков ее угол наклона в градусах?
д) Какой наклон имеет кривая "цена—потребление" — нисходящий или восходящий?

Рекомендуемая литература

Бем-Баверк Е. Основы теории ценности хозяйственных благ // Менгер К., Бем-Баверк Е., Визер Ф. Австрийская школа в политической экономии. М., 1992.

Винер Дж. Концепция полезности в теории ценности и ее критики: Теория потребительского поведения и спроса / Под ред. В. М. Гальперина. СПб., 1993.

Джевонс У. С. Об общей математической теории политической экономии. Теория потребительского поведения и спроса / Под ред. В. М. Гальперина. СПб., 1993.

Лейбенстайн Х. Эффект присоединения к большинству. Эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса. Теория потребительского поведения и спроса / Под ред. В. М. Гальперина. СПб., 1993.

Макконнелл К., Брю С. Экономикс: В 2 т. Т. 2. Гл. 23. М., 1994.

Морган Дж. М. Руководство по изучению учебника С. Фишера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензи "Экономика". М., 1997.

Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. Гл. 6. М., 1996.

Сборник задач по экономике / Отв. ред. Ю. Е. Власьевич. М., 1996.

РАЗДЕЛ IV

ПРОИЗВОДСТВО И ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ

В теории потребления были рассмотрены вопросы о том, как индивид относится к совокупности экономических благ, чем определяется его поведение на рынке, какую цель он ставит перед собой, покупая те или иные товары.

Основная задача данного раздела — выявить факторы, определяющие поведение фирмы как **производителя** экономических благ. Выполняя функцию производства, фирма соединяет определенным образом производственные ресурсы (труд, капитал, природные ресурсы), трансформируя их в готовые товары и услуги. В данном случае фирма сталкивается как с *технологической зависимостью* между затратами и выпуском продукции, так и с *экономической задачей* поиска *оптимального объема производства*, который достигается при минимальных затратах используемых ресурсов. Если технология является заботой инженеров, то поиск производственного оптимума — прямая задача экономистов. Экономисты в своих рассуждениях исходят из предположения о том, что производство (как и потребление) подчиняется определенным законам, которые в большей или меньшей степени поддаются описанию. Наиболее важным из этих законов является **закон убывающей производительности переменного фактора производства**, который будет рассмотрен ниже.

После определения основных принципов и понятий, касающихся производства, будет проанализирована проблема издержек и доходов фирмы, а также установлено базовое условие равновесия фирмы, которое имеет принципиальное значение для принятия менеджерами решения относительно объемов выпуска продукции.

ГЛАВА 7

ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВА: ТЕХНОЛОГИЯ И ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ

Ключевые понятия

Изокванта
Изоклиналь
Изокоста
Карта изоквант
Натуральное хозяйство
Оптимум при обмене
Отдача от масштаба
возрастающая
постоянная
убывающая
Предельная норма технического замещения
Предельный продукт переменного ресурса
Производственная функция
Производственный оптимум
Производство
Средний продукт переменного ресурса
Техническая эффективность
Технология
Товарное производство
Убывающая отдача переменного ресурса
Экономическая эффективность

7.1. ПОНЯТИЕ ПРОИЗВОДСТВА. ПРОИЗВОДСТВО И ОБМЕН

В первой главе было показано, что совокупность окружающих человека благ делится на две группы. Первая группа — это блага, которые присваиваются людьми без каких-либо усилий с их стороны. Эти блага имеются в изобилии и пригодны к употреблению без переработки. Такие блага получили название *свободных* или *неэкономических*. Вторая группа благ отличается от первой тем, что они имеются в недостаточном количестве по отношению к потребностям людей. Поэтому, прежде чем потребить такие блага, их необходимо произвести и соответствующим образом распределить. Именно по этой причине редкие блага получили название *экономических*. В научной литературе их называют также продуктом (выпуском). **Продукт (экономическое благо) — исходный пункт всех рассуждений экономистов**.

Изготовление редких благ происходит в процессе производства. Поэтому производство есть прежде всего процесс превращения (трансформации) производственных ресурсов (рабочей силы, оборудования, материалов, природных факторов) в необходимые людям продукты. Но для экономиста производство — это не только выпуск промышленных товаров или сельскохозяйственной продукции. Он смотрит на производство шире, понимая под ним производство и зрелищ, и знаний, и информации, и правосудие, и торговлю, и хранение, и т. д. Между этими видами производства существует много технологических различий, но все они с экономической точки зрения одинаково важны, поскольку признаком производственной деятельности является не столько внесение тех или иных изменений в используемые ресурсы, сколько сам *характер деятельности*, направленный на удовлетворение человеческих потребностей. Поэтому экономист к процессу производства относит и деятельность врача, и труд учителя, и концерт музыканта, и службу офицера и т. д., так как все они удовлетворяют человеческие потребности, подобно деятельности пекаря, металлурга, портного и т. п.

Такое понимание производства утвердилось в экономической науке (и в общественном сознании) не сразу. Например, в **античном мире** *ремесло* считалось занятием непроизводительным и малопочтенным. В период средневековья такое же отношение существовало к *торговле*. Меркантилисты XVI — XVII вв. производительной признавали лишь *деятельность, которая увеличивала массу денег в стране* (добыча благородных металлов, экспортные промыслы, внешняя торговля). **Физиократы** (XVIII в.) считали производительным только *сельскохозяйственное производство*. **А. Смит** (конец XVIII в.) под производством понимал *любую экономическую деятельность*, если она дает результат в виде новых пред-

метов. Деятельность, не получившая формы овеществленного продукта, рассматривалась им как непроизводительная. И лишь **Ж. Б. Сэй** (начало XIX в.) научно доказал, что *все виды деятельности, направленные на удовлетворение человеческих потребностей*, должны относиться к процессу производства. В настоящее время это положение общепринято и в экономической теории, и в хозяйственной практике.

По характеру производство может быть **натуральным** (производство для себя) и **товарным** (производство для обмена). Еще 200 лет назад производство в основном носило натуральный характер. Этот тип производства был характерен для общества в силу неразвитости производительных сил. Производство для обмена (на рынок) появилось позже и со временем заняло доминирующие позиции. Сегодня весь мир практически живет в "экономике обмена", т. е. в рыночной экономике.

Развитие обмена стало возможным благодаря разделению труда и специализации производства. Правда, первоначально обмен осуществлялся между людьми, проживавшими далеко друг от друга (в странах, расположенных в разных климатических условиях, имеющих различные факторы производства, производившие разнородную продукцию). Торговавшие народы производили обмен с дальними странами (например, Киевская Русь вела активную торговлю с Византией, в Новгород приезжали купцы из многих европейских стран, из Скандинавии, а русские купцы, в свою очередь, неоднократно осуществляли "хождение за три моря"). "Заморская" торговля длительное время была более развитой, чем внутренняя, местная. А близкие соседи практически вообще не торговали между собой, так как располагали одинаковыми ресурсами, навыками и орудиями труда, что исключало разделение труда между ними. И лишь с развитием ремесла разделение труда и специализация стали основой формирования местных рынков. Теперь уже не природные ресурсы определяли содержание и направление обмена, а производственные навыки людей, их мастерство, а также накопленный обществом капитал.

Производство для обмена (рыночная экономика) оказалось намного более эффективным, чем производство для себя, благодаря максимизации общественной полезности. В чем состоит *полезность производства для обмена* и *самого обмена*?

Представим себе изолированного индивида (Робинзона), который потребляет лишь то, что производит, используя доступные ему ресурсы. Допустим, что он производит лишь два продукта — X и Y. Множество производственных возможностей Робинзона может быть представлено кривой AD на рис. 7-1. Площадь под кривой AD — область, доступная для производства.

Для того чтобы определить, какой набор продуктов X и Y будет производить Робинзон, необходимо знать систему его предпочтений (карту

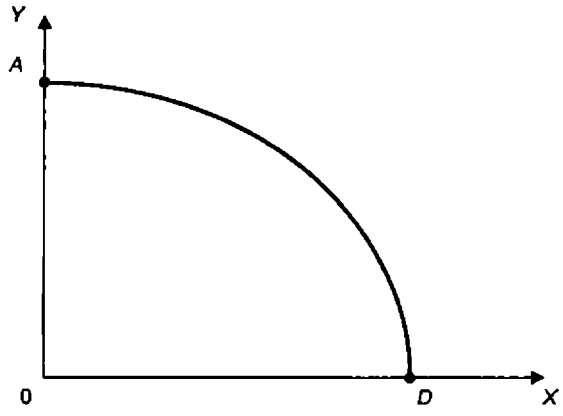


Рис. 7-1. Кривая производственных возможностей Робинзона

безразличия). Если наложить кривую производственных возможностей Робинзона на его карту безразличия (рис. 7-2), будет найден *оптимальный объем* производства (X_b и Y_b) Робинзона. Этот оптимум отражает его производство для себя при отсутствии обмена.

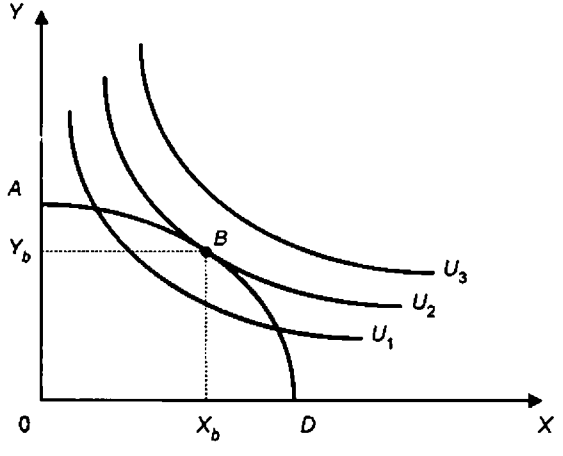


Рис. 7-2. Оптимум Робинзона при отсутствии торговли

Что произойдет, если у Робинзона появится возможность торговать? Как изменится его *оптимум при наличии обмена*?

Для этого уже недостаточно знать множество производственных возможностей Робинзона и систему его предпочтений. При наличии торговли Робинзон будет действовать по-другому. Вначале он определит свой *производственный оптимум*, т. е. такой объем выпуска X и Y, который позволит ему получить максимальный доход при реализации этих товаров

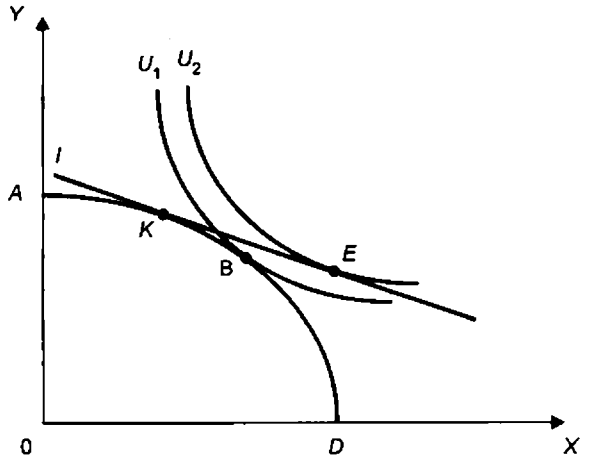


Рис. 7-3. Производственный оптимум Робинзона при наличии обмена

на рынке. Для этого мы должны провести касательную I (линия дохода) к кривой производственных возможностей AD (рис. 7-3). Наклон линии дохода I определяется соотношением цен на товары X и Y (P_x/P_y). Производственный оптимум Робинзона будет находиться в точке K.

Реализовав на рынке набор K, Робинзон сможет купить любой набор товаров, лежащих на линии дохода I (теперь это будет *линия расходов* Робинзона). Естественно, Робинзон выберет точку E, так как она лежит на наиболее высокой кривой безразличия U_2. Прежняя точка оптимума Робинзона B (при отсутствии торговли) лежала на более низкой кривой безразличия U_1.

Таким образом, продавая свою продукцию и покупая на вырученные деньги необходимые товары, Робинзон смог увеличить свое благосостояние (максимизировать полезность). Это говорит о том, что обмен приносит выгоду. Его выгодность проистекает из того, что ограниченные ресурсы целесообразно использовать в производстве тех продуктов, которые обходятся дешевле, затем часть выручки обменять на те продукты, производство которых обошлось бы дороже. В нашем примере Робинзону выгоднее производить больше товара Y (его ресурсы этому больше соответствуют) и излишек обменивать на рынке на товар X.

Все эти рассуждения говорят о том, что товарное производство, т. е. производство, ориентированное на рынок, способно полнее удовлетворить потребности людей, поскольку при тех же объемах выпуска достигается более высокий уровень общественного благосостояния.

7.2. ТЕХНОЛОГИЯ И ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ. ИЗОКВАНТА

Теория производства изучает прежде всего соотношение между количеством применяемых ресурсов и объемом выпуска. Методологически теория производства во многом схожа с теорией потребления, однако с тем отличием, что основные ее категории имеют не субъективно-психологическую основу, а *объективную природу* и могут быть *квантифицированы*, т. е. измерены, в определенных единицах.

Для того чтобы описать поведение фирмы, необходимо знать, какое количество продукта она может произвести, используя ресурсы в тех или иных объемах.

Исходным пунктом такого анализа служит **производственная функция**. Она была разработана в 1890 г. английским математиком А. Берри, помогавшим А. Маршаллу при подготовке математического приложения к работе "Принципы экономической науки"[1]. **Производственная функция — это функция, описывающая зависимость количества продукта, которое может произвести фирма, от объемов затраченных ресурсов.**

Производственная функция во многом похожа на функцию полезности в теории потребления. Это объясняется тем, что по отношению к ресурсам фирма является потребителем и производственная функция характеризует именно эту сторону производства — производство как потребление.

Производственной функции присущи наиболее общие свойства функции полезности. Производственная функция описывает множество *технически эффективных* способов производства (технологий). Каждая технология характеризуется определенной *комбинацией ресурсов*, необходимых для получения единицы продукции. Хотя производственные функции различны для разных видов производств, все они обладают общими свойствами.

1. *Существует предел увеличения объема производства, который может быть достигнут увеличением затрат одного ресурса при прочих равных условиях.* Это значит, что на фирме при данном количестве станков и производственных помещений есть предел увеличения производства посредством привлечения большего количества рабочих. Прирост выпуска при увеличении численности занятых будет приближаться к нулю.

---

[1] *Маршалл А.* Принципы экономической науки. М., 1993.

2. *Существует определенная взаимодополняемость (комплементарность) факторов производства, но без сокращения объема производства возможна и определенная взаимозаменяемость этих факторов.* Например, эффективен труд работников, если они обеспечены всеми необходимыми орудиями труда. При отсутствии таких орудий объем может быть сокращен или увеличен при росте численности занятых. В данном случае происходит замена одного ресурса другим.
3. *Способ производства А считается технически более эффективным по сравнению со способом В, если он предполагает использование хотя бы одного ресурса в меньшем, а всех остальных — не в большем количестве, чем способ В.* Технически неэффективные способы не используются рациональными производителями.
4. *Если способ А предполагает использование одних ресурсов в большем, а других — в меньшем количестве, чем способ В, эти способы несравнимы по их технической эффективности.* В этом случае оба способа считаются технически эффективными и включаются в производственную функцию. Какой из них выбрать — зависит от соотношения цен применяемых ресурсов. Этот выбор основывается на критериях *экономической эффективности.* Следовательно, техническая эффективность не тождественна экономической эффективности.

Техническая эффективность — это максимально возможный объем производства, достигаемый в результате использования имеющихся ресурсов.

Экономическая эффективность — это производство данного объема продукции с минимальными издержками.

В теории производства традиционно используется 2-факторная производственная функция, в которой объем производства является функцией использованных ресурсов труда и капитала:

$$Q = f(L, K).$$

Графически каждый способ производства (технология) может быть представлен точкой, характеризующей *минимальный необходимый набор* двух факторов, нужных для производства данного объема продукции (рис. 7-4).

На рисунке изображены различные способы производства (технологии): T_1, T_2, T_3, характеризующиеся разными соотношениями в применении труда и капитала: $T_1 = L_1K_1$; $T_2 = L_2K_2$; $T_3 = L_3K_3$. Наклон луча показывает размеры применения различных ресурсов. Чем выше угол наклона луча, тем больше затраты капитала и меньше затраты труда. Технология T_1 более капиталоемка, чем технология T_2.

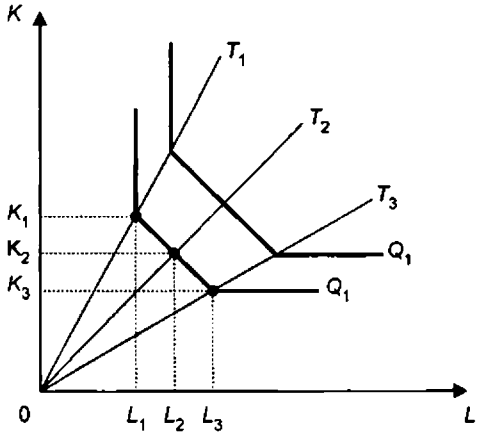


Рис. 7-4. Технология и производственная функция (изокванта)

Если соединить разные технологии линией, получится изображение производственной функции (линии равного выпуска), которая получила название *изокванты (isoquant)*. На рисунке показано, что объем производства Q_1 может быть достигнут при разных комбинациях факторов производства (T_1, T_2, T_3 и т. д.). Верхняя часть изокванты отражает *капиталоемкие*, нижняя — *трудоемкие* технологии.

Изокванты схожи по определению с кривыми безразличия, рассмотренными в теории потребления. Так же как кривые безразличия отражают альтернативные варианты потребительского выбора продуктов, обеспечивающие определенный уровень полезности, изокванты отражают альтернативные варианты затрат ресурсов для производства определенного объема продукции.

КАРТА ИЗОКВАНТ — это совокупность изоквант, отражающих максимально достижимый выпуск продукции при любом данном наборе факторов производства. Чем дальше расположена изокванта от начала координат, тем больше объем выпуска. Изокванты могут проходить через любую точку пространства, где находятся два фактора производства. Смысл карты изоквант аналогичен смыслу карты кривых безразличия для потребителей, которая была рассмотрена в предыдущем разделе (рис. 7-5).

Наклон изоквант характеризует *предельную норму технического замещения* (*MRTS — marginal rate of technical substitution)* одного ресурса другим. Предельная норма технического замещения *MRTS* аналогична предельной норме замещения *MRS* в теории потребления:

$$MRTS_{L,K} = \left.\frac{\Delta K}{\Delta L}\right|_{Q=const.}$$

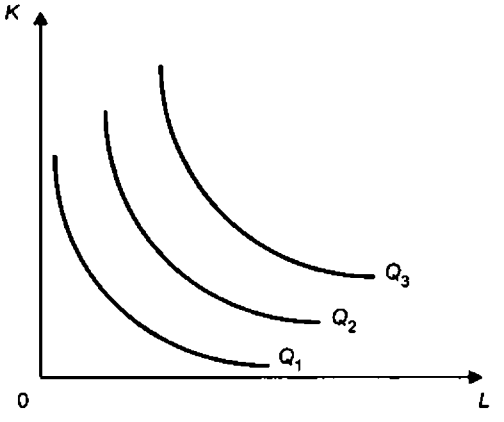


Рис. 7-5. Карта изоквант

На рис. 7-6 показано, что увеличение затрат труда с L_1 до L_2 компенсирует уменьшение затрат капитала с K_1 до K_2. Это означает, что с увеличением применения труда на ΔL выпуск продукции возрастает на $\Delta L \times MP_L$, а уменьшение применения капитала на ΔK сокращает объем

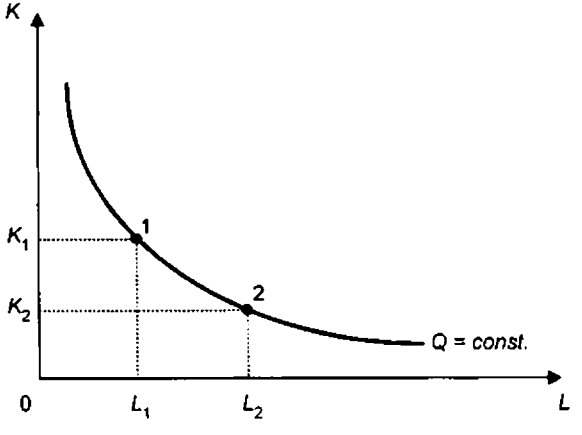


Рис. 7-6. Зона технического замещения (субституции)

выпуска на $\Delta K \times MP_K$. Следовательно, увеличение количества применяемого труда полностью компенсирует сокращение применения капитала, если выполняется равенство:

$$\Delta L MP_L = \Delta K MP_K,$$

т. е.

$$\left.\frac{\Delta K}{\Delta L}\right|_{Q=const.} = \frac{MP_L}{MP_K} = MRTS_{L,K}.$$

Очевидно, что по мере замены капитала трудом отдача от труда (т. е. производительность труда) снижается. Аналогичная ситуация возникает и в случае замены труда капиталом. Это означает, что

$$MP_L \times \Delta L + MP_K \times \Delta K = 0,$$

где MP_L — предельный продукт труда (изменение совокупного продукта фирмы в результате изменения количества труда на одну единицу);

MP_K — предельный продукт капитала (изменение совокупного продукта фирмы в результате изменения использования капитала на одну единицу).

7.3. ПРОИЗВОДСТВО В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ: ОТДАЧА ОТ МАСШТАБА

Что произойдет, если количество используемых факторов производства возрастет? В этом случае фирма будет расширяться.

В **краткосрочном периоде**, когда один из факторов может быть переменным, а другие — постоянными, расширение производства подчиняется принципу *убывающей отдачи переменного фактора.*

В **долгосрочном периоде**, когда фирма может изменять все факторы производства, действует принцип *экономии от масштаба.* Если при данной технологии увеличение выпуска осуществляется за счет пропорционального увеличения всех производственных ресурсов, то происходит изменение масштабов производства.

Допустим, производственная функция первоначального выпуска имеет вид:

$$Q_0 = f(K, L).$$

Тогда после увеличения количества применяемых ресурсов в N раз производственная функция будет выглядеть так:

$$Q_2 = f(NK, NL).$$

При этом рост объема производства может быть различным:

а) если вместе с ростом факторов производства в N раз выпуск также увеличится в N раз ($Q_1 = N \times Q_0$), то отдача от масштаба постоянна (рис. 7-7, а);

б) если выпуск увеличится менее чем в N раз ($Q_1 < N \times Q_0$), то имеет место *убывающая отдача от масштаба* (рис. 7-7, б);

в) если выпуск увеличится более чем в N раз ($Q_1 > N \times Q_0$), то имеет место *возрастающая отдача от масштаба* (рис. 7-7, в).

Введем еще одну характеристику производственной функции — *однородность*. Производственная функция называется однородной (гомогенной), если при увеличении количества всех производственных ресурсов в N раз выпуск увеличивается в N^t раз:

$$Q_1(NK, NL) = N^t Q_0(K, L).$$

Показатель t характеризует *степень однородности функции*. Степень однородности показывает отдачу от масштаба:

а) если $t = 1$ —**постоянная отдача** от масштаба (производственная функция называется линейно-однородной);

б) если $t < 1$ —**убывающая отдача** от масштаба;

в) если $t > 1$ —**возрастающая отдача** от масштаба.

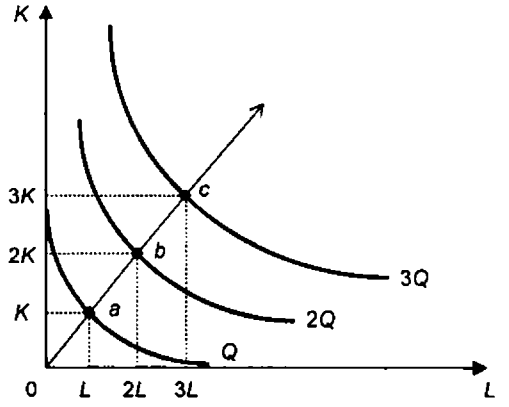
Если эти рассуждения изобразить **графически**, то показателем отдачи от масштаба может служить расстояние на луче, проведенном из начала координат, между **изоквантами**, представляющими *кратные объемы* выпуска (Q) — Q, $2Q$, $3Q$ и т. д.

7.4. ПРОИЗВОДСТВО В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ: ЗАКОН УБЫВАЮЩЕЙ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ

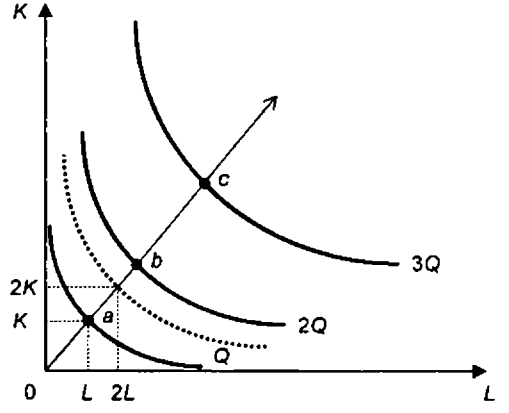
В краткосрочном периоде один фактор является переменным, другой — постоянным. Поэтому для краткосрочного периода **линия роста** может быть представлена лучом, параллельным оси переменного ресурса (K^*K^*).

Очевидно, что соотношение K/L при движении вдоль луча уменьшается (при движении вправо) или увеличивается (при движении влево), так как фиксированное количество K (капитала) приходится на все боль-

а)



б)



в)

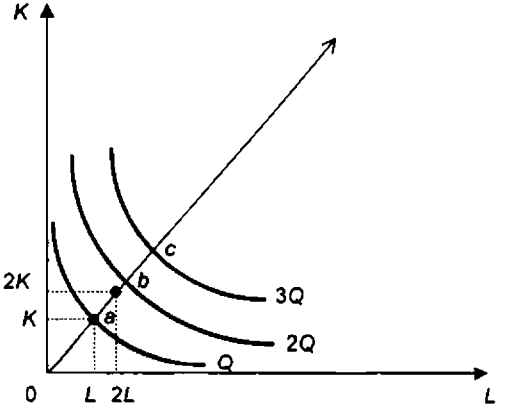


Рис. 7-7. Отдача от масштаба:

а) **постоянная** (0*a* = *ab* = *bc*); *б*) **убывающая** (0*a* < *ab* < *bc*):
каждое увеличение выпуска требует все больших затрат ресурсов;
в) **возрастающая** (0*a* > *ab* > *bc*):
увеличение выпуска требует все меньших затрат ресурсов

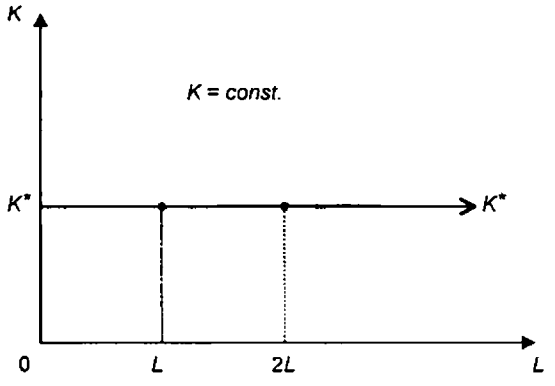


Рис. 7-8. Комбинация факторов производства в краткосрочном периоде

шее количество L (труда). Таким образом, в краткосрочном периоде пропорции постоянного и переменного факторов меняются по мере изменения выпуска (рис. 7-8).

Влияние изменения пропорций на рост выпуска исследуется с помощью понятий:

среднего продукта (AP — average product),
предельного продукта (MP — marginal product).

Общий объем выпуска обозначим TP — *total product*. Частное от деления TP на количество переменного ресурса L (или K): TP/L, или TP/K, называют **средним продуктом переменного ресурса**:

$$AP_L = \frac{TP}{L}; \quad AP_K = \frac{TP}{K}.$$

Предельным продуктом переменного ресурса называют прирост общего выпуска в связи с увеличением применения данного переменного ресурса на одну единицу. Он определяется как частная производная совокупного продукта по данному ресурсу:

$$MP_L = \frac{\partial TP}{\partial L}; \qquad MP_K = \frac{\partial TP}{\partial K}.$$

Очевидно, что при движении вдоль луча K^*K^* увеличение количества переменного ресурса рано или поздно приведет к сокращению MP и AP этого ресурса.

Если бы этого не происходило, то увеличением количества удобрений можно было бы достичь такой урожайности, что весь мировой урожай мог бы собираться на 1 м^2 земельного участка.

Уменьшение предельного продукта переменного ресурса получило название **закона убывающей производительности** (закона изменяющихся пропорций). Впервые этот закон был сформулирован во второй половине XVIII в. французским экономистом **Тюрго** в связи с исследованием сельскохозяйственного производства.

"Семена, брошенные в плодородную землю, но без всякой ее обработки, — пишет он, — почти наверняка пропадут впустую. Если прилагать труд, то урожай будет возрастать: сначала в большей пропорции, чем рост труда, затем в меньшей — вплоть до того момента, когда земля полностью истощится. Искусство земледельца уже ничего не сможет добавить к этой картине, возрастание затрат не даст теперь никакой прибавки продукции".

Д. Рикардо использовал закон убывающей производительности для объяснения установления цен на зерно в Великобритании в период после 1814 г.: в процессе развития земледелия удельная производительность сельского хозяйства падала, а издержки производства росли, что приводило к увеличению цен.

Дж. Ст. Милл считал, что этот закон действует лишь в сельском хозяйстве, в то время как в промышленности, по его мнению, производительность в нормальных условиях возрастает в большей пропорции по сравнению с затратами.

Современная экономическая наука считает, что закон убывающей производительности носит всеобщий характер и относится к любой человеческой деятельности, которая использует два или более факторов производства, и количество одного из них непрерывно увеличивается, а другого (других) остается неизменным. "Это банальная истина, не требующая дискуссии, — пишет В. Репке. — Хозяйка сталкивается с ней ежедневно... когда кладет соль в картошку"[1].

Действие этого закона изображено на рис. 7-9.

На рис. 7-9, *а* показана линия роста фирмы *OA*, вдоль которой *MRTS* ресурса постоянна. Точка *b* на изоклинали *A* лежит на изокванте, показывающей удвоение выпуска ($2Q$). Однако если постоянный ресурс дан в объеме K^*, а количество переменного ресурса L увеличивается вдвое, то мы достигнем лишь точки *c*, лежащей на более низкой изокванте. Для достижения выпуска $2Q$ нам придется увеличить L до L^*, т. е. более чем в 2 раза.

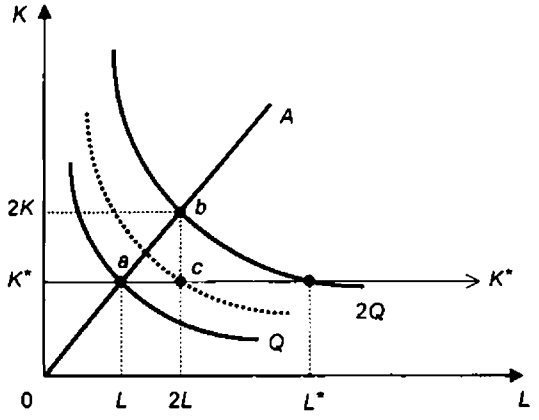
График на рис. 7-9, *б* подтверждает закон убывающей производительности переменного фактора.

При убывающей отдаче от масштаба удвоение L дает еще меньший относительный прирост выпуска, чем при постоянной отдаче.

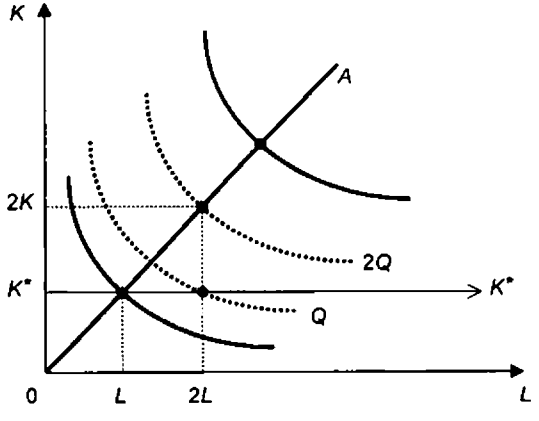
---

[1] *Барр Р.* Политическая экономия. Т. 1. С. 428.

а)



б)



в)

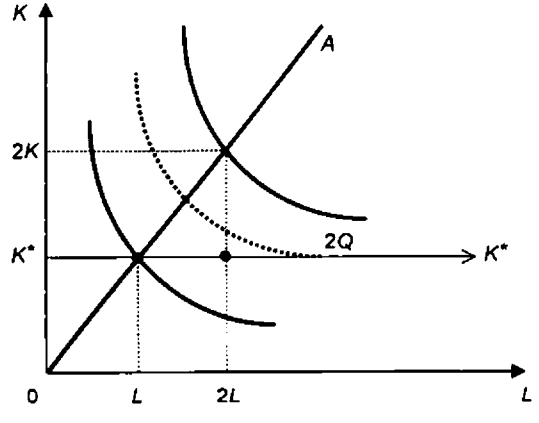


Рис. 7-9. Рост производства при различных уровнях отдачи от масштаба:

а) при **постоянной отдаче**; *б*) при **убывающей отдаче**; *в*) при **возрастающей отдаче**

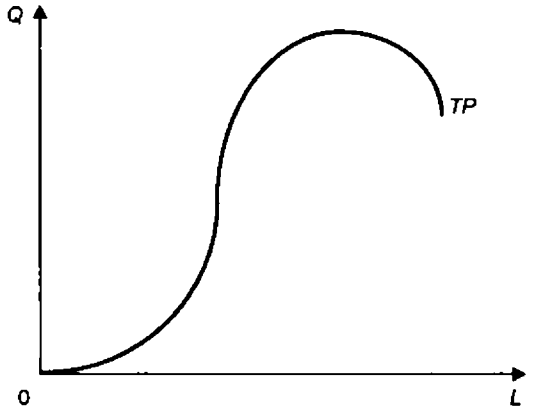


Рис. 7-10. Кривая совокупного продукта и предельная производительность труда

На рис. 7-9, *в* показано, что при возрастающей отдаче от масштаба производительность переменного фактора также падает.

При изменении количества труда, применяемого с фиксированным объемом капитала, кривая **совокупного продукта** — *TP (total product)* в краткосрочном периоде будет иметь вид (рис. 7-10).

График иллюстрирует ситуацию, когда первые порции труда, присоединенные к данному объему капитала, как правило, обеспечивают рост выпуска темпами, опережающими рост количества вовлекаемого в производство труда. Это продолжается до достижения технологически оптимального соотношения труда и капитала (оптимальной капиталовооруженности труда). При дальнейшем увеличении количества применяемого труда рост выпуска начинает отставать от роста количества применяемого труда (график *TP* загибается к оси абсцисс), а после достижения определенного уровня занятости общий выпуск сокращается.

По данной кривой совокупного продукта можно построить кривые *среднего* и *предельного продукта* переменного фактора (рис. 7-11).

Графически **величина предельного продукта (*MP*)** — *это тангенс угла наклона* касательной к кривой совокупного продукта в точке, соответствующей его определенному объему.

Величина среднего продукта — *тангенс угла наклона луча*, идущего из начала координат и являющегося касательной к кривой совокупного продукта. График показывает, что:

а) рациональный предприниматель не будет увеличивать объем применения переменного ресурса сверх уровня L_4, поскольку это приведет к снижению *TP* (правее точки a'_4 *MP* меньше *TP*);

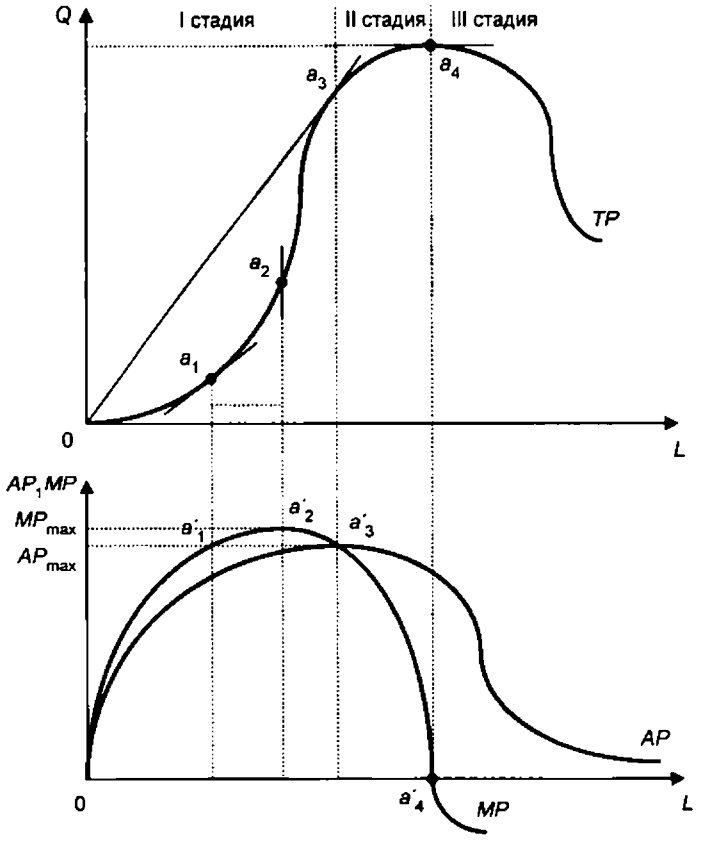


Рис. 7-11. Кривые среднего и предельного продукта

б) **на I стадии** роста совокупного продукта $MP_L > AP_L$. Максимум MP достигается при объеме применяемого труда = L_2, а максимум AP_L — при L_3 (когда $MP_L = AP_L$);

в) **на II стадии** роста $MP_L < AP_L$;

г) **на III стадии** $MP_L < 0$ и, хотя $AP_L > 0$, TP снижается.

ВЫВОД для организатора производства: рациональный предприниматель не задержится на I стадии, где $MP_L > AP_L$, так как привлечение каждой дополнительной единицы L увеличивает TP. Он будет стремиться перейти на II стадию, где еще происходит рост TP.

Таким образом, количество переменного ресурса L, используемого **рациональным предпринимателем**, находится в интервале $L_3 \ldots L_4$, а объем выпуска — в интервале $TP_3 \ldots TP_{max}$.

Теперь определим, при каких условиях можно достичь наименьших издержек.

Равновесие производителя обеспечивается тогда, когда он достигает *максимума объема производства при имеющихся ресурсах* (по аналогии с равновесием потребителя: оно имеет место тогда, когда потребитель максимизирует свое благосостояние).

Предположим, что производитель использует два фактора производства 1 и 2. Их предельная производительность составляет соответственно:

$$MRP_1 = 120 \text{ ед. продукции};$$

$$MRP_2 = 140 \text{ ед. продукции},$$

а цены соответственно:

$$P_1 = 10 \text{ долл.};$$

$$P_2 = 20 \text{ долл.}$$

Средневзвешенные предельные производительности равны:

$$\frac{MRP_1}{P_1} = 12; \qquad \frac{MRP_2}{P_2} = 7.$$

Из этого следует, что использование 1-го фактора более эффективно, чем 2-го. Предпринимателю целесообразно отказаться от одной единицы 2-го фактора, в результате чего он сэкономит 20 долл. и сможет купить две единицы 1-го фактора, что повысит его прибыль.

Выигрыш	—	240 ед. продукции (120 × 2)
Потери	—	140 ед. продукции
Чистый выигрыш	—	100 ед. продукции

Таким образом, перераспределять ресурсы предприниматель будет до тех пор, пока взвешенные предельные производительности не уравняются:

$$\frac{MRP_1}{P_1} = \frac{MRP_2}{P_2} = \cdots = \frac{MRP_n}{P_n}.$$

Правило наименьших издержек — это условие, согласно которому издержки минимизируются в том случае, когда последний рубль (доллар, фунт), затраченный на каждый ресурс, дает одинаковую отдачу — *одинаковый предельный продукт*. Правило наименьших издержек обеспечивает равновесие производителя.

Когда отдача всех факторов одинакова, перераспределение не нужно, так как уже нет ресурсов, которые приносят *больший доход* по сравнению с другими. Как видим, правило наименьших издержек аналогично правилу максимизации полезности для потребителя.

Теперь сформулируем **правило максимизации прибыли**. Какое количество того или иного ресурса нужно для производства? Чем определяется степень его использования?

Прежде всего **разницей** между **доходом**, который он приносит, и **издержками**, связанными с его использованием. Рациональный производитель стремится **максимизировать** эту разницу: наем дополнительного работника имеет смысл, если доход, который он приносит, превышает издержки на оплату его труда.

В теории производства **оптимум производителя** определяется аналогично, т. е. *равенством* предельной нормы технического замещения одним ресурсом другого и соотношением их цен.

Пусть цена капитала (K) равна проценту (r), а цена труда (L) — зарплате (W), тогда

$$MRTS_{LK} = \frac{W}{r} = \frac{MP_L}{MP_K}\Bigg|_{TP=const.}$$

или

$$\frac{MP_L}{W} = \frac{MP_K}{r}.$$

Это значит, что оптимум производителя достигается, когда *последняя* денежная единица, затраченная на труд, дает тот же прирост выпуска, что и *последняя* денежная единица, израсходованная на капитал.

Рассмотрим графическую иллюстрацию данного оптимума. Общие затраты на труд и капитал имеют вид

$$C = WL + rK.$$

Это *уравнение бюджетного ограничения* производителя. Из него выведем уравнение **равных затрат** (*изокосты*) (рис. 7-12):

$$K = \frac{c}{r} - \frac{W}{r}L; \qquad L = \frac{c}{W} - \frac{r}{W}K.$$

Фирма будет использовать дополнительную единицу труда, если его предельная производительность (MRP) будет *не меньше* издержек на заработную плату. Это значит, что **цена ресурса** (в данном случае заработная плата) **измеряет предельную производительность этого ресурса**. Если цену ресурса обозначить P, то ресурс будет вовлекаться в производство до тех пор, пока

$$MRP = P.$$

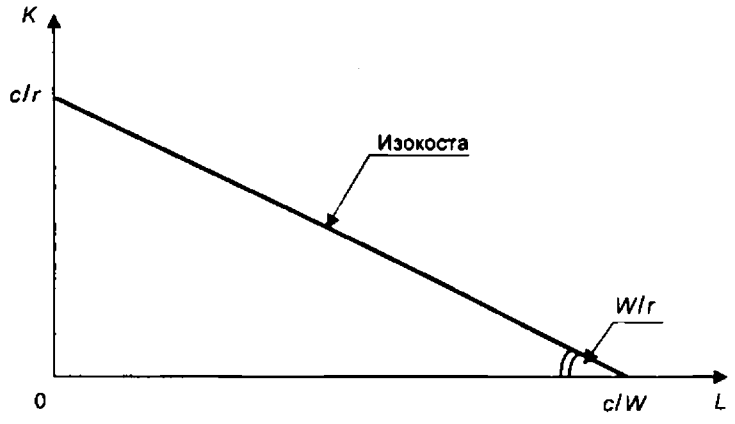


Рис. 7-12. График изокосты

Отсюда следует условие максимизации дохода производителя:

$$\frac{MRP_1}{P_1} = \frac{MRP_2}{P_2} = \cdots = \frac{MRP_n}{P_n} = 1.$$

Смысл данного равенства заключается в том, что каждый ресурс используется до тех пор, пока его предельный продукт в денежном выражении не сравняется с ценой ресурса. Поэтому согласно теории предельной производительности каждому фактору производства соответствует тот доход, который он создает.

7.5. РАВНОВЕСИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Как уже отмечалось, изокванты показывают равные объемы выпуска при разных сочетаниях используемых ресурсов. Для производителя важно знать, как выбрать такое сочетание ресурсов, чтобы достичь максимального объема при минимальных издержках. В этом случае будет достигнут оптимум производителя — по аналогии с оптимумом потребителя, который определяется равенством предельной нормы замещения (MRS_{XY}) соотношению их цен (P_X/P_Y). Цель производителя — достичь максимального выпуска при данных затратах на приобретение ресурсов. На рис. 7-13 показан оптимум производителя.

Точки *A*, *E*, *B* лежат на одной и той же изокосте *CC*, и, следовательно, затраты предприятия на ресурсы в этих точках составят одну и ту же сумму *C*. Но **наиболее предпочтительной** является комбинация *E*, так как ей соответствует более высокий объем выпуска ($Q_2 > Q_1$). С другой стороны,

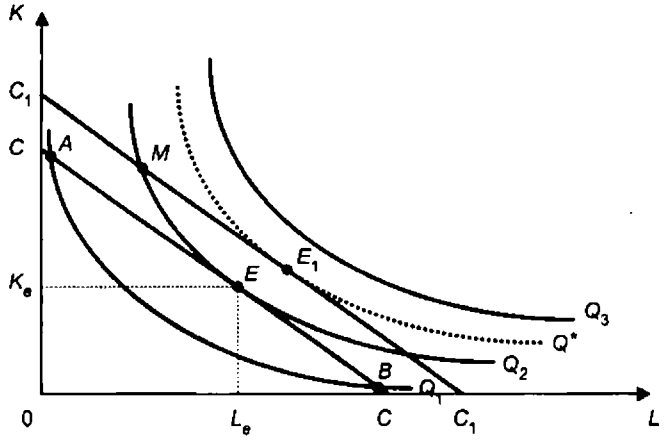


Рис. 7-13. Оптимум производителя

комбинация M столь же **технически эффективна**, как и комбинация E (достигается тот же объем Q_2 при иной комбинации объемов K и L), — они лежат на той же изокванте.

Но при данных ценах ресурсов точка M **экономически неэффективна** (за ту же сумму C_1 можно получить больший объем Q^*).

Если **бюджет производителя возрастает**, он получает возможность выходить на **новые изокванты**. Каждая точка касания показывает такую комбинацию факторов, которая соответствует минимуму затрат на производство данного объема продукции, обозначенного на изокванте. Соединив точки, получим **линию роста фирмы**, которая получила название **изоклиналь** (рис. 7-14).

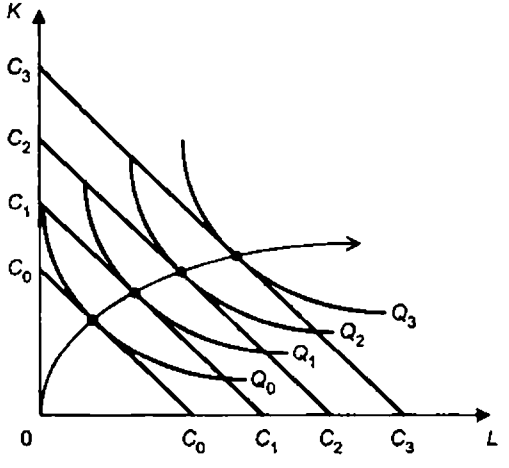


Рис. 7-14. Линия роста фирмы

Основные выводы

1. Процесс производства — это деятельность людей, связанная с использованием полезных свойств производственных факторов *с целью изготовления редких (ограниченных) благ.*

2. Теория производства изучает соотношение между количеством применяемых ресурсов и объемом выпуска.

3. Основным инструментом анализа производства является *производственная функция*, которая описывает количественную зависимость между выпуском продукции и затратами ресурсов. Один и тот же объем выпуска может быть достигнут при различных комбинациях ресурсов (технологиях).

4. Максимально возможный объем производства, достигаемый в результате использования имеющихся ресурсов, считается *технически эффективным.*

5. *Экономическая эффективность* — это производство данного объема продукции с минимальными издержками.

6. Линия на графике, показывающая разные сочетания производственных ресурсов и данный объем выпуска, называется *изоквантой.* Эти сочетания ресурсов (технологии) являются наиболее эффективными, так как любая точка на изокванте соответствует минимальным объемам ресурсов, необходимым для получения заданного объема готовой продукции. Изокванта обычно *выпукла к началу координат* вследствие предполагающейся взаимозаменяемости ресурсов. Когда ресурсы являются взаимодополняемыми, изокванта имеет *L-образную форму.* Когда ресурсы представляют собой совершенные субституты, кривая принимает *форму прямой линии.*

   Совокупность изоквант, отражающая максимально достижимый выпуск продукции при любом заданном наборе факторов производства, называется *картой изоквант.*

7. *В долгосрочном периоде*, когда фирма может изменять все факторы производства, действует *принцип экономии от масштаба.* Если вместе с ростом затрат факторов производства происходит пропорциональное увеличение выпуска продукции, наблюдается *постоянная отдача от масштаба.* Если выпуск увеличивается в меньшей степени, чем объемы используемых ресурсов, имеет место *убывающая отдача от масштаба.* Наконец, при обратной пропорции наблюдается *возрастающая отдача.*

8. *В краткосрочном периоде*, когда один фактор производства переменный, а другой — постоянный, расширение производства подчиняется *закону убывающей производительности (отдачи) переменного фактора.* В современной экономической науке общепризнано, что закон убывающей производительности носит всеобщий характер и относится к любой человеческой деятельности, основанной на использовании двух или более факторов, и количество одного из них непрерывно увеличивается, а другого (других) остается неизменным.

9. Если любое сочетание двух ресурсов можно приобрести за одну и ту же сумму, то математическим выражением зависимости выпуска от затраченных ресурсов служит *уравнение равных затрат (изокоста)*. Оно аналогично бюджетной линии потребителя, но относится к приобретению ресурсов фирмой. Точка касания изокосты и изокванты определяет наименьшую стоимость ресурсов при заданном объеме производства. В этом случае производитель находится в *равновесном состоянии*.

Вопросы для повторения

1. На какие практические вопросы хозяйственной деятельности дает ответы теория производства?
2. Что такое производственная функция? Почему результатов анализа, полученных на основе использования производственной функции, недостаточно для принятия решений о дальнейшей деятельности фирмы?
3. В чем заключается различие между технической и экономической эффективностью?
4. Чем объясняется разнообразие форм кривых равного выпуска продукции (изоквант)? Может ли изокванта быть вогнутой к началу координат?
5. Существует ли различие между правилом максимизации прибыли и правилом наименьших издержек? Если да, то в чем оно состоит?
6. Что такое предельная норма технического замещения ресурса и чем она характеризуется? Проиллюстрируйте свой ответ графически.
7. Что такое экономия от масштаба и почему она существует?
8. Объясните, почему равновесие (оптимум) производителя достигается в точке касания изокванты и изокосты.

Задачи, упражнения, тесты

1. Технологическая норма замещения труда капиталом равна (–4). Если вы хотите произвести то же самое количество товара, но сократить использование капитала на 3 единицы, то сколько дополнительных единиц труда вам потребуется?

2. Подсчитайте средний и предельный продукт фирмы, если известно следующее:

Количество машин	Совокупный продукт
1	60
2	140
3	200
4	240
5	260

Когда вступает в действие в данном случае убывающая экономия от масштаба?

3. Допустим, на крупном металлургическом комбинате производительность труда за один год выросла на 15%, а во второй год объем выпуска снизился на 10% при уменьшении численности работающих на 3%. Как изменилась производительность труда за два года?

4. После реконструкции завода выпуск металлорежущих станков увеличился с 15 тыс. до 20 тыс. шт. в год. Одновременно сократилось на треть число занятых, но цены на станки снизились на 20%. Как изменилась производительность труда на данном предприятии?

5. Фирма использует 8 единиц труда и 24 единицы капитала для производства 24 единиц товаров. Если предельная производительность труда равна 1,5 и производственная функция имеет постоянную отдачу от масштаба, то какова предельная производительность капитала?

6. Конкурентная фирма использует труд и капитал для производства. Предположим, что заработная плата падает. Следует ли из этого, что снижаются общие издержки фирмы? Что произойдет со средними и предельными издержками?

7. Если фирма увеличивает затраты на ресурсы на 10%, а объем производства возрастает при этом на 15%, то в этом случае:

   а) наблюдается отрицательный эффект масштаба производства;
   б) наблюдается положительный эффект масштаба производства;
   в) действует закон убывающей производительности;
   г) кривая долгосрочных средних издержек (*LATC*) сдвигается вверх;
   д) фирма получает максимальную прибыль.

Рекомендуемая литература

Барр Р. Политическая экономия: В 2 т. Т. 1. М., 1994. С. 424–448.

Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. Н. Микроэкономика. Гл. 7. М., 1994.

Гребенников П. И., Леусский А. И., Тарасевич Л. С. Микроэкономика. Гл. 1. М., 1996.

Макконнелл К., Брю С. Экономикс. Т. 2. Гл. 24, 29. М., 1993.

Нуреев Р. М. Основы экономической теории. Микроэкономика. Гл. 5. М., 1996.

Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. Гл. 6. М., 1992.

Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: В 2 т. Т. 1. Гл. 6–7. М., 1993.

Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. Гл. 8. М., 1993.

Морган Дж. М. Руководство по изучению учебника С. Фишера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензи "Экономика". Гл. 8. М., 1997.

Сборник задач по экономике / Отв. ред. Ю. Е. Власьевич. Тема 5. М., 1996.

ГЛАВА 8

ФИРМА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ, ЦЕЛИ, ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ

Ключевые понятия

Акционерная коммандита
Акционерное общество
закрытого типа
открытого типа
Акция
Государственное предприятие
Дивиденд
Иерархия
Издержки бюрократического контроля
Индивидуальное предприятие
Квазифирма
Коммандитисты
Командно-административная система
Комплементарии
Концентрация производства
Кооператив
Ограниченная ответственность
Оптимальный размер фирмы
Партнерство
Полное товарищество
Правовая форма
Природа фирмы
Производительная сила
Прямая хозяйственная связь
Смешанная экономика
Смешанное (коммандитное) товарищество
Собственность работников
Совместное предприятие
Спонтанный порядок
Товарищество с ограниченной ответственностью
Трансакционные издержки
Убывающая доходность управления

Корпорация
Косвенная хозяйственная связь
Научно-технический прогресс
Неограниченная ответственность
Фабрика
Экономический институт
Экономическая мотивация
Частнопредпринимательская фирма

В современной экономике насчитывается примерно 40 млн. фирм, 99% которых относятся к сфере малого и среднего бизнеса. Почти половина из них функционирует в Соединенных Штатах Америки. В России с началом рыночных реформ также быстро растет количество разнообразных фирм — в торговле, промышленности, сфере услуг, финансовом секторе, в других отраслях экономики. Если в плановом хозяйстве бывшего Советского Союза было в общей сложности около 40 тыс. предприятий, то в российской экономике сегодня уже действует несколько миллионов фирм.

Возникает закономерный вопрос: зачем в рыночной экономике нужны фирмы, почему она не может обойтись без них? Иначе говоря, как соотносятся между собой рынок и фирма? Для ответа на этот вопрос нам необходимо выяснить, почему возникают фирмы и какие функции они выполняют в экономике.

8.1. ПОНЯТИЕ И ЦЕЛЕВАЯ ФУНКЦИЯ ФИРМЫ

Появление и широкое распространение фирм относятся к периоду первоначального накопления капитала. Именно тогда стали возникать многие индивидуальные и ассоциированные предприятия, ставшие впоследствии опорой фабричного производства и организационной формой предпринимательской деятельности. Функции фирм на последующих этапах экономического развития и научно-технического прогресса постоянно расширялись, а их роль в экономике все более возрастала.

Фирма как хозяйственная структура и как экономическая категория за длительный период развития рыночных отношений существенно эволюционировала. Первоначально понятие "фирма" (от итал. *firma* — подпись) означало "торговое имя" коммерсанта. Ныне этот термин обозначает институт, преобразующий ресурсы в продукцию. В учебной литературе фирма рассматривается как определенная **организация**, экономический и правовой субъект, занимающийся производственной деятельностью (производством экономических благ) и обладающий хозяйственной самостоятельностью в решении вопросов, **что, как и для кого** производить, **где,**

кому и по какой цене продавать. Более сложное определение фирмы учитывает ее координирующую роль как механизма распределения ресурсов.

Таким образом, **функция фирмы** состоит в объединении ресурсов для выпуска необходимых потребителям товаров и услуг. Конечной целью деятельности фирмы является максимальное увеличение благосостояния ее владельцев.

8.2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ФИРМЫ

Потребитель и фирма являются основными агентами рыночных отношений, представляют два полюса этих отношений. С другой стороны, сама фирма является продуктом рыночных отношений. Как указывается в научной литературе, фирма возникает из рыночного обмена, подобно тому как "появляются сгустки масла в бадье с пахтой"[1].

В чем же проявляется связь между фирмой и рынком? Чтобы получить более ясное представление об этом, вначале выделим основные, наиболее существенные признаки таких институтов координации хозяйственных действий людей.

Рынок	Фирма
• Предполагает **обособление** средств производства (принадлежность факторов производства тем или иным собственникам)	• Основывается на **концентрации** (объединении) факторов производства
• Господство **косвенных** (опосредованных) форм связей между людьми — через цены, деньги	• Господство **прямых** (непосредственных) форм связей между сотрудниками
• Использование **экономических** (материальных) стимулов; исключаются прямой диктат, приказ	• Предполагает **единоначалие**, основывается на административных методах управления

Отмеченные признаки показывают, что рынок — это сфера *бессознательной*, спонтанной координации действий его участников. Фирмы же — это участки *сознательной* координации (кооперации) между людьми. В

[1] *Коуз Р.* Фирма, рынок и право. М., 1993. С. 35.

противоположность рынку они представляют собой плановую, или иерархическую, систему, где все ключевые вопросы решаются собственниками. Таким образом, фирмы и рынок являются **альтернативными** способами организации экономической деятельности людей.

Почему же существуют эти участки сознательной организации в сфере спонтанного порядка, каким является рынок? Этот вопрос не такой наивный и элементарный, как может показаться на первый взгляд. Если мы исходим из того, что рыночный механизм достаточно совершенен, что только он эффективно распределяет ресурсы и обеспечивает согласование цен и количеств экономических благ, то непонятно, зачем нужны фирмы, эти административные иерархические структуры, почему они возникают? Почему нет "сплошного" рынка, где каждый человек представлял бы собой полностью самостоятельную мини-фирму, как это было, например, в домануфактурный период, в эпоху ремесленного производства?

Этот вопрос можно сформулировать противоположным образом: если основу современной экономики составляют фирмы, то почему все общество с течением времени не превращается в одну огромную фирму, которая вытеснила бы спонтанный рыночный порядок?

В научной литературе существуют разные объяснения причин возникновения фирмы.

Например, А. Смит, а в последствии и К. Маркс считали, что фирмы (мануфактуры, фабрики) возникли в результате кооперации работающих на основе разделения труда. Такая кооперация стала качественно новой производительной силой, поскольку позволила многократно снизить производственные издержки и значительно увеличить производительность труда каждого работника. А. Смит в своей книге "Богатство народов" приводит пример английской булавочной мануфактуры, организация которой обеспечила рост выработки в расчете на одного занятого в 100 раз. К. Маркс, идеализировавший фабрику и весь фабричный порядок с его "законом строго определенных пропорций", пришел все-таки к выводу о необходимости расширения кооперации до масштабов всего общества. Это позволило бы, как он считал, устранить "рыночную анархию", ввести планомерность в рамках национальной экономики и в результате обеспечить победу коммунистического способа производства над капиталистическим в производительности труда. На этот счет известны также высказывания В. И. Ленина о том, что социализм — это "единая фабрика", "единый синдикат", "единая контора". Увы, предсказания классиков марксизма относительно судьбы рынка пока не осуществились на практике. Сколько-нибудь эффективная "фирма-общество" невозможна прежде всего по экономическим причинам.

Американский экономист Ф. Найт считает, что фирмы появились в результате стремления рыночных агентов к минимизации рисков и неопределенности. Чем сильнее неопределенность, тем больше преимущества фирмы по сравнению с рынком.

Наиболее глубокое объяснение причин возникновения фирмы, получившее широкое признание в научном мире, дал другой американский экономист, Р. Коуз. С выходом в 1937 г. его знаменитой статьи "Природа фирмы" началось развитие нового и, как сейчас признано всеми, весьма важного раздела экономической теории — институциональной экономики.

Если говорить кратко, то суть открытия Р. Коуза состоит в следующем: фирма как экономический институт возникает в связи с дороговизной рыночной координации. В условиях частной собственности фирма сокращает издержки рыночного обмена, которые в противном случае несли бы индивидуальные, не объединенные в такого рода организации производители. Рассмотрим подробнее, как Коуз пришел к такому заключению.

В предыдущих главах мы уже выяснили, что механизм рыночной координации обладает целым рядом неоспоримых достоинств с точки зрения как отдельного потребителя, так и общества в целом. Вместе с тем общество не может пользоваться рыночным механизмом бесплатно. Это требует подчас весьма внушительных затрат. Такие затраты обусловлены непосредственно не технологией производства (издержками на материалы, оборудование, оплату труда рабочих и т. д.), а самим процессом взаимодействия рыночных агентов в ходе совершения ими различных сделок. Р. Коуз назвал их **трансакционными затратами** (от лат. *transactio* — сделка).

Люди, конечно, давно знали о них, учитывали их на практике, но не подозревали, что они имеют важнейшее значение в возникновении фирм, банков, бирж и других институтов экономической жизни. Подобно трению в физике, которое порождает механическое сопротивление, возникающее в плоскости касания двух тел при их относительном перемещении, трансакционные издержки затрудняют функционирование рыночного механизма. Фирмы и другие экономические институты как раз и призваны минимизировать эти издержки. Не будь трансакционных затрат, фирм вообще бы не существовало.

Р. Коуз выделил четыре категории трансакционных затрат.

1. Затраты на сбор и обработку информации (о потенциальных поставщиках и покупателях, ценах, характеристиках товаров и услуг).
2. Затраты на проведение переговоров и принятие решений (заключение контрактов).
3. Затраты по контролю за соблюдением условий договора.
4. Затраты по юридическому обеспечению контракта.

Если бы можно было представить себе экономику в виде "сплошного" рынка, состоящего из одних только физических лиц, бремя трансакционных затрат было бы столь велико, что многие товаропроизводители отказались бы от участия в рыночном обмене. Вместо **рыночного** обмена они

нашли бы другие, **альтернативные** способы координации своих действий. Фирмы и становятся такими альтернативными организациями, которые вытесняют цéновый (рыночный) механизм и заменяют его системой административного контроля. Этот процесс состоит в том, что многие операции осуществляются **внутри** фирмы, без посредничества рынка, что обходится дешевле. В пределах фирмы сокращаются затраты на поиск экономической информации, исчезает необходимость непрерывного продления контрактов, экономические отношения приобретают устойчивость. Вот почему при незначительных, а тем более нулевых трансакционных издержках (если бы это было возможно) фирмы попросту были бы не нужны.

Но тогда уместно задать другой вопрос: если фирмы позволяют устранить определенные затраты и фактически сократить издержки производства, то зачем вообще нужен рынок? Почему все производство не осуществляется одной гигантской фирмой? Правда, попытки создания такой "фирмы", строившей свою деятельность на системе централизованного планирования в народнохозяйственном масштабе, предпринимались в бывших социалистических странах. Ее не случайно называли командно-административной системой. И создавалась она в расчете на то, что полное вытеснение рыночных отношений и формирование "непосредственно общественного", планомерно организованного производства позволят обеспечить гигантскую экономию на трансакционных затратах. Однако этот расчет не оправдался. Этому есть несколько объяснений.

Прежде всего отметим, что деятельность любой иерархической организации так же связана с определенными издержками, как и рынок. Их можно назвать **издержками бюрократического контроля**. Дело в том, что с увеличением размеров фирмы может начаться относительное сокращение дохода от предпринимательской функции, так как издержки бюрократического контроля по организации дополнительных операций внутри фирмы возрастают. При превышении определенного размера "иерархия" начинает терять управляемость, так как в действие вступает принцип убывающей доходности управления. Затраты на поиск и обработку информации стремительно идут вверх. Обеспечение заинтересованности работников в достижении целей фирмы с помощью системы стимулов, контроля и надзора обходится все дороже. Поэтому организация экономики всей страны по типу "одной гигантской фабрики" и "одной конторы", к чему призывали К. Маркс и В. И. Ленин, ведет не к сокращению, а к возрастанию трансакционных затрат в специфической форме затрат бюрократического контроля.

Отсюда следует, что ни у рынка нет абсолютных преимуществ перед "иерархией", ни у "иерархии" — перед рынком. И то и другое имеет свои плюсы и минусы. Поэтому, когда фирма решает, как организовать ту или иную сделку — обратиться к внешнему поставщику или изыскать внутренний источник, она должна взвесить издержки и выгоды обоих вариантов.

В этом состоит ключ к решению вопроса об оптимальных размерах фирмы. Р. Коуз показал, что они определяются точкой, в которой предельные затраты (т. е. затраты на организацию одной дополнительной операции) внутри фирмы становятся равными предельным затратам использования механизма рынка. До этой границы выгодна "иерархия", после — рынок (разумеется, с учетом конкретных технологических, отраслевых и других условий оптимальный размер фирмы будет различным).

Вместе с тем "чистый рынок" и "чистая иерархия" — это два полюса, две крайности, не исчерпывающие всего многообразия форм организации хозяйственной жизни. Существует много промежуточных, гибридных структур (своего рода квазифирм).

Различные виды операций можно классифицировать следующим образом: безличные акты купли-продажи, совершающиеся "здесь и сейчас" и не требующие специального юридического оформления; разовые, краткосрочные контракты; регулярно повторяющиеся или долговременные контракты; квазифирмы (или контракты с вертикальными ограничениями); полноценные фирмы[1].

Итак, мы можем обобщить наши рассуждения и ответить на поставленный выше вопрос о том, зачем в экономике нужна фирма. Фирма необходима, когда благодаря ей достигается более высокая эффективность (производственные и трансакционные затраты минимизируются), чем у нескольких мелких организационных единиц, из которых она состоит. И наоборот, экономическая эффективность требует ограничения размеров организации, когда одна крупная фирма не в состоянии получить результаты, которых добиваются две, три или больше фирм[2].

8.3. ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ (ФИРМ)

В любой экономической системе не только функционирует огромное **количество** фирм, о чем говорилось выше, но и существуют разнообразные их **типы.** Это связано прежде всего с разнообразием способов экономии (минимизации) трансакционных издержек. Фирма как производственная единица и инструмент предпринимательской деятельности всегда имеет ту или иную организационно-правовую форму. С правовой точки зрения под фирмой (предприятием) подразумевается самостоятельный хо-

---

[1] См.: Экономическая школа. 1993. Вып. 3. С. 107–118.

[2] См.: *Махлуп Ф.* Теории фирмы: маржиналистские, бихевиористские и управленческие // Теория фирмы / Под ред. В. М. Гальперина. СПб., 1995.

зяйственный субъект с правами юридического лица, который соединяет под своим управлением факторы производства — капитал, землю и труд — с целью производства товаров и услуг.

ПРАВОВАЯ ФОРМА — это комплекс правовых норм, определяющих отношения участников предприятия со всем окружающим миром. В мировой практике используются различные организационно-правовые формы предприятий, которые определяются национальным законодательством отдельных стран. Законы придают этим предприятиям статус юридического лица, которое обладает собственным имуществом и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, имеет самостоятельный баланс, выступает в гражданском обороте, в суде, арбитражном суде и третейском суде от своего имени.

По действующему законодательству в настоящее время в России существуют следующие организационно-правовые формы предприятий:

Государственное предприятие

Муниципальное предприятие

Индивидуальное (семейное) частное предприятие

Полное товарищество

Смешанное товарищество

Товарищество с ограниченной ответственностью

Акционерное общество (открытого и закрытого типов)

Объединение предприятий

Предприятия, созданные на основе аренды и выкупа имущества трудовым коллективом

Такие понятия, как МП (малое предприятие), СП (совместное предприятие), кооператив, ныне считаются устаревшими. Они отражали не юридический статус предприятия, а некоторые его экономические особенности. Так, МП — это характеристика предприятия по численности работающих. Например, по российскому законодательству в сфере услуг и торговли таковым является предприятие с численностью работающих от 15 до 25 человек, в области науки — до 100 человек, в промышленности и строительстве — до 200. Для чего была выделена такая категория, как МП? Во всем мире, в том числе и у нас, существуют программы поддержки малого бизнеса. Для МП установлены льготы: в первый год своего существования оно платит четверть полной ставки налога, второй год — половину. А МП в области инноваций, строительства, в ряде других сфер деятельности в первые два года со времени основания нередко вообще не облагались налогом.

Понятие СП также является сугубо экономическим, показывающим, кто его создал. В нашей стране эта форма использовалась в связи с тем, что первоначально не было полной ясности относительно юридического статуса СП. Мировой опыт говорит о том, что около 90% СП — это общества с ограниченной ответственностью. Сейчас в России и других странах СНГ СП также включаются главным образом в эту категорию. Закон разрешает также создание СП в форме других обществ.

Остановимся на характеристике основных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности, наиболее распространенных в современном мировом хозяйстве. К ним относятся:

1. единоличная (частнопредпринимательская) фирма;
2. партнерство (товарищество);
3. корпорация (акционерное общество).

1. **ЧАСТНОПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ФИРМА** — это старейшая форма организации бизнеса. Как следует из названия, такая фирма находится в собственности предпринимателя, который покупает на рынке необходимые ему факторы производства. Иначе говоря, частнопредпринимательская фирма принадлежит одному лицу, которое владеет всеми ее активами и несет **персональную** ответственность по всем ее обязательствам (является субъектом **неограниченной** ответственности).

Собственник классической частнопредпринимательской фирмы является *центральной фигурой*, с которой владельцы всех остальных факторов производства (ресурсов) заключают контракты. Он владеет обычно наиболее важным (интерспецифическим) ресурсом. Таким ресурсом может быть как физический, так и человеческий капитал (особые интеллектуальные, предпринимательские и другие способности).

Целью частнопредпринимательской фирмы является максимизация прибыли собственника — дохода, оставшегося после осуществления всех платежей владельцам факторов. Частнопредпринимательскую фирму следует отличать от *капиталистической фирмы*, принадлежащей владельцам капитала и ставящей целью максимизацию отдачи на вложенный капитал. Кроме того, функции предпринимателя на такой фирме обычно выполняет наемный управляющий — *менеджер*.

Частнопредпринимательские фирмы имеют ряд важных преимуществ, благодаря которым они получили широкое распространение в мире бизнеса, но в то же время им присущи существенные недостатки.

К числу очевидных **преимуществ** следует отнести:

1) **простоту организации**. Благодаря своей простоте коммерческое предприятие, основанное на единоличной собственности, создается без особых затруднений;

2) **свободу действий** владельца фирмы. У него нет необходимости согласовывать принимаемые решения с кем бы то ни было (он самостоятелен в ведении всех своих дел);
3) **сильную экономическую мотивацию** (получение всей прибыли, точнее, оставшегося дохода одним лицом — владельцем фирмы).

Недостатки единоличной фирмы:

1) **ограниченность финансовых и материальных ресурсов**. Это обусловлено не только нехваткой собственного капитала, но и трудностями привлечения кредитных ресурсов. Кредиторы весьма неохотно идут на предоставление ссуд единоличным собственникам, полагая, что это не столь прибыльно. Поэтому основным источником финансирования частнопредпринимательской деятельности служат сбережения собственника и средства, взятые в долг у родственников, близких друзей и т. п. Со временем капитал можно увеличить, вложив в дело полученную прибыль, однако и в этом случае рост фирмы будет медленным. Поэтому по своим размерам индивидуальные предприятия, как правило, невелики;
2) **отсутствие развитой системы внутренней специализации** производственных и управленческих функций (особенно на малых и средних предприятиях);
3) **определенные налоговые проблемы**. Они возникают в связи с тем, что дополнительные выплаты, осуществляемые частнопредпринимательской фирмой, например на медицинское страхование и страхование жизни, не считаются налоговыми органами ряда стран ее расходами и поэтому не подлежат исключению из прибыли при расчете налогооблагаемой базы. (Корпорации, напротив, пользуются налоговыми льготами в отношении подобных выплат.) Единоличный собственник должен оплачивать подобные расходы из прибыли, остающейся в его распоряжении после уплаты налогов;
4) **трудности при передаче прав собственности**. Никакое имущество единоличного предприятия в отличие от имущества корпораций не может быть передано членам семьи при жизни владельца. Это ограничивает маневренность единоличной формы организации бизнеса, создает дополнительные проблемы в накоплении капитала;
5) **неограниченная ответственность** собственника по всем обязательствам, взятым на себя его предприятием. Если к фирме предъявлены иски, в том числе в судебном порядке, ее собственник несет полную персональную ответственность перед судом. Это означает, что для удовлетворения претензий может быть конфисковано не только имущество фирмы, но и личная собственность. Аналогичный исход бывает и в случае банкротства по другим причинам. Все это ставит единоличного собственника в рискованное положение.

В силу перечисленных причин индивидуальные предприятия недолговечны, большинство из них составляют только что возникшие фирмы, а также такие специфические заведения, как лавочки и фермы, которые остаются эффективными благодаря малым масштабам производства. По имеющимся данным, в среднем из 10 возникших фирм в течение 5 лет прекращают свою деятельность 7.

Неограниченная ответственность — главный недостаток единоличной собственности. Поэтому владельцы частных фирм еще в XVII — XVIII вв. "пошли на хитрость" — они ввели так называемую **ограниченную ответственность** *(Ltd — limited)*. Фирма становится организацией, включающей то или иное количество людей. Что означает ограниченная ответственность? Это значит, что если фирма кому-то задолжала и не может платить по долгам, то в этом случае можно подать в суд только на фирму, но не на ее участников. Чем в этом случае придется расплачиваться? Только тем, чем владеет фирма. Конкретные формы таких предприятий (товариществ с ограниченной ответственностью) рассматриваются ниже.

2. **ПАРТНЕРСТВО (товарищество).** Эта фирма подобна единоличной собственности во всех отношениях, за исключением того, что в ней существует более чем один собственник. В **полном товариществе** все партнеры несут неограниченную ответственность. Они совместно отвечают по обязательствам товарищества. Лица, вступившие в уже существующее товарищество, несут ответственность наряду со старыми членами за все долги, в том числе и возникшие прежде, до их вступления в данное товарищество.

В большинстве случаев полные товарищества образуются юридическими лицами (крупными предприятиями). Договор об их совместной деятельности в какой-либо области уже можно рассматривать в качестве образования такого товарищества. В подобных случаях не требуются ни устав, ни даже регистрация товарищества.

Преодолевая в известном смысле финансовую и материальную ограниченность единоличной собственности, партнерства создают некоторые новые неудобства и трудности. Прежде всего это относится к подбору партнеров. Поскольку один из партнеров может связать товарищество определенными обязательствами, следует осторожно подбирать партнеров. В большинстве случаев существует формальное соглашение, или соглашение о товариществе; оно определяет полномочия каждого партнера, распределение прибыли, общую сумму капитала, вкладываемого партнерами, процедуру привлечения новых партнеров и порядок перерегистрации товарищества в случае смерти кого-либо из партнеров или его выхода из товарищества. Юридически товарищество прекращает существование, если один из партнеров умирает или выходит из него. В таких случаях урегулировать все вопросы и восстановить товарищество довольно трудно.

По упомянутым причинам многие считают товарищество малопривлекательной формой организации бизнеса.

В товариществах затруднен также процесс принятия решений, поскольку наиболее важные из них должны приниматься большинством голосов. Для упрощения процедуры принятия решений товарищества устанавливают определенную иерархию, разделяя партнеров на две или более категорий по степени важности решения, которое может принять каждый партнер. Она также определяет случаи, в которых он должен передать право принятия решения фирме.

Модифицированной формой полного товарищества является **смешанное (коммандитное) товарищество**. Основная его особенность заключается в том, что наряду с одним или несколькими участниками, отвечающими перед кредиторами товарищества всем своим имуществом, имеется один или несколько участников, ответственность которых ограничивается их вкладом в капитал общества. Те участники, которые отвечают за риск всем своим имуществом, являются внутренними членами общества и именуются **полными товарищами**, или **комплементариями**. Остальные, кто рискует лишь в пределах своего вклада, являются внешними участниками (вкладчиками) и называются **коммандитистами.**

Делами в коммандитном товариществе ведают, как правило, комплементарии. Они руководят обществом и представляют его. Партнеры-вкладчики не участвуют в коммерческих операциях. Они являются, строго говоря, инвесторами товарищества. В плане внутренних взаимосвязей функции руководства фирмой обычно осуществляются с согласия коммандитистов.

Многим читателям хорошо известны из истории, научной и художественной литературы названия "Джонсон, Джонсон и К°", "Иванов, сыновья и К°" и т. п. Это и есть коммандитные товарищества. В современных условиях форма коммандитного товарищества часто используется для финансирования предприятий, занимающихся операциями с недвижимостью.

Коммандитные товарищества в некоторых случаях могут выпускать акции на сумму вкладов внешних участников. Такие участники называются **акционерными коммандитистами**, а общество — **акционерной коммандитой**.

По соображениям уплаты налогов в качестве единственного комплементария в коммандитное товарищество может быть принято общество с ограниченной ответственностью. Подобное образование называется коммандитным товариществом с ограниченной ответственностью. Его преимущество состоит в том, что с точки зрения налогообложения оно является товариществом, а с точки зрения гражданского права дает возможность перенести неограниченную ответственность на общество с ограниченной ответственностью, которое становится единственным носителем неограниченной ответственности и, как правило, имеет лишь небольшой капитал.

В нашей стране форма смешанного коммандитного товарищества пока не получила широкого распространения, но она может оказаться полезной в некоторых случаях. Например, если частное лицо (лица), имеющее идею, и солидное предприятие, решившее взять эту идею на вооружение, не имеют денег на ее реализацию, создается смешанное товарищество: частное лицо входит в него с ограниченной ответственностью, предприятие — с полной. В данном случае предприятие выступает гарантом по банковскому кредиту, которым под контролем предприятия распоряжается частное лицо.

ОГРАНИЧЕННОЕ ТОВАРИЩЕСТВО (общество с ограниченной ответственностью) — это такое объединение, которое формируется на основе **заранее определенных вкладов пайщиков**. Его члены (физические и юридические лица) не несут ответственности за выполнение обязательств общества, а рискуют лишь в пределах своих вкладов. В этом и состоит смысл понятия "ограниченная ответственность". В названиях зарубежных фирм, а теперь и некоторых наших можно нередко видеть слово *"limited"* (сокращенно *Ltd*), которое и означает "ограниченная ответственность".

В обществах с ограниченной ответственностью в большинстве случаев существуют тесные взаимосвязи между компаньонами. По этой причине они очень подходят для организации семейных предприятий. Если все имущество общества концентрируется в одних руках, то оно становится "обществом одного человека".

Для учреждения общества с ограниченной ответственностью необходимо заключить учредительный договор, в котором определяются наименование фирмы, местонахождение и направление деятельности предприятия, а также указываются размеры уставного капитала и долевое участие в нем членов общества. Минимальный размер уставного капитала в разных странах различен: в Австрии он составляет 500 тыс. шиллингов, в ФРГ — 50 тыс. марок, в Венгрии — 1 млн. форинтов, в России — 10 тыс. рублей (в союзном законодательстве эта сумма определялась в 50 тыс. рублей). Кроме денежных средств возможно также учреждение общества со вкладами в форме материальных ценностей (автомобилей, земельных участков, лицензий).

Права членов общества реализуются на собраниях членов общества, которые проводятся не реже одного-двух раз в год. Собрание имеет право принимать наиболее важные решения, в частности утверждать годовой баланс, определять распределение прибыли, составлять смету расходов, избирать и переизбирать директора общества, давать ему инструкции по самым разнообразным вопросам. Контроль за деятельностью общества осуществляет ревизионная комиссия (в западных странах — наблюдательный совет), члены которой назначаются общим собранием.

3. **КОРПОРАЦИЯ (по российскому законодательству — акционерное общество)** представляет собой обезличенное предприятие с правом юридического лица, созданное в разрешительном порядке и обладающее уставным капиталом, разделенным на определенное число равных долей — акций.

Основная отличительная черта этой формы организации бизнеса заключается в том, что акционерное общество действует независимо от его собственников. Ответственность членов общества, которых называют **акционерами**, ограничивается номинальной стоимостью приобретенных ими акций. **Ограниченная ответственность** — важное преимущество по сравнению с единоличной собственностью или партнерством. Акционерное общество может привлекать средства от своего имени, не возлагая на своих членов неограниченную ответственность. Следовательно, в случае возникновения претензий к акционерному обществу закон запрещает конфискацию личного имущества его собственников.

Акционеры имеют право на долю доходов корпорации. Часть прибыли, выплачиваемая владельцу акций, называется *дивидендом*. Та часть, которая не выплачивается в качестве дивидендов, называется *нераспределенной прибылью*.

Дивиденды традиционно рассчитываются в процентах от номинальной стоимости акции, а в последние годы в некоторых странах — в абсолютной сумме на одну акцию (что более разумно). Дивиденды в виде акций ("бонусные" выпуски) не предусматривают денежных выплат. С точки зрения привлечения нового акционерного капитала доходы в виде дивидендов являются главным компонентом стоимости такого капитала.

Другим важным преимуществом корпорации является право акционеров передавать свои акции другим лицам (если это не *именные* акции). Кроме того, корпорация продолжает свою деятельность и в случае смерти отдельных акционеров, и когда кто-либо из акционеров пожелает продать свой пакет акций.

Акционерные общества бывают двух типов — **открытые** и **закрытые**. Акции *открытых обществ* распространяются в свободной продаже на условиях, устанавливаемых законами и иными правовыми актами. Акционерные общества открытого типа создаются для того, чтобы собрать большой капитал. Однако главное заключается в том, что акции такого общества могут котироваться на фондовой бирже. Это подразумевает полную открытость общества и тщательный контроль за его деятельностью. Открытое акционерное общество обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков.

Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается *закрытым*. Такое общество по российскому законодательству не вправе

проводить открытую подписку на выпускаемые им акции. Число участников закрытого акционерного общества не должно превышать числа, установленного законом об акционерных обществах; в противном случае оно подлежит преобразованию в открытое акционерное общество в течение года, а по истечении этого срока — ликвидации в судебном порядке, если число акционеров не уменьшается до установленного законом предела.

В силу этих причин акционерное общество закрытого типа является наиболее подходящей юридической формой для таких предприятий, как средние промышленные и коммерческие организации, для работы которых не требуются большие средства; рисковые (венчурные) фирмы. Последние создаются для отработки какой-либо новой коммерческой идеи группой лиц, которая готова финансировать предприятие до тех пор, пока не станет ясно, что необходимо привлекать дополнительный капитал через рынок ценных бумаг и становиться акционерным обществом открытого типа. В хозяйственной практике акционерные общества закрытого типа гораздо более многочисленны, чем компании открытого типа, хотя средний размер капитала заметно больше у последних.

В настоящее время акционерные общества являются наиболее распространенной формой предпринимательства, образуя своего рода "арматуру" мировой экономики. Отчасти это объясняется тем, что их деятельность хорошо отработана на практике. Первые предшественники таких обществ появились еще в XV—XVI вв., когда были созданы банки св. Георгия в Генуе и св. Амвросия в Милане. В XVII в. возникли крупные торговые компании: голландская Ост-Индская компания (1600 г.), французская "Компани дез Энд оксиданталь" (1628 г.). К этому времени относится и появление столь известного сегодня понятия "акция", впервые встречающегося в уставе голландской Ост-Индской компании, участники которой именовались акционерами.

Наибольшее развитие акционерная форма получила с переходом к капитализму. В дореволюционной России она также была хорошо известна: количество акционерных обществ в 1916 г. исчислялось тысячами[1].

Важной причиной широкого распространения акционерных обществ является возможность концентрировать в их рамках гигантские капиталы, что позволяет решать самые сложные хозяйственные проблемы. Существенным преимуществом акционерных обществ по сравнению с другими видами товариществ является также наличие рынка, где можно свободно купить или продать ценные бумаги. Все это и предопределило широкое распространение акционерных обществ в промышленности, торговле, банковском и страховом деле, в других сферах экономики. Исключение составляет лишь сельское хозяйство, где акционерные общества в силу специфики отрасли не получили широкого развития. Только в США сейчас

---

[1] См.: Менеджер. 1990. № 12. С. 6.

насчитывается свыше 3 млн. корпораций, производящих бóльшую часть валового национального продукта страны.

Одним из недостатков акционерного общества можно считать порядок уплаты налогов, предусматривающий *двойное налогообложение*: налоги с прибыли, которые сокращают величину дохода, причитающегося акционерам, и налоги с дивидендов, получаемых владельцами акций.

К менее важным недостаткам относятся затраты времени на регистрацию акционерного общества и бюрократические процедуры, которые надо пройти в процессе создания общества.

По экономической природе, способу организации и деятельности акционерное общество является формой **коллективного** предпринимательства. Однако разделение уставного капитала на определенное число равных долей (акций), которые могут приобретать разные лица, придает акционерной форме характер частнокорпоративного предпринимательства.

КООПЕРАТИВ — это общество, деятельность которого направлена в принципе не на получение доходов, а на оказание помощи и содействия членам общества. Кооперативные общества возникли очень давно, однако основоположниками современных кооперативов считаются 28 рабочих из города Рочдейл (Англия). В 1844 г., сберегая по несколько пенсов в неделю, они собрали начальный капитал в 28 фунтов, на который сняли магазин и начали небольшую торговлю мукой, овсяной крупой, сахаром, сливочным маслом и свечами. Прибыль от этого предприятия делилась между членами пропорционально количеству их покупок[1].

Такие общества получили название потребительских кооперативных обществ. Наряду с ними существуют производственные кооперативные общества, созданные производителями. В России кооперативы получили распространение прежде всего в производственной деятельности, в сфере услуг и торгово-посреднической области. Для кооперативной формы предпринимательства характерно установление тесной связи членов кооператива с самим кооперативом. Кооператив является юридическим лицом, а поэтому и субъектом права.

В современной деловой практике кооперативы по обороту занимают относительно небольшой удельный вес, хотя они распространены во многих странах. Это объясняется рядом обстоятельств, и прежде всего тем, что на кооперативных предприятиях наблюдается тенденция к "декапитализации" доходов, что снижает эффективность производства, сдерживает инновационный процесс, затрудняет структурные преобразования.

С другой стороны, эта форма имеет явные преимущества, среди которых одним из важных является высокая мотивация, обусловленная единством собственности и труда. Но она действует лишь в том случае, если вместо обезличенной "коллективной собственности", которая, по существу,

---

[1] *Харвей Дж.* Постигаем экономику. М., 1997. С. 100.

означает **собственность коллектива**, существует **собственность членов этого коллектива**. В США, например, для характеристики таких предприятий применяется термин "собственность работника". Он гораздо точнее, поскольку собственность работника — это разновидность частной собственности, отличающейся от классической частной собственности тем, что собственник обязательно одновременно работает на предприятии, совладельцем которого является, и существует определенный механизм, обеспечивающий его участие в управлении предприятием.

Необходимо отметить, что в США в собственность работников преобразуется не государственная, а частная. Причем этот процесс всячески поощряется, поскольку, по имеющимся данным, производительность труда на предприятиях с собственностью работников в среднем на 10% выше, чем на других типах предприятий. Конгрессом США за последние годы принято более 20 федеральных законов, в той или иной форме, прежде всего путем налоговых льгот, стимулирующих развитие собственности работников. Сейчас в стране насчитывается более 11 тыс. предприятий, являющихся полностью или частично собственностью работников. На них трудятся около 12 млн. человек. Возникло несколько центров, занимающихся проблемами собственности работников как в теоретическом плане, так и в чисто прикладном.

В основе появления и развития такого рода коллективно-частного предпринимательства лежит научно-техническая революция. Она вызвала развитие наукоемких производств, повысила роль и удельный вес работников интеллектуального труда. Им нельзя задать ритм работы с помощью конвейера, да и самый обычный контроль за их работой неэффективен. Такие работники трудятся с отдачей только тогда, когда имеют соответствующую мотивацию. Положение собственника лучше всего способствует возникновению такой мотивации. В результате и стали появляться сначала десятки, а затем сотни и тысячи фирм, в которых иногда работают лишь несколько человек. Но эта раздробленность компенсируется тем, что все большее число людей участвует в общественном производстве не просто в качестве наемных работников, а в качестве хозяев, имеющих совершенно иные стимулы к труду.

На крупных производствах, которые по технологическим соображениям нельзя разделить на мелкие частные предприятия, аналогичная задача решается путем преобразования традиционной частной собственности в собственность работников. Причем сторонниками такого преобразования часто являются сами предприниматели, понимающие, что, уступив часть принадлежащего им имущества своим работникам, они повышают эффективность их труда и с лихвой компенсируют ту часть прибыли, которую в виде дивидендов они должны будут отдавать появившимся совладельцам.

В России и других странах СНГ предприятия, основанные на собственности работников, только создаются. Отношение к ним в обществе неодно-

значное. Среди ученых, например, есть немало критиков "народных предприятий", апеллирующих часто к югославскому опыту "рабочего самоуправления", которое, как известно, не выдержало проверки временем. Однако при этом из виду упускается главное: в югославском эксперименте собственность работников не создавалась и не использовалась. Там господствовала обезличенная коллективная собственность, реально не принадлежавшая ни работникам, ни государству.

Отношение трудовых коллективов в нашей стране к "народным предприятиям" весьма доброжелательное, а это значит, что в ходе приватизации они получат широкое распространение. Но чтобы такие предприятия не стали разновидностью советских колхозов, необходимо всестороннее изучение западного опыта их организации. Причем сегодня этот опыт не ограничивается американским. Недавно Совет ЕС принял рекомендации по реализации программ перехода к "собственности работников" (программа ЕСОП) во всех западноевропейских странах. Как метод приватизации программа ЕСОП начала широко применяться также в Польше, Венгрии, Чехии, Словакии.

Вместе с тем было бы ошибкой распространять предприятия с рабочей собственностью на всю экономику. Западные страны потому и добились успеха в социально-экономическом и научно-техническом развитии, что создавали условия для развития разнообразных форм собственности и предпринимательства. В тех же США из 19 млн. различного рода предприятий 70% составляют предприятия индивидуальной собственности, 10% — партнерства (принадлежащие двум или более лицам), 20% — корпорации или акционерные общества[1].

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ. Во многих странах современного мира активным предпринимателем является государство, в собственности которого находится от 5–10 до 35–40% основного капитала. В бывших социалистических странах государству принадлежала подавляющая часть производственных фондов, что сделало его, по существу, единственным хозяйствующим субъектом в экономике. В середине 80-х г. доля предприятий государственного сектора в создании добавленной стоимости составляла: в Чехословакии — 97%, в ГДР — 97, в СССР — 96, в Югославии — 87, в Венгрии — 86, в Польше — 82, во Франции — 17, в Италии — 14, в ФРГ — 11, в Англии — 11, в Дании — 6, в США — 1%.

Из приведенных данных видно, что в так называемых социалистических странах доминировала "государственная экономика", тогда как в западном мире государству отводилось относительно ограниченное поле деятельности. Однако по меркам рыночной экономики масштабы деятельности оказались слишком большими, что побудило правительства запад-

[1] Экономические науки. 1991. № 9. С. 80.

ных стран пойти по пути приватизации. Эта приватизация не носит столь грандиозного характера, как в восточноевропейских странах и СНГ, но важна сама тенденция к расширению негосударственной экономики.

Вместе с тем и в этих условиях многие государственные предприятия играют заметную роль в национальном хозяйстве, а порой являются лидерами среди промышленных фирм. Так, например, в Италии список крупнейших промышленных предприятий возглавляют государственные — ИРИ, ЭНИ, во Франции — "Эльф-Акитен", "Рено", в Финляндии — "Несте".

Таким образом, существование в рыночной экономике более или менее крупного государственного сектора требует уточнения и разъяснения некоторых проблем его экономического содержания, возникновения и организационного оформления.

Признаки государственного предприятия. Государственное предприятие представляет собой производственную единицу, характеризующуюся двумя основными чертами.

Первая заключается в том, что имущество такого предприятия и управление им полностью или частично находятся в руках государства и его органов (объединений, министерств, ведомств); они либо владеют капиталом предприятия и обладают безраздельными полномочиями распоряжаться им и принимать решения, либо объединяются с частными предпринимателями, но воздействуют на них и контролируют их.

Вторая касается мотивов функционирования государственного предприятия. В своей деятельности оно руководствуется не только поиском наибольшей прибыли, но также и стремлением удовлетворить общественные потребности, что может снижать экономическую эффективность или даже вести в некоторых случаях к потерям, которые, однако, оправданны.

От государственных предприятий следует отличать государственные учреждения, которые преследуют внеэкономические цели (больницы, школы, общественные службы) и не участвуют в собственно рыночном обмене.

Причины возникновения предприятий государственного сектора

Известный французский экономист, бывший премьер-министр Франции Раймон Барр выделяет несколько групп причин развития государственных предприятий, которые носят исторический, финансовый, технический и доктринальный характер.

Исторические причины. Некоторые государственные предприятия возникли в Европе благодаря инициативе государства *в эпоху меркантилизма*. Во Франции, например, при королевском строе государственные власти

решили создать ферму, рудник и современные для того времени мануфактуры (инициатором создания мануфактур был Комбер). В России активный процесс создания государственных мануфактур (основанных на крепостном труде) был начат Петром I.

Другие государственные предприятия появились в результате *экспроприации,* вызванной особыми обстоятельствами. Р. Барр приводит, в частности, пример конфискации французским государством заводов "Рено" и "Берлие", чьи хозяева были обвинены в сотрудничестве с фашистами.

Наконец, некоторые предприятия возникли *при вмешательстве государства*, которое решило выкупить частные предприятия, находящиеся на грани банкротства или испытывающие серьезные трудности в области технической модернизации. Во многих странах государство национализирует частные предприятия, оказывающие общественные услуги и неспособные функционировать без постоянного бюджетного финансирования (так называемые бюджетные предприятия).

Основной *финансовой причиной* возникновения государственных предприятий является стремление государства иметь постоянный и стабильный источник доходов. С этой целью государство устанавливает монополию на производство некоторых товаров массового спроса (табак, водка, спички).

Технические причины. К ним относятся причины, обусловленные техническими свойствами таких производств, которые не в состоянии развиваться в рамках частной инициативы (железные дороги, электростанции, атомная энергетика и т. п.)

Доктринальные причины возникновения государственных предприятий имеют место тогда, когда расширение госсектора в экономике происходит в ходе социальных или экономических реформ. Чаще всего такие реформы происходят на фоне политических перемен. Например, в Великобритании широкая национализация промышленных предприятий происходила, когда у власти находились лейбористы. Во Франции идейным истоком национализации в послевоенный период стала программа Национального совета сопротивления. В бывших социалистических странах национализация проводилась с целью создания общенародной (государственной) собственности как условия реализации социалистических идеалов[1].

Формы государственных предприятий. Как уже отмечалось, предприятие является государственным, если государство контролирует структуру и функционирование производственной единицы.

Правовые статусы государственных предприятий в различных странах весьма разнообразны. При этом даже в одной стране, как правило, не существует единого законодательного акта, регулирующего положение всех государственных предприятий. Практически каждое предприятие образуется и действует на основании специального постановления государствен-

[1] *Барр Р.* Политическая экономия. Т. 1. С. 376–377.

ных органов, регламентирующих методы контроля и руководства со стороны государства, а также регулирующего финансовые и имущественные отношения с государством и рынком.

В зависимости от способа и степени участия государства в собственности предприятия и в его управлении различают три основные формы государственных предприятий: бюджетные предприятия; государственные корпорации ("паблик корпорейшнз"); смешанные компании.

Бюджетные предприятия. В эту группу входят предприятия, не имеющие ни юридической, ни хозяйственной самостоятельности. По своему положению они относятся к системе государственного административного управления и непосредственно подчиняются или входят в какие-либо министерства, ведомства или органы местного самоуправления. Они не платят налоги на полученную прибыль, все их доходы и расходы проходят через госбюджет.

Внешними источниками финансирования они обычно не пользуются, а субсидируются за счет государственной казны. Руководители предприятий назначаются соответствующими государственными органами и наряду с остальным персоналом являются государственными служащими. К числу бюджетных предприятий обычно относятся службы связи, верфи, арсеналы и т. п. Такие предприятия выступают, по выражению Р. Перру, в качестве неких "продолжений государства" и представляют собой самые старые и классические формы государственных предприятий.

Государственные корпорации. Это распространенная организационно-правовая форма государственных предприятий. Они наделяются определенной правосубъектностью и имеют собственное имущество. Как правило, наряду с хозяйственной деятельностью они выполняют определенные регулирующие и управленческие функции в установленных пределах от имени государства. Другими словами, государственные корпорации сочетают черты коммерческого предприятия и государственного органа. Государственные корпорации могут быть образованы в форме акционерного общества, все акции которого принадлежат государству.

Предпринимательская деятельность государственных корпораций обычно осуществляется на коммерческой основе в рамках устанавливаемых соответствующими министерствами или ведомствами планов. Экономической основой такой деятельности служат собственный капитал корпораций, образуемый за счет государственных фондов, акционерный капитал и капитализируемая прибыль. Используется также заемный капитал в форме облигационных займов, кредитов банков и других финансовых институтов. Но размеры заемных средств обычно лимитированы, что снижает возможность маневрирования финансовыми ресурсами.

Показатели рентабельности и эффективности деятельности государственных корпораций зачастую несопоставимы с аналогичными показате-

лями частных фирм, поскольку убыточное производство у первых обычно безвозмездно субсидируется государством, а реализация произведенной продукции и услуг осуществляется по административным ценам.

Смешанные компании. Они образуются в форме акционерных обществ и товариществ с ограниченной ответственностью, акции которых принадлежат государству и частным вкладчикам.

Смешанные компании действуют в соответствии с законом об акционерных обществах и являются юридическими лицами, участвуя в хозяйственном обороте на коммерческой основе наравне с частными фирмами. Тем не менее они по сравнению с частными фирмами обычно пользуются определенными привилегиями, которые могут выражаться в государственных субсидиях и дотациях, льготном режиме получения импортных лицензий, гарантированных поставках сырья и полуфабрикатов с других государственных предприятий по фиксированным ценам, гарантированном рынке сбыта производимой продукции, экспортных дотациях и т. д.

Собственный капитал смешанных фирм складывается из акционерного капитала, капитализированной прибыли и эмиссионного дохода, если их акции реализуются на фондовой бирже. Государство и частные акционеры получают доход от своей деятельности в виде дивидендов. Смешанные компании имеют более широкие возможности пользоваться заемными средствами, чем государственные корпорации.

Хозяйственная деятельность смешанных компаний осуществляется на предпринимательской, коммерческой основе. Однако для наиболее важных в экономике страны компаний могут устанавливаться планы, разрабатываемые их администрацией совместно с соответствующими министерствами и ведомствами. По сравнению с государственными корпорациями они пользуются большей хозяйственной самостоятельностью.

Проведенный анализ показывает, что государственное предпринимательство на Западе вопреки распространяемому иногда у нас мнению о его нежизнеспособности выполняет важные экономическую и социальную функции. Роль государственного сектора заключается в том, чтобы способствовать функционированию национальной экономики в условиях, близких к экономическому оптимуму: он должен обеспечить возможность более эффективного использования ресурсов страны и увеличения совокупного продукта.

Сама эта роль, по словам Р. Барра, имеет двоякое выражение:

во-первых, как компенсирующая роль по отношению к частному сектору. В период депрессии, например, инвестиции в государственный сектор заменяют недостающие частные капиталовложения;

во-вторых, как роль инициатора по отношению к частному сектору. В этом случае госсектор совершает автономное действие: производя с меньшими издержками и продавая по более низким ценам, он оказывает

благоприятное воздействие на всю экономику. Таким образом, путем создания госсектора государство получает инструмент управления национальной экономикой[1].

Отсюда следует, что и наше обновляющееся общество, переходя к рынку, также не может обойтись без государственной формы собственности и хозяйствования. Вопрос стоит лишь о ее масштабах, сферах распространения, экономических границах, одним словом, о ликвидации монопольного положения государства в хозяйственной системе страны.

Разумеется, мы должны отказаться от догматического представления о том, что государственная форма собственности и общенародное хозяйствование в наибольшей степени отвечают интересам социально-экономического прогресса. Однако при этом нельзя забывать о сильных сторонах государственной собственности, связанного с ней централизованного управления (возможность концентрации ресурсов, мобильность в решении ряда макроэкономических проблем). Не случайно послевоенное восстановление экономики стран Западной Европы сопровождалось национализацией ряда базовых отраслей промышленности.

В то же время надо ясно видеть и другую сторону государственного предпринимательства, связанную с характером собственности и управления принадлежащими государству предприятиями. Поскольку государство олицетворяет монополию политической власти, черты монополизма в той или иной мере проявляются и в процессе экономической реализации государственной собственности. Кроме того, поскольку в системе государственного управления центральное место занимает чиновничий аппарат, постольку управление государственной собственностью имеет тенденцию к бюрократизации, а процесс ее использования — к расточительству.

Эти негативные тенденции особенно нетерпимы в условиях инновационного прогресса, когда резко возрастает значение конкуренции и инициативы. Поэтому представление о том, что эволюция форм собственности и предпринимательства идет от частнокапиталистических к кооперативным формам и далее — к государственной, является упрощенным и требует критического пересмотра с учетом современной практики. На Западе в 80-е годы, когда сформировался инновационный тип экономического развития, развернулся процесс приватизации, обеспечивающий большинству стран дальнейшее продвижение по пути научно-технического прогресса.

Из всего вышеизложенного следует, что многообразие организационных форм бизнеса придает современной рыночной экономике характер смешанной экономики. Такая экономика доказала неоспоримые преимущества по сравнению с "одноклеточной" экономикой, поскольку в ней уживаются разные уклады, доказывая свое право на существование через конкуренцию, эффективное удовлетворение разнообразных потребностей

---

[1] *Барр Р.* Политическая экономия. С. 383.

членов общества. В этом состоит главный урок и для нашей экономики, переживающей трудные времена перехода от тоталитарной системы к модели смешанного предпринимательства. Если процесс реформ в России будет продолжен, то мы получим структуру организационных форм бизнеса, близкую к той, которая нужна для нормальной смешанной экономики, в которой госсобственность займет не более 20%, а остальные ресурсы будут принадлежать негосударственным юридическим и физическим лицам.

Основные выводы

1. Фирма — это такое институциональное образование в рыночной экономике, которое призвано выполнять координирующую роль в процессе распределения экономических ресурсов и в результате минимизировать трансакционные издержки участников. Фирма является вторым после потребителя основным понятием микроэкономической теории. Она определяется как некоторая организация, производящая затраты экономических факторов, таких, как земля, труд и капитал, для изготовления продукции и услуг, которые предназначены для продажи потребителям или другим фирмам.

2. Фирма и рынок — альтернативные способы организации экономической деятельности людей. В противоположность рынку, где господствует спонтанность, фирма представляет собой плановую (иерархическую) систему, в рамках которой все ключевые вопросы решаются на основе единоначалия, административным образом.

3. Вытеснение фирмой ценового (рыночного) механизма и замена его системой административного контроля происходят потому, что многие обменные операции дешевле осуществлять внутри фирмы, не прибегая к посредничеству рынка. В рамках фирмы сокращаются издержки поиска и обработки экономической информации, исчезает необходимость ведения переговоров и непрерывного продления контрактов, исчезают затраты на контроль за соблюдением условий договора и на юридическую защиту контракта.

4. Фирма как иерархический институт тоже несет определенные издержки — издержки бюрократического контроля. С ростом размеров фирм начинает действовать принцип убывающей доходности управления, поэтому оптимальные размеры фирмы определяются равенством предельных издержек управления внутри фирмы и предельных затрат на использование механизма рынка.

5. В реальной экономике все фирмы являются юридическими лицами, имеют правовую форму — комплекс правовых норм, определяющих отношения ее участников с окружающим миром. К основным организационно-правовым формам относятся: единоличная (частнопредпринимательская) фирма; партнерство (товарищество); корпорация (акционерное общество). Существуют также государственные фирмы. Все они различаются по виду собственности, правовым полномочиям и обязательствам. Наиболее

значимой в современной экономике является корпорация (акционерное общество), поскольку она позволяет мобилизовывать через фондовый рынок гигантские капиталы и решать самые сложные хозяйственные проблемы.

6. Важную роль в рыночной экономике продолжают играть государственные предприятия, которые в зависимости от способа и степени участия государства в собственности и управлении имеют следующие правовые формы: бюджетные предприятия; государственные корпорации ("паблик корпорейшнз"); смешанные компании.

   Роль государственного сектора заключается в том, чтобы способствовать функционированию национальной экономики в условиях, близких к экономическому оптимуму: он должен обеспечить возможность более эффективного использования ресурсов страны и увеличения совокупного продукта.

Вопросы для повторения

1. Как и почему в рыночной экономике появились фирмы? Как соотносятся между собой фирма и рынок?
2. Что такое трансакционные издержки и почему без них в экономике никогда не появились бы фирмы?
3. Объясните, почему существует рынок, если фирмы позволяют устранять определенные затраты и фактически сокращать издержки производства. Почему экономика не превращается в одну гигантскую фирму?
4. Чем определяются оптимальные размеры фирмы? Почему в экономике существует такое большое разнообразие фирм — малых, средних, крупных, гигантских?
5. Что такое организационно-правовая форма предприятия и какие правовые формы предпринимательской деятельности существуют в современной мировой экономике?
6. В чем преимущества корпорации по сравнению с другими типами фирм?
7. Какие черты присущи государственному предприятию? Почему возникли государственные предприятия и какие функции они выполняют в экономике?

Задачи, упражнения, тесты

1. Американский экономист Фрэнк Найт писал в 20-е годы XX в.: "При наличии неопределенности... осуществление реальной деятельности становится поистине второстепенным в жизни. Первостепенной проблемой, или функцией, становится решение, **что делать и как это делать**".

   Прокомментируйте данное высказывание. Может ли оно объяснить неизбежность появления фирм в конкурентной системе хозяйствования?

2. Р. Коуз ввел понятие трансакционных издержек, чтобы обосновать процесс появления и широкого распространения фирм в рыночной экономике. Но в современных условиях на рынках с быстро меняющейся конъюнктурой все больше появляется виртуальных организаций, в которых черты

классической фирмы исчезают. Противоречит ли эта тенденция принципу минимизации трансакционных издержек, заложенному в теорию фирмы Р. Коуза?

3. В свободные строчки впишите по **три** наиболее важные, с вашей точки зрения, характеристики каждой из правовых форм предпринимательской деятельности.

   а) Частнопредпринимательская фирма:

   1) _____
   2) _____
   3) _____

   б) Партнерство:

   1) _____
   2) _____
   3) _____

   в) Корпорация:

   1) _____
   2) _____
   3) _____

4. Самой распространенной правовой формой предпринимательской деятельности в России является:

   а) акционерное общество;
   б) единоличное предприятие;
   в) конкурентная фирма;
   г) совместное предприятие;
   д) партнерство.

Рекомендуемая литература

Барр Р. Политическая экономия: В 2 т. Т. 1. Ч. I. Подтема II. Раздел 1.2. М., 1994.

Берзинь И. Э. Экономика фирмы. Введение, гл. 1. М., 1997.

Емцов Р. Г., Лукин М. Ю. Микроэкономика: Учебник. Гл. 8. М., 1997.

Коуз Р. Фирма, рынок и право. М., 1993.

Менар К. Экономика организации. М., 1996.

Нуреев Р. М. Основы экономической теории: Микроэкономика. Гл. 6. М., 1996.

Теория фирмы / Под ред. В. М. Гальперина. Раздел 1. СПб., 1995.

Харвей Дж. Постигаем экономику. Гл. 5. М., 1997.

ГЛАВА 9

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИРМЫ В КРАТКОСРОЧНОМ И ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДАХ. РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ

Ключевые понятия

Долгосрочный период
Доход фирмы
предельный
совокупный
средний
Издержки фирмы
альтернативные
бухгалтерские
общие
постоянные
переменные
предельные
средние переменные
средние предельные
Масштаб производства
неэффективный
оптимальный
эффективный
Прибыль фирмы
бухгалтерская
нормальная
экономическая
Равновесие фирмы
долгосрочное
краткосрочное
Совершенная
конкуренция
Теории фирмы
поведенческие
роста
традиционная
управленческие
эволюционная
Убытки фирмы
Функция максимизации
прибыли

9.1. ДОЛГОСРОЧНЫЙ И КРАТКОСРОЧНЫЙ ПЕРИОДЫ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЙ

Экономические явления происходят не только в пространстве, но и во времени. Поскольку в теории фирмы фактор времени играет существенную роль, необходимо дать разъяснение двух понятий, используемых экономистами: *долгосрочного* и *краткосрочного периодов*. Впервые эти понятия были введены в экономическую теорию А. Маршаллом. Они не означают какой-либо фиксированный отрезок календарного времени (нельзя сказать заранее и безотносительно к конкретной проблеме, что месяц является краткосрочным, а полгода — долгосрочным периодом). Эти понятия имеют *качественный, экономический смысл* и определяются в зависимости от характера обязательств фирмы. В течение весьма **длительного времени** все действующие на определенный момент контракты фирмы будут выполнены, оборудование придет в негодность или устареет, так что потребуется его замена, и т. д. Это означает, что "по истечении долгосрочного периода фирма полностью освобождается от политики, имущества и обязательств, которыми она связана в данный момент. Продолжительность долгосрочного периода, следовательно, такова, что фирма имеет возможность пересмотреть все стороны своей политики. Фирма, например, установила, что спрос на ее товары существенно возрос, однако может пройти десять лет, прежде чем она позволит себе осуществить перестройку предприятия и замену оборудования, что полностью отвечало бы изменившимся условиям"[1]. Таким образом, **долгосрочный период — это такой промежуток времени, в течение которого фирма может менять все факторы производства**.

Кроме этого долгосрочный период характеризуется также изменением числа функционирующих в отрасли фирм, поскольку в течение этого времени преодолеваются барьеры для входа и выхода из отрасли. Фирмы с высокими издержками производства не смогут продавать свою продукцию по равновесным ценам и вынуждены будут уйти из отрасли. Напротив, преуспевающие фирмы будут расширять выпуск, привлекая тем самым производителей из других отраслей.

В отличие от долгосрочного в течение **краткосрочного периода** фирма имеет минимальную свободу маневрирования. Она не в состоянии даже увеличить выпуск продукции в соответствии с возросшим покупательским спросом. Для этого фирма вынуждена увеличить закупки сырья, ввести,

---

[1] *Баумоль У.* Экономическая теория и исследование операций / Пер. с англ. М., 1965. С. 213.

возможно, сверхурочные работы, а также нанять дополнительных рабочих. Даже после всего этого пройдет некоторое время, прежде чем фирма начнет выпускать дополнительную продукцию. Следовательно, в течение краткосрочного периода увеличение спроса может быть удовлетворено лишь за счет запасов готовой продукции[1].

Предполагается также, что возможности свободного доступа новых фирм в отрасль в краткосрочном периоде весьма ограниченны, вследствие чего число фирм на отраслевом рынке остается постоянным.

9.2. КОНЦЕПЦИЯ ИЗДЕРЖЕК В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Принятие фирмой тех или иных решений предполагает наличие информации о спросе на выпускаемые ею товары и об издержках их производства. Но нахождение оптимального решения требует также знания *целей*, которые ставит перед собой фирма. **Традиционная теория фирмы**, как уже отмечалось, основывается на принципе получения максимальной прибыли, т. е. на принципе максимизации разности между доходами и издержками фирмы. Однако нет оснований считать, что все предприниматели преследуют одинаковую цель. Более того, в действительности фирмы ставят перед собой несколько целей, которых они стремятся достичь, выстроив их в определенной последовательности. Нередко цели фирмы могут устанавливаться исходя из личных интересов менеджера, особенно если он одновременно является ее собственником. В больших компаниях, где функция управления отделена от собственности, простые акционеры не могут принимать решения, поскольку практическое руководство сосредоточено в руках наемных менеджеров. В этом случае далеко не всегда интересы менеджеров совпадают с интересами владельцев акций. Менеджеры могут ставить перед собой задачу сохранить свои места, поэтому, вместо того чтобы идти на разумный риск, без чего невозможно максимизировать прибыль, они будут склоняться к более безопасным решениям. Или, наоборот, в интересах собственной материальной выгоды они могут идти на неоправданные риски, совершать сомнительные операции с ценными бумагами и другим имуществом компании. Теории, разработанные на основе предположения о преобладании в производственном секторе крупных корпораций, в которых собственность и управление разделены между акционерами и управляющими, получили название **управленческих теорий фирмы**. В них утверждается, что при

[1] *Баумоль У.* Экономическая теория и исследование операций. С. 214.

несовершенных рынках капитала и неконкурентных рынках товаров управляющие могут стремиться к достижению целей, отличных от максимизации прибыли.

В управленческих теориях фирмы для формализации ее целей обычно используется функция полезности управляющих. Прогноз деятельности фирмы может быть получен тогда, когда максимизация определенного показателя осуществляется при заданных ограничениях. Например, в **теориях роста фирмы** предполагается, что менеджеры стремятся максимизировать функцию полезности, аргументами которой являются рост и отношение рыночной цены акции компании к ее номиналу. Такая максимизация осуществляется при наличии налагаемых рынком капитала ограничений, которые устанавливают, что отношение стоимости акций фирмы к их номиналу должно иметь значение большее или равное тому, при котором самая опасная фирма-рейдер может попытаться купить данную компанию[1].

Фирмы могут ставить перед собой и другие цели. По мнению некоторых исследователей (Г. Саймон, Р. М. Сайерт, Дж. Г. Марч, С. Винтер), целью фирмы является максимизация не прибыли, а *объема продаж*. Взгляды этих экономистов представляют так называемые **поведенческие теории фирмы**. Американский экономист Г. Саймон, получивший в 1978 г. Нобелевскую премию за исследование поведения фирмы, выдвинул **теорию удовлетворения**, согласно которой фирма стремится достичь определенного уровня прибыли, а далее не предпринимает усилий, чтобы ее максимизировать. В этом случае и количество продукции, которое она выпускает, не обеспечивает получения максимальной прибыли. Объясняя поведение фирмы на основе своей теории, Г. Саймон приходит к заключению, что "целью фирмы является не максимизация, а достижение определенного уровня прибыли, удержание определенной доли рынка и определенного объема продаж. Фирмы стремятся достичь скорее *удовлетворения*, чем максимизации"[2].

Существует также **эволюционная теория**, в соответствии с которой фирмы могут только стремиться, но никогда не получают максимальной прибыли, так как они функционируют в мире неполной, порой искаженной информации, в постоянно меняющихся условиях, на которые им очень трудно адекватно реагировать. По мнению сторонников этой теории, на практике фирмы главным образом направляют свои усилия на то, чтобы *получить определенную долю на рынке и удержать ее*, а не на то, чтобы выйти на новый или покинуть завоеванный рынок. Такое поведение фирм С. Винтер характеризует как "рутинное". Фирмы меняют рутинный ха-

---

[1] Словарь современной экономической теории Макмиллана / Под общ. ред. Дэвида У. Пирса. Пер. с англ. М., 1997. С. 304.

[2] Теория фирмы / Под ред. В. М. Гальперина. С. 55.

рактер, если их вынуждают обстоятельства; тогда они делают инновации, для которых нужна прибыль.

Высказываются и другие соображения относительно целей фирмы. Однако однозначно решить этот вопрос непросто. Как пишет У. Баумоль, несомненно лишь одно: последним, у кого следует спрашивать о целях, которые преследует определенный индивидуум, является сам этот индивидуум, что совершенно определенно доказали психологи. "Во всяком случае, не дело экономиста учить предпринимателя, каковы должны быть его цели, хотя он может помочь сформулировать эти цели, а иногда и показать предпринимателю реальность постановки более смелых задач. Цели фирмы надо принимать такими, какими они заданы, а задача исследователя — сделать из них выводы, т. е. описать, что делают предприниматели для достижения этих целей, и, возможно, предложить более эффективные пути их достижения"[1].

И все же в неоклассическом экономическом анализе и в учебниках экономики теория фирмы построена на предположении о стремлении фирмы максимизировать общую сумму своей прибыли. Основываясь на этой предпосылке (а она подтверждается практикой), можно описать поведение фирмы и научно обосновать принимаемые ею решения. Функция максимизации прибыли выполняется за счет получения как можно большей разницы между доходами и издержками фирмы:

$$П = R - C .$$

Поэтому рассмотрим прежде всего категорию издержек.

Понятие издержек обычно ассоциируется с определенными потерями, жертвами, которые необходимо понести для получения некоторых полезных результатов. Эти потери могут быть весьма разнообразны, поэтому нет единого, универсального и простого метода определения издержек. Существуют два подхода к трактовке издержек, каждый из которых имеет свою область применения.

Согласно первому из них, издержки определяются как *стоимость израсходованных ресурсов* в фактических ценах их приобретения. Эти издержки экономисты называют *бухгалтерскими*. Согласно второму подходу — как *стоимость других благ*, которые можно было бы получить при наиболее выгодном использовании тех же ресурсов. В этом случае говорят об *альтернативных издержках* (*цене выбора*).

Для оценки деятельности фирмы определяющее значение имеет категория альтернативных издержек. Эти издержки представляют одно из фундаментальных понятий экономической теории. Альтернативные издержки возникают в условиях ограниченных ресурсов, и поэтому все желания

---

[1] *Баумоль У.* Экономическая теория и исследование операций. С. 219.

людей не могут быть удовлетворены. Если бы ресурсы были безграничны, то ни одно действие не осуществлялось бы за счет другого, т. е. альтернативные издержки любого действия были бы равны нулю. Очевидно, что в реальных условиях при ограниченных ресурсах альтернативные издержки положительны.

Строго говоря, под издержками в экономической теории всегда понимаются альтернативные издержки, и поэтому бухгалтер и экономист вполне могут по-разному определить издержки некоторого действия. Для бухгалтера имеют значение денежные расходы на ресурсы, необходимые для производства продукции. Для экономиста эти денежные расходы могут быть неточным отражением альтернативных издержек на приобретение ресурсов, если по каким-то причинам рынок не обеспечивает оценку этих ресурсов по самой высокой стоимости их альтернативного использования. Кроме того, экономист стремится учесть все выгоды, принесенные в жертву благодаря данному действию.

Распространенным примером альтернативных издержек являются издержки фирмы, управляемой ее владельцем и использующей помимо внешних факторов производства время производителя, его организаторские и управленческие способности (в совокупности называемые предпринимательством). Труд собственника может быть продан другим производителям, и жалованье, которое может быть получено в другом месте, является альтернативными издержками использования указанных выше способностей в фирме, управляемой ее владельцем. Помимо издержек, связанных с использованием предпринимательских способностей и труда собственника, существуют также издержки, для подсчета которых надо оценить выгоду, упущенную из-за не самой высокой эффективности применения собственных денежных средств, станков, оборудования, зданий и т. п.

Бухгалтерские издержки вместе с альтернативными издержками составляют общие издержки фирмы. Все эти издержки должны учитываться при расчете прибыли фирмы.

В экономической теории смысл термина **"прибыль"** не совпадает с трактовкой, которую он получил в бухгалтерии. **Бухгалтерская прибыль** рассчитывается как разница между общей выручкой и денежными затратами на приобретение ресурсов. **Экономическая прибыль** от реализации товаров и услуг представляет собой разницу между выручкой от продажи и общими издержками на ресурсы, использованные в производстве данных товаров и услуг. Очевидно, что бухгалтерская прибыль превышает экономическую на величину альтернативных издержек, которые бухгалтер не учитывает. Поэтому критерием успеха фирмы является не бухгалтерская, а экономическая прибыль. Если альтернативные бухгалтерские издержки превышают доход, то отрицательную прибыль называют **убытками фирмы**.

Приведем условный пример расчета бухгалтерской и экономической прибыли, чтобы показать, в чем заключается разница между этими понятиями.

Таблица 9-1

Расчет бухгалтерской и экономической прибыли

Статьи доходов и затрат	Бухгалтерский расчет	Экономический расчет
1. Общий доход от продаж (в тыс. руб.)	1000	1000
2. Денежные (явные) затраты (в тыс. руб.):		
а) сырье и материалы	350	350
б) топливо и энергия	100	100
в) зарплата	250	250
г) проценты по займам (10%)	100	100
3. Альтернативные (неявные) затраты:		
а) альтернативная стоимость времени предпринимателя	—	50
б) альтернативная стоимость собственного капитала (2000 тыс. руб. × 10%)	—	200
4. Бухгалтерская прибыль (стр. 1 – стр. 2)	200	—
5. Экономическая прибыль (стр. 1 – стр. 2 – стр. 3)	—	–50

Из приведенного расчета видно, что при положительной бухгалтерской прибыли экономическая прибыль равна –50 тыс. руб. В этом случае предпринимателю выгодно выйти из дела, что принесло бы ему минимум 50 тыс. руб., а изъятый капитал обеспечил бы доход 200 тыс. руб. в год (2000 тыс. руб. × 0,1).

Если бы экономическая прибыль была равна нулю, такая ситуация была бы вполне удовлетворительной для фирмы, поскольку все ресурсы приносят доход, по крайней мере *не меньший*, чем они приносили бы, если бы их использовали *наилучшим альтернативным способом*. Следовательно, фирма будет иметь отличную от нуля положительную экономическую прибыль, когда она так использует факторы производства, что приносимый ими доход превышает доход, который фирма могла бы получить, если бы использовала эти ресурсы иным способом.

Таким образом, экономический подход при расчете прибыли имеет исключительно важное значение для принятия решений. Бухгалтерский

подход важен для текущей хозяйственной деятельности (для налогообложения, расчета амортизационных отчислений и т. п.). Экономический же подход имеет универсальное значение в организации бизнеса.

9.3. КЛАССИФИКАЦИЯ ИЗДЕРЖЕК ФИРМЫ. ИЗДЕРЖКИ И ДОХОД ФИРМЫ

Для увеличения своей прибыли фирма стремится минимизировать издержки. Но что это значит? Если у одной фирмы они составляют 1 млрд. руб., а у другой — 7 млрд. руб., то у какой из них они минимальны?

Для ответа на этот вопрос мы должны глубже разобраться в процессе формирования и видах издержек фирмы.

Как уже отмечалось, поведение фирмы принципиально различается в зависимости от того, в каком из двух периодов — краткосрочном или долгосрочном — она функционирует.

Рассмотрим деятельность фирмы в **краткосрочном периоде**.

При выпуске продукции одни издержки фирмы носят постоянный характер, другие — переменный.

ПОСТОЯННЫЕ ИЗДЕРЖКИ *(fixed costs)* — это затраты на содержание зданий, аренду земли, капитальный ремонт, административно-управленческие расходы и т. п. Они постоянны в том смысле, что их величина в краткосрочном периоде не изменяется с увеличением или сокращением объема производства. Более того, они существуют даже тогда, когда продукция вообще не выпускается.

Понятие постоянных издержек может быть проиллюстрировано на рис. 9-1. Отложим на оси абсцисс количество выпускаемой продукции (Q), а на оси ординат — издержки (C). Тогда линия постоянных издержек будет представлять собой константу, параллельную оси абсцисс. Она обозначается FC. Поскольку с увеличением объема производства постоянные издержки, приходящиеся на единицу продукции, уменьшаются, то кривая **средних постоянных издержек** (*AFC — average fixed costs)* имеет отрицательный наклон (рис. 9-2). Средние постоянные издержки рассчитываются по формуле: $AFC = FC/Q$.

ПЕРЕМЕННЫЕ ИЗДЕРЖКИ (*VC — variable costs)* — это издержки, величина которых изменяется в зависимости от увеличения или уменьшения объема производства. К переменным издержкам относятся затраты на сырье, электроэнергию, оплату труда, расходы на вспомогательные материалы и т. п.

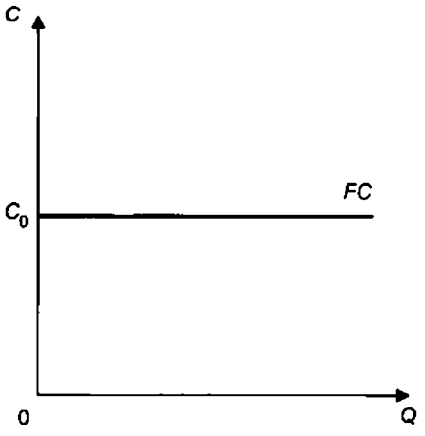


Рис. 9-1.
Постоянные издержки

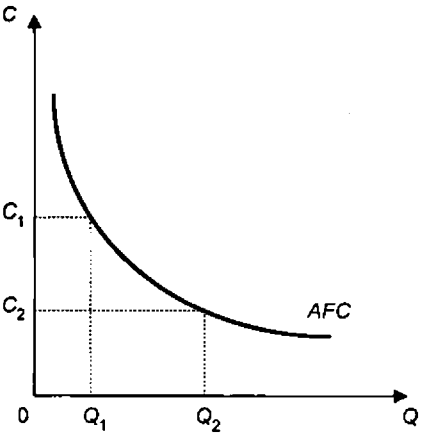


Рис. 9-2.
Средние постоянные издержки

В отличие от постоянных издержек, величина которых не зависит от изменений в производстве, переменные издержки увеличиваются или уменьшаются пропорционально выпуску продукции. На начальных стадиях производства переменные издержки растут более быстрыми темпами, чем произведенная продукция. По мере достижения оптимальных объемов выпуска (в точке Q_1) темпы роста переменных издержек снижаются. Однако дальнейшее расширение производства приводит к ускорению роста переменных издержек (рис. 9-3).

СРЕДНИЕ ПЕРЕМЕННЫЕ ИЗДЕРЖКИ (*AVC — average variable costs*) определяются путем деления переменных издержек на объем производства:

$$AVC = \frac{VC}{Q}.$$

При достижении оптимального размера производства средние переменные издержки становятся минимальными (рис. 9-4).

Средние переменные издержки играют важную роль в анализе экономического состояния фирмы: положения ее равновесия и перспектив развития — расширения, сокращения производства или выхода из отрасли.

ОБЩИЕ ИЗДЕРЖКИ (*TC — total costs*) — совокупность постоянных и переменных издержек фирмы ($TC = FC + VC$).

Графически общие издержки изображаются в результате суммирования кривых постоянных и переменных издержек (рис. 9-5).

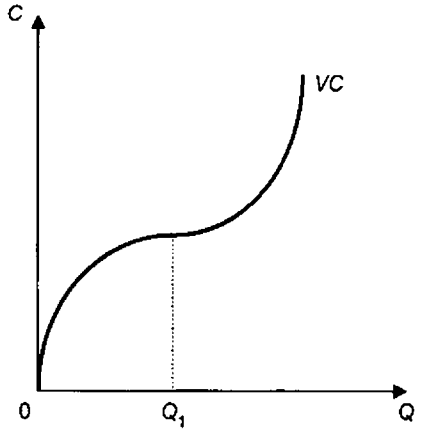


Рис. 9-3.
Переменные издержки

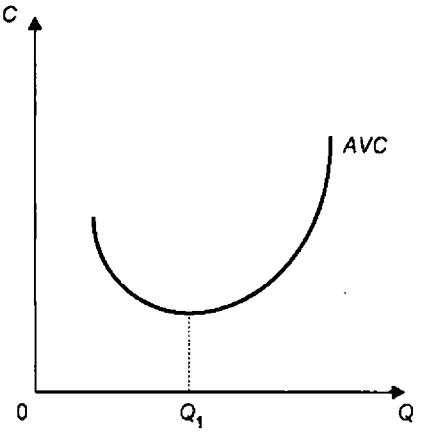


Рис. 9-4.
Средние переменные издержки

СРЕДНИЕ ОБЩИЕ ИЗДЕРЖКИ (*ATC — average total costs)* представляют собой частное от деления общих издержек (TC) на объем производства (Q). (Иногда средние общие издержки ATC в экономической литературе обозначают как AC):

$$AC(ATC) = \frac{TC}{Q}.$$

Средние общие издержки можно также получить путем сложения средних постоянных и средних переменных издержек:

$$AC = AFC + AVC.$$

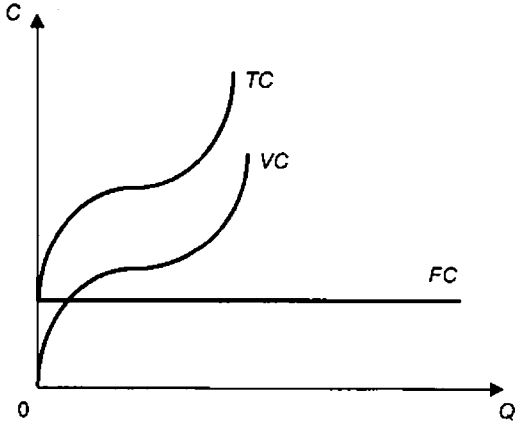


Рис. 9-5. Общие издержки фирмы

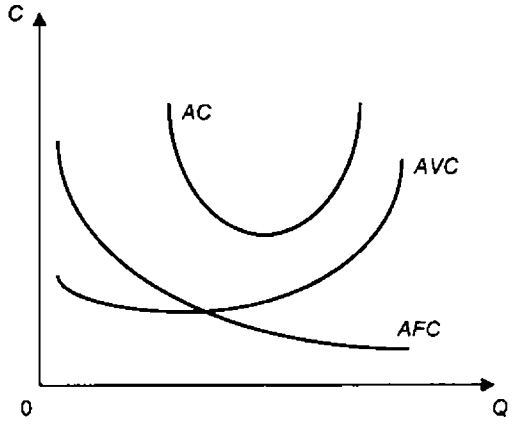


Рис. 9-6. Средние общие, средние переменные и средние постоянные издержки

Графически средние издержки изображаются суммированием кривых средних постоянных и средних переменных издержек и имеют U-образную форму (рис. 9-6).

Роль средних издержек в деятельности фирмы определяется тем, что их сравнение с ценой позволяет определить величину прибыли, которая рассчитывается как разность между общей выручкой и общими издержками. Эта разница служит критерием выбора правильной стратегии и тактики фирмы.

Понятий общих и средних издержек бывает недостаточно для анализа поведения фирмы. Поэтому экономисты используют еще один вид издержек — предельные.

ПРЕДЕЛЬНЫЕ ИЗДЕРЖКИ (*MC — marginal costs*) — это приращение общих издержек на производство дополнительной единицы продукции.

Категория предельных издержек имеет стратегическое значение, поскольку позволяет показать те издержки, которые придется понести фирме в случае производства еще одной единицы продукции или сэкономить в случае сокращения производства на эту единицу. Иначе говоря, предельные издержки — это та величина, которую фирма может контролировать прямо.

Предельные издержки получают как разность между издержками производства $n + 1$ единиц и издержками производства n единиц продукта.

Поскольку при изменении объема выпуска постоянные издержки FV не меняются, изменение предельных издержек определяется лишь изменением переменных издержек в результате выпуска дополнительной единицы продукции. Следовательно, математически предельные издержки можно выразить так:

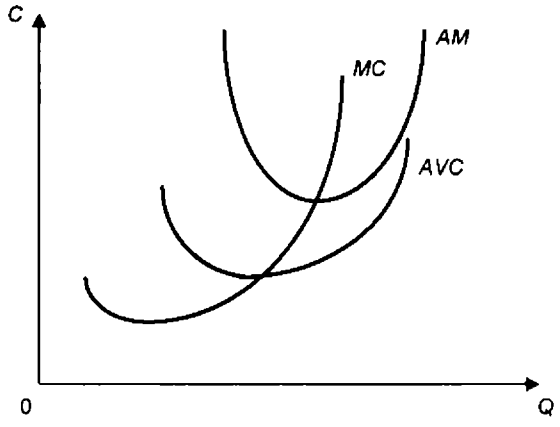


Рис. 9-7. Предельные и средние издержки

$$MC = VC_{n+1} - VC_n;$$

$$MC = \frac{\Delta VC}{\Delta Q} = \frac{dVC}{dQ},$$

где Δ (дельта — *греч.*) — малое изменение чего-либо;
d (derivative) — **производная**, которая в экономике интерпретируется как предельная величина функции. Первой производной функции переменных издержек по выпуску продукции являются предельные издержки.

Графически предельные издержки изображаются следующим образом (рис. 9-7).

Прокомментируем основные соотношения между средними и предельными издержками.

1. Размеры предельных и средних издержек имеют исключительно важное значение, поскольку от них в первую очередь зависит выбор фирмой объема производства (это будет показано ниже).
2. *MC* не зависят от *FC*, так как *FC* не зависят от объема производства, а *MC* — это *приростные* издержки.
3. Пока *MC* меньше *AC*, кривая средних издержек имеет отрицательный наклон. Это означает, что производство дополнительной единицы продукции уменьшает средние издержки.
4. Когда *MC* равны *AC*, это значит, что средние издержки перестали уменьшаться, но еще не начали расти. Это точка минимальных средних издержек ($AC = \min$).

5. Когда *MC* становятся больше *AC*, кривая средних издержек идет вверх, что свидетельствует об увеличении средних издержек в результате производства дополнительной единицы продукции.
6. Кривая *MC* пересекает кривую *AVC* и кривую *AC* в точках их минимальных значений (рис. 9-7).

9.4. КРАТКОСРОЧНОЕ И ДОЛГОСРОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ

Каким же должен быть оптимальный объем производства, если фирма ставит задачу максимизации прибыли?

Очевидно, для этого нужно знать прежде всего цену, по которой фирма может продать тот или иной объем произведенной продукции. Зная цену и объем, можно рассчитать доход фирмы. Максимизация же прибыли достигается, как уже отмечалось, при максимальной разнице между совокупным доходом и совокупными издержками.

Сначала предположим, что фирма осуществляет свою деятельность в условиях **совершенной конкуренции.** Это такой рынок, на котором на каждую фирму приходится незначительная доля продаж данной продукции. Для соблюдения условий совершенной конкуренции необходимо также, чтобы имелась свобода доступа на рынок, т. е. чтобы новые фирмы могли без всяких препятствий войти в рынок тогда, когда существует возможность получить прибыль, превышающую затраты на оплату факторных доходов (зарплаты, ренты, процента, предпринимательского дохода). В результате такого свободного доступа кривая спроса каждой фирмы опускается до тех пор, пока прибыли каждой из них не достигнут нормального уровня и не исчезнет стимул для входа на рынок новых конкурентов. (Заметим, что *нормальная прибыль*[1] — это минимальная прибыль, которую фирма должна получить для продолжения своей деятельности в данной отрасли. Это возможно тогда, когда общая выручка в точности покрывает факторные издержки и имеет место нулевой уровень прибыли.)

При этих условиях кривая спроса каждой фирмы имеет горизонтальный вид. А это значит, что любой объем продукции конкурентная фирма будет продавать по одной и той же цене (рис. 9-8).

---

[1] Понятие нормальной прибыли в неоклассической теории включает минимальную прибыль, необходимую для продолжения деятельности фирмы. В марксистской политэкономии под нормальной прибылью понимают среднюю прибыль, получаемую в отрасли.

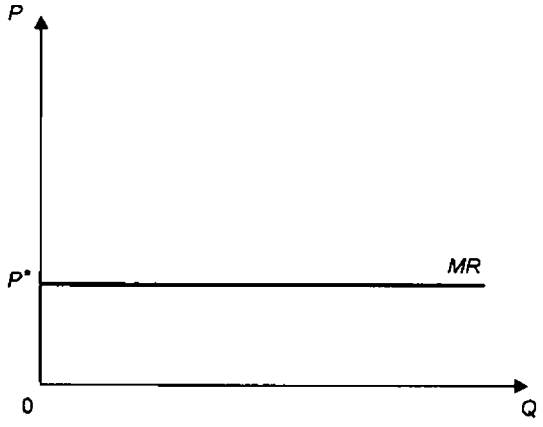


Рис. 9-8. Предельный доход конкурентной фирмы

В этом случае **совокупный доход** фирмы (*TR — total revenue)* представляет собой величину, равную:

$$TR = P \times Q,$$

где P — цена блага;

Q — количество проданных благ.

СРЕДНИЙ ДОХОД (*AR — average revenue)* — это доход на единицу проданного блага:

$$AR = \frac{TR}{Q}.$$

Продавая каждую дополнительную единицу продукции, фирма будет получать некоторое приращение общего дохода. Это приращение получило название **предельного дохода** (*MR — marginal revenue)*:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{dTR}{dQ} = \frac{d(pQ)}{dQ} = p\frac{dQ}{dQ} = P.$$

Таким образом, для фирмы, действующей на совершенно конкурентном рынке, предельный доход равен рыночной цене ($MR = P^*$), поскольку, как уже отмечалось, за каждую единицу проданного товара фирма получит рыночную цену вне зависимости от объема ее выпуска. Графически линия цены и линия предельного дохода совпадают и горизонтальны.

Очевидно, что при таких условиях и средний доход (AR) равен предельному доходу (MR):

$$P^* = MR = AR.$$

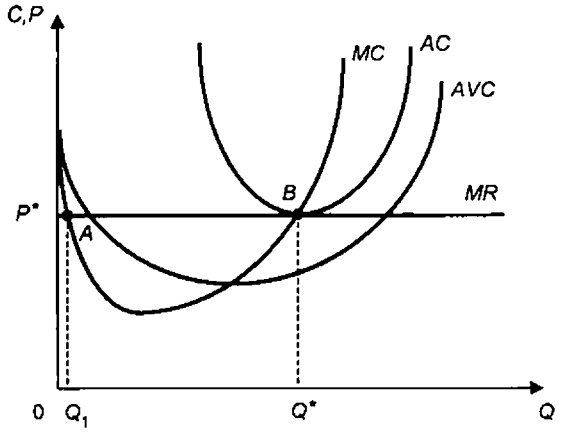


Рис. 9-9. Равновесный выпуск фирмы в условиях совершенной конкуренции

Таким образом, конкурентные фирмы являются "*принимающими цены*" (в отличие от монопольных фирм, выступающих в роли "*устанавливающих цены*") и могут продать столько продукции по сложившейся на рынке цене, сколько они способны произвести.

Теперь можно дать ответ на вопрос, *какой объем производства выберет фирма, стремящаяся максимизировать свою прибыль*. При U-образной кривой средних издержек AC единственным объемом выпуска в краткосрочном периоде, соответствующем максимальной прибыли, является такой, при котором предельные издержки равны предельному доходу ($MC = MR$). Так как кривая спроса для каждой фирмы горизонтальна, то графически модель равновесия конкурентной фирмы будет иметь следующий вид (рис. 9-9).

Равновесный выпуск Q^* достигается при условии:

$$P^* = MR = MC = AC\,.$$

Отметим некоторые соотношения между издержками и предельным доходом для фирмы в краткосрочном периоде.

1. Кривая MC пересекает линию MR дважды — в точках A и B. Это значит, что не только в точке B, но и в точке A $MC = MR$. Почему же фирма не выберет объем выпуска, равный Q_1?

   Дело в том, что хотя при этом объеме работа фирмы безубыточна, тем не менее у нее есть возможность увеличить свою прибыль за счет дальнейшего расширения производства. Каждая дополнительно выпущенная единица продукции будет приносить фирме доход, превышающий затраты. Иначе говоря, предельный доход MR будет превышать предельные издержки MC вплоть до точки B, в которой они сравняются.

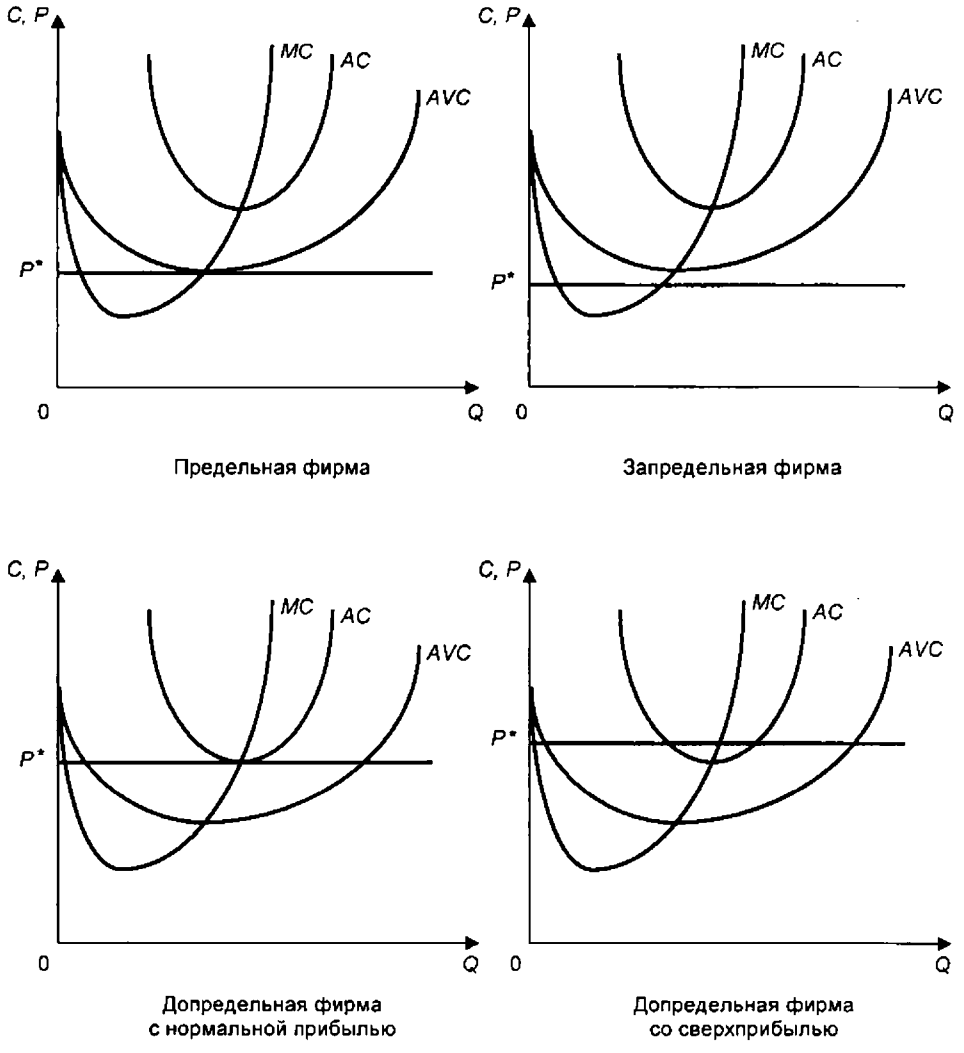


Рис. 9-10. Классификация фирм
в условиях краткосрочного давления

2. Перейдя точку B, кривая предельных издержек будет находиться выше линии предельного дохода, а это значит, что $MC > MR$. Следовательно, фирма не будет увеличивать выпуск свыше Q^*, так как затраты на каждую дополнительную единицу продукции будут превышать доход, в результате чего она понесет чистые убытки.

3. В краткосрочном периоде у фирм могут складываться различные соотношения между средними издержками и ценой. В зависимости от этого экономисты выделяют четыре типа фирм (рис. 9-10).

Предположим, что в краткосрочном периоде для каких-то фирм рыночная цена оказывается на уровне средних переменных издержек ($P^* = AVC$). В этом случае фирма понесет убытки, поскольку ее средние общие издержки будут выше цены ($AC > P^*$). Однако какое-то время она будет продолжать работать, так как в противном случае ей грозят чистые убытки в размере постоянных издержек, которые существуют даже при нулевом выпуске. Такие фирмы получили название *предельных*.

В случае повышения цен предельные фирмы смогут покрывать не только средние переменные, но и средние общие издержки, что даст им возможность получать нормальную (нулевую) прибыль. Фирмы, получающие нормальную прибыль, называются обычными *допредельными фирмами* ($P^* = AC$).

Если цена выше средних общих издержек ($P^* > AC$), фирма получает не только нормальную прибыль, но и сверхприбыль (*допредельная фирма со сверхприбылью*).

В случае падения цены ниже средних переменных издержек ($P^* < AVC$) совокупный доход фирмы окажется ниже, чем переменные издержки, и она перестанет быть конкурентоспособной. Это значит, что при такой цене фирма не сможет покрывать даже свои текущие расходы и вынуждена будет выйти из отрасли, окажется за ее пределами (*запредельная фирма*). Эта цена получила название *цены закрытия*[1].

Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

В отличие от краткосрочного периода, в течение которого все факторы производства, используемые фирмой, являются неизменными, долгосрочный период характеризуется тем, что задачу выпуска того или иного объема продукции фирма может решать, меняя все используемые ею ресурсы. Поскольку все факторы производства становятся переменными, то фирма стремится расширить объем выпуска, причем так, чтобы издержки на единицу выпускаемой продукции были минимальными. При этом следует отметить, что в долгосрочном периоде *постоянных* издержек не существует, а средние *переменные* издержки равны средним *общим* издержкам. Поэтому применительно к долгосрочному периоду используется только одно понятие — *средние издержки*.

Рассмотрим соотношения между кривыми средних издержек AC в краткосрочном и долгосрочном периодах.

---

[1] *Нуреев Р. М.* Основы экономической теории: Микроэкономика. М., 1996. С. 208; *Харвей Дж.* Постигаем экономику. С. 157.

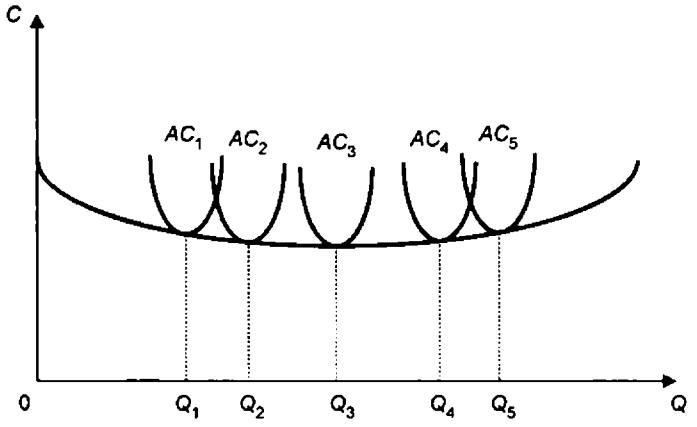


Рис. 9-11

Каждая фирма в тот или иной момент имеет определенные масштабы производства, которым соответствует та или иная кривая средних издержек краткосрочного периода. Таких кривых существует столько, сколько масштабов производства исследуется. Меняя эти масштабы, фирма переходит от одной кривой средних издержек краткосрочного периода к другой. При этом средние издержки до определенного объема выпуска будут уменьшаться, а затем начнут постепенно возрастать (на рис. 9-11 это видно при переходе от AC_1 к AC_3, а затем от AC_3 к AC_5).

Соединив точки минимума AC_1, AC_2, AC_3, AC_4, AC_5, ..., AC_n, получим *средние издержки в долгосрочном периоде* AC_L. При условии, что цены на используемые ресурсы остаются неизменными, уменьшение средних издержек в долгосрочном периоде до объема Q_3 объясняется тем, что с расширением производства темпы прироста готовой продукции начинают обгонять скорость прироста издержек на используемые факторы производства. Это происходит в силу действия *эффекта экономии от масштаба*. Суть его заключается в том, что на начальном этапе увеличение количества используемых факторов производства позволяет углубить специализацию производства, использовать более производительную технику и технологию, снизить число занятых, сэкономить на строительстве зданий, коммуникаций, уменьшить издержки на дизайн, обучение, рекламу, маркетинг и т. д. Так, например, производство пищи в одном ресторане "Макдональдс" явно неэффективно. Поэтому рестораны объединяются в систему, где имеются централизованная кухня, из которой обеды доставляются во все рестораны, единый центр подготовки персонала ("Университет гамбургеров" и т. д.).

Однако дальнейшее расширение производства приведет к тому, что на фирмах возрастут так называемые *издержки бюрократического контроля*

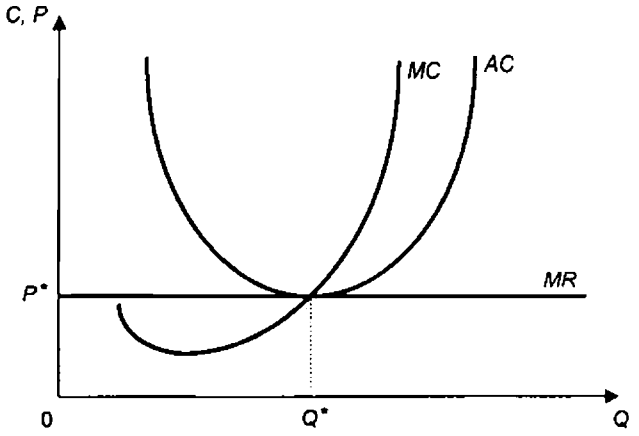


Рис. 9-12. Равновесие конкурентной фирмы в долгосрочном периоде

(потребуются дополнительные структуры управления — отделы, смены, цехи, участки; возрастут расходы на административный аппарат; снизится эффективность управления, участятся сбои в организации). Все это в конечном счете вызовет увеличение издержек производства, и кривая AC_L станет возрастать.

Эффективным масштабом производства считаются такие размеры производства, когда при росте объема выпуска (Q_1, Q_2, Q_3) AC_L снижаются.

Неэффективным масштабом — такие размеры, когда фирма несет потери от увеличения выпуска (Q_4, Q_5, ..., Q_n).

Оптимальным масштабом считается тот, при котором достигается минимум издержек Q_3. При этом объеме кривая AC_3 и кривая MC достигают наименьших значений. Любая попытка фирмы добиться одновременного расширения производства и сокращения средних издержек будет безуспешной. Возможности экономии от масштаба производства исчерпают себя, и та фирма, которая пойдет на риск расширения выпуска, потерпит неудачу. Значит, при объеме Q_3 фирма оптимизирует свою деятельность в долгосрочном периоде.

Таким образом, в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде фирма максимизирует прибыль при выполнении равенства:

$$P^* = MR = MC = AC = AR.$$

Иллюстрацией этого условия служит график (рис. 9-12).

Основные выводы

1. В хозяйственной деятельности фирмы важную роль играет фактор времени. Фирма может осуществлять свою деятельность в краткосрочном и долгосрочном периодах. Для *краткосрочного периода* характерны неизменные факторы производства, используемые фирмой, и постоянное число фирм в отрасли. В *долгосрочном периоде* все факторы производства являются переменными, а число фирм в отрасли может изменяться.

2. Неоклассическая теория фирмы основана на предположении, что *цель фирмы заключается в максимизации прибыли* путем выбора направлений затрат при заданных рыночных ценах. Максимальная прибыль достигается за счет разницы между годовым доходом R и издержками производства C, т. е.

$$П = R - C,$$

где доход рассчитывается как объем производства, умноженный на цену выпуска.

3. Издержки фирмы делятся на *постоянные* (*FC*) и *переменные* (*VC*). Постоянные издержки не зависят от объема выпуска, и фирма должна их покрывать даже при нулевом объеме производства. Переменные издержки являются функцией выпуска и возрастают по мере увеличения производства. Сумма постоянных и переменных издержек составляет величину *общих издержек фирмы TC*.

4. В деятельности фирмы особое значение имеют *средние переменные* (*AVC*), *средние общие* (*AC*), а также *предельные* (*MC*) издержки.
   Роль средних издержек определяется тем, что на основании их сравнения с ценой можно определить величину прибыли, исходя из которой фирма имеет возможность выбрать правильную стратегию и тактику своей деятельности.
   Предельные издержки — это такие затраты, которые несет фирма при изменении выпуска на единицу, поэтому фирма может контролировать их непосредственным образом. На предельные издержки не влияет уровень постоянных издержек, так как если изготовлена дополнительная единица продукции, то постоянные издержки не изменятся и, следовательно, дополнительные постоянные издержки должны быть равны нулю. Отсюда следует, что изменение предельных издержек определяется только изменением переменных издержек. В краткосрочном периоде кривая предельных издержек возрастает вследствие действия закона убывающей отдачи. В долгосрочном периоде предельные издержки могут расти, падать или оставаться постоянными в зависимости от положительного или отрицательного эффекта масштаба.

5. В условиях совершенной конкуренции фирма находится в *краткосрочном равновесном состоянии* при условии равенства предельных издержек (*MC*) предельному доходу (*MR*). Поскольку для конкурентной фирмы продажная цена P задается рынком и остается постоянной при любом выпуске, пре-

дельный доход совпадает с ценой ($MR = P$). Это означает также, что и средний доход (AR) равен цене:

$$P = MR = MC = AR.$$

В краткосрочном периоде фирмы могут получать прибыль и нести убытки, поскольку у одних фирм средние издержки окажутся ниже цены, у других — выше. Убыточные фирмы вынуждены покинуть отрасль, а прибыльные будут привлекать в отрасль новых конкурентов.

6. В *долгосрочном периоде* число фирм в отрасли изменится, в результате чего средние издержки уравняются с ценой и прибыль исчезнет. Поэтому в долгосрочном периоде конкурентные фирмы получают нулевую прибыль и находятся в равновесном состоянии при условии:

$$P = MR = MC = AR = AC.$$

Вопросы для повторения

1. Какие критерии лежат в основе разграничения краткосрочного и долгосрочного периодов?
2. "Любая фирма стремится лишь к максимизации своей прибыли". Верно ли это утверждение?
3. Чтобы получить максимальную прибыль, фирма должна продать как можно больше продукции. Так ли это?
4. Чем отличается экономическая прибыль от бухгалтерской?
5. Почему кривая предельных издержек MC пересекает кривую средних переменных издержек AVC и средних общих издержек AC в точках их минимальных значений?
6. Почему кривая предельного дохода конкурентной фирмы MR совпадает с линией цены P и имеет горизонтальный вид?
7. Расскажите, при каких условиях конкурентная фирма достигает равновесия.
8. Почему в долгосрочном периоде конкурентная фирма получает нулевую прибыль?
9. Могут ли конкурентные фирмы развиваться, если они получают в долгосрочном периоде нулевые прибыли?
10. При каком объеме выпуска конкурентная фирма достигнет оптимального масштаба в долгосрочном периоде?

Задачи, упражнения, тесты

1. В таблице представлена информация о деятельности нескольких фирм. Рассчитайте недостающие данные и сделайте вывод о перспективах развития каждой фирмы.

Таблица 9-2

Информация о деятельности фирм

P	*Q*	*TR*	*TC*	*FC*	*VC*	*AC*	*AVC*	*MC*
		10 000	9 000			1,80		2,00
	1 000	5 000		1 500			5,50	5,00
		8 000		1 000		3,50	3,00	4,50
		12 000	12 000		9 000		1,50	
3,00				6 000	8 000	3,50		
4,00	2 000				7 000	4,50		4,00
3,00	2 000			3 000	7 000			3,00

2. Предположим, что фирма действует в условиях совершенной конкуренции. Тогда в точке краткосрочного равновесия:

   а) цена товара (*P*) равна предельным издержкам (*MC*) его производства;
   б) цена товара (*P*) равна средним издержкам (*AC*) его производства;
   в) цена товара равна его предельной полезности;
   г) верно а) и б);
   д) верно все вышеперечисленное.

3. Предположим, что в некоторой конкурентной отрасли, состоящей из большого числа маленьких фирм, существуют входные барьеры. Информация о деятельности этих фирм также недоступна для других фирм, желающих войти в данную отрасль. Правительство решило вмешаться в возникшую ситуацию и рассматривает две альтернативные налоговые схемы: 1) ввести единовременный налог с каждой из фирм; 2) облагать налогом каждую единицу выпуска.

   а) Проиллюстрируйте воздействие этих двух схем. Что случится с рыночной ценой и количеством продукции каждой из фирм?
   б) Некоторые экономисты утверждают, что преимущество единовременного налога состоит в том, что все бремя налога ложится на фирмы, а не на потребителя. С другой стороны, при налоге на единицу выпуска бремя налога справедливо распределено между фирмами и потребителями. Обсудите.
   в) Ответьте на вопросы а) и б), если информация о деятельности отрасли стала доступна всем потенциальным конкурентам.

4. Уравнения спроса и предложения на рынке имеют следующий вид:

   $Q_d = 1000 - 100P$;

   $Q_S = 500 + 100P$.

а) Нарисуйте кривые спроса и предложения. Найдите равновесные цену и количество.

б) Какова эластичность спроса по цене в точке равновесия?

в) Нарисуйте кривую предложения и новую точку равновесия после установления налога в размере 1 руб. на произведенную единицу товара.

г) Как распределится сумма налога?

5. В экономике производятся только два товара, и в ней действует совершенная конкуренция.

а) Что имеют в виду, когда говорят, что эта экономика эффективна? Технология производства товара X стала более совершенной. Эластичность спроса на товар X меньше единицы.

б) Что произойдет с ценами товаров X и Y? Почему? Что это значит?

в) Что произойдет с реальными ценами в этой экономике?

г) Согласуются ли ваши ответы на б) и в) с информацией, содержащейся на кривой производственных возможностей?

6. В краткосрочном периоде фирма может изменять количество используемых трудовых ресурсов, но не может повлиять на величину используемого капитала. В таблице показано, как изменяется выпуск продукции вследствие изменения количества применяемого труда.

Затраты труда (в чел./дн.)	Количество продукции (в ед./дн.)	MP_L	AP_L
0	0	—	—
1	35	—	—
2	80	—	—
3	122	—	—
4	156	—	—
5	177	—	—
6	180	—	—

а) Определите предельный продукт труда (MP_L) и средний продукт труда (AP_L).

б) Постройте кривые MP_L и AP_L.

в) Определите, при каком количестве используемого труда кривая MP_L пересечет кривую AP_L.

г) Повлияет ли изменение в затратах капитала на положение кривой MP_L?

7. Предельный продукт капитала (MP_K) составляет 60 изделий в час. Предельный продукт труда (MP_L) — 40 изделий за тот же период. Оплата

одного часа работы машины — 30 руб., почасовая оплата труда — 10 руб. Какое необходимо принять решение (заменить трудом капитал или наоборот) для приближения фирмы к состоянию равновесия?

8. Предположим, что при данной технологии фирма может изменить только количество используемого труда. Ставка заработной платы — 10 руб. в час, предельный продукт равен 20 единицам выпуска на 1 чел./час, а средний продукт труда составляет 30 ед./час. Найдите предельные и средние переменные издержки этой фирмы.

Рекомендуемая литература

Барр Р. Политическая экономия: В 2 т. Т. 2. М., 1994.

Интрилигатор М. Математические методы оптимизации и экономическая теория. М., 1975.

Коуз Р. Фирма, рынок и право. М., 1995.

Майталь Ш. Экономика для менеджеров. М., 1996.

Морган Дж. М. Руководство по изучению учебника С. Фишера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензи "Экономика". М., 1997.

Нуреев Р. М. Основы экономической теории: Микроэкономика. М., 1996.

Сборник задач по экономике / Отв. ред. Ю. Е. Власьевич. М., 1996.

Теория фирмы / Под ред. В. Гальперина. СПб., 1995.

Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М., 1993.

Экономика. 2-е изд. / Под ред. А. С. Булатова. М., 1997.

РАЗДЕЛ V

ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОК: ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

В предыдущем разделе были рассмотрены основные положения теории фирмы, определены мотивы и принципы ее поведения на рынке. Предполагалось, в частности, что фирма действует в абсолютно конкурентной среде — в условиях совершенной конкуренции. При этом мы исходили из двух предпосылок: о неограниченном числе фирм на рынке и о свободном входе в отрасль и выходе из нее. Это дало возможность определить цену и объем продаж конкурентной фирмы, а также условия ее равновесия в краткосрочном и долгосрочном периодах.

В данном разделе будет показано, что решения фирмы о цене и объеме выпуска в значительной мере определяются *конкурентной структурой рынка*. Под конкурентной структурой понимаются характер соперничества фирм и наличие монопольной власти, а также степень их влияния на принимаемые фирмами решения. Рассмотрение этих проблем мы начнем с краткой характеристики основных типов рынков.

ГЛАВА 10

СТРУКТУРА РЫНКА: КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Ключевые понятия

Административная монополия
Внешние эффекты
Гипотеза Шумпетера
Двусторонняя монополия
Дуополия
Естественная монополия
Индекс Лернера
Индекс Херфиндаля—Хиршмана
Картель
Конкурентная структура рынка
Лидерство в ценах
Модель Курно
Монополистическая конкуренция
Монополия
Монополия, осуществляющая дискриминацию
Монопольная прибыль
Монопсония
Налог Пигу
Несовершенная конкуренция
Несовершенства рынка
Неценовая конкуренция
Однородность
Олигополия
Оптимум Парето
Потери мертвого груза
Теорема экономики благосостояния
Чистая (абсолютная) монополия
Чистая (совершенная) конкуренция
Ценовая дискриминация

10.1. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

В экономической науке выделяются следующие типы рыночных структур.

1. *Чистая (совершенная) конкуренция.* Это такое состояние рынка, когда большое количество фирм производят аналогичную продукцию, но ни размеры фирм, ни другие причины не позволяют хотя бы одной из них воздействовать на рыночную цену, в связи с чем спрос на продукцию отдельной фирмы не будет сокращаться по мере увеличения ею своих продаж. На графике кривая спроса отдельной фирмы имеет вид прямой линии, параллельной горизонтальной оси. Для всего же рынка кривая спроса имеет отрицательный наклон, а кривая предложения — положительный. Пересечение кривой спроса с кривой предложения соответствует точке рыночного равновесия с определенной рыночной ценой и равновесным объемом продаж. На конкурентном рынке реализуются максимальные объемы продукции.

2. *Чистая (абсолютная) монополия.* Рынок считается абсолютно монополизированным, если на нем функционирует единственный производитель продукта, причем этот продукт не имеет близких заменителей, произведенных в других отраслях. Следовательно, в условиях чистой монополии границы отрасли и границы фирмы совпадают. Поэтому кривая спроса на продукцию монопольной фирмы аналогична кривой рыночного спроса, т. е. имеет отрицательный наклон.

3. *Монополистическая конкуренция.* Такая рыночная структура имеет некоторое сходство с совершенной конкуренцией, за исключением в первую очередь того, что в отрасли производится сходная, но не одинаковая продукция. Сходство продукции дает фирмам частичную монопольную власть над рынком. Различия в продукте могут и не затрагивать качеств товара как такового. Повышенный спрос может быть обусловлен более привлекательной упаковкой, более удобным расположением магазина, лучшей организацией торговли (хорошее обслуживание, подарочные купоны, послепродажный сервис), в силу чего покупатели отдают предпочтение данному товару. Для каждой такой фирмы кривая спроса имеет отрицательный наклон, и поэтому фирма может влиять на цену.

4. *Монопсония.* Ситуация на рынке, когда имеется только один покупатель. Монопольная власть покупателя ведет к тому, что он устанавливает цену.

5. *Монополия, осуществляющая дискриминацию.* Обычно под этим понимается практика назначения компаниями разных цен для различных покупателей.

6. *Двусторонняя монополия.* Рынок, на котором одному покупателю, не имеющему конкурентов, противостоит один продавец-монополист.

7. *Олигополия.* Ситуация на рынке, при которой небольшое число крупных фирм производят бóльшую часть продукции всей отрасли. На таком рынке фирмы осознают взаимозависимость своих продаж, объемов производства, инвестиций и рекламной деятельности.

8. *Дуополия.* Рыночная структура, в которой действуют только две фирмы. Частный случай олигополии.

Перечисленные рыночные структуры имеют разную степень распространения в реальной действительности. Совершенная конкуренция является скорее научной абстракцией, а не фактически существует на современном рынке. Видимо, в прошлом (в XIX в. в Европе) ряд товарных рынков во многих отношениях был близок к такой структуре. В настоящее же время с известной долей условности к совершенной конкуренции можно отнести, в частности, рынки зерна и ценных бумаг. Чистая монополия в рыночной экономике также представляет собой крайне редкое явление, особенно в масштабах всей страны.

Что касается других форм рынка, то они широко распространены в современной практике хозяйствования. Двусторонняя монополия встречается на рынке труда, где сталкиваются две монопольные силы — профсоюзы и предпринимательские организации. Дискриминация в области цен имеет место в пассажирских авиаперевозках, во врачебной практике, в адвокатских услугах и т. п.

Но наиболее распространенными рыночными структурами являются монополистическая конкуренция и олигополия. Выпечка хлеба, производство шампуней, розничная торговля и многие другие виды деятельности осуществляются в условиях монополистической конкуренции, поскольку производимые фирмами товары и услуги хотя бы в небольшой степени отличаются от товаров и услуг конкурирующих производителей. Львиная доля промышленного производства сосредоточена в руках компаний, которые формируют олигополистический рынок: автомобильная, металлургическая, табачная промышленность, сельскохозяйственное машиностроение, станкоинструментальное производство.

Рассмотрим теперь более подробно процесс установления цен и определения объемов выпуска фирмами, действующими на некоторых из перечисленных рынков.

10.2. РЫНОК СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ: ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ И ПРЕИМУЩЕСТВА. ОПТИМУМ ПАРЕТО

Для существования совершенной (чистой, свободной) конкуренции необходимо соблюдение следующих условий.

1. ***Большое количество относительно мелких производителей и покупателей, их свободный вход на рынок и выход из него.*** Это означает, что любой человек может заняться предпринимательской деятельностью или прекратить подобное занятие. Он может открыть свою фирму и самостоятельно трудиться; может нанять работников и стать, по терминологии К. Маркса, капиталистом; купить акции или облигации любой компании; положить деньги в банк и получать соответствующие проценты; инвестировать средства в недвижимость (землю, дом) и присваивать ренту. Модели свободного рынка присущи любые формы собственности, кроме государственной, и индивид имеет возможность выбрать любую из них. На таком рынке исключаются любые формы дискриминации потребителей. Любой имеющий деньги человек может купить те товары и услуги, которые ему нужны.

2. ***Абсолютная мобильность материальных, финансовых, трудовых и прочих факторов производства в долгосрочном периоде.*** Если изменяется спрос на конечный продукт в долгосрочном периоде, то это должно вызвать перелив факторов производства из менее прибыльных отраслей в более прибыльные. Когда участники конкуренции вкладывают свои деньги в какой-то актив, например в акции, то делают они это не просто так, а ради получения прибыли. Рассчитывать на нее они могут лишь в том случае, если в результате перемещения их капитала растут производство и объем продаж. А это возможно, если привлекаются дополнительные ресурсы, применяются более эффективные технологии, формы организации производства и т. д.

3. ***Наличие у всех участников конкуренции полной информации о рыночных условиях.*** Полная информация означает выполнение следующих требований:

а) покупатели и продавцы имеют исчерпывающее представление о спросе и предложении, знают цены на факторы производства и готовую продукцию во всех секторах рынка и действуют в соответствии с ценами;

б) нормы прибыли действующих в отрасли фирм известны всем потенциальным конкурентам, которые при желании могут свободно войти в отрасль и заняться выгодным для них бизнесом.

Без перечисленных требований субъекты экономической деятельности не могут сделать рациональный выбор: между покупкой дома и приобретением акций; вложением денег в ценные бумаги разных компаний; при покупке потребительских товаров и т. д.

4. ***Абсолютная однородность одноименных товаров*** (отсутствие монополии по дифференциации продукта). Эта предпосылка означает, что покупатели потребительских благ или факторов производства воспринимают их как совершенные заменители (субституты) и выбирают продавца исходя исключительно из цены товара. Если кто-либо из продавцов поднимет цену, то покупатели мгновенно уходят от него и покупают товар у его конкурентов.

Товары могут быть физически различными, но экономически однородными. Например, каждый работник является физической индивидуальностью, но в некоторой группе работники могут обладать одинаковой способностью к выполнению работы, и поэтому группа может рассматриваться фирмой как однородная.

Однородность одноименных товаров недостижима, если существуют реальные или кажущиеся различия между ними (даже такие, как упаковка, цвет, марка товара, местонахождение фирмы, репутация продавца). Все эти и другие различия могут поставить продавца в привилегированное (монопольное) положение, поэтому повышение им цены не обязательно приведет к потере клиентов. В случае если продукт не однороден, а дифференцирован, то кривая спроса фирмы будет иметь отрицательный наклон.

5. ***Ни один участник свободной конкуренции не может оказывать влияния на решения, принимаемые другими участниками.*** Поскольку число рыночных субъектов очень велико, вклад каждого производителя в общий объем производства ничтожно мал (так же как и спрос отдельного потребителя). Это означает, что каждый из них в отдельности не в состоянии повлиять на цену товара. Рыночную цену они формируют лишь совместными действиями. Каждый же в отдельности продает свой товар по одной и той же цене, поэтому графически кривая спроса на продукцию отдельного продавца абсолютно эластична. Если бы фирма установила цену выше рыночной, то ее товар никто не покупал бы; напротив, если она станет продавать по более низкой цене, чем рыночная, то доход от продаж не будет максимальным, потому что на конкурентном рынке любой объем выпуска может быть распродан по равновесной рыночной цене.

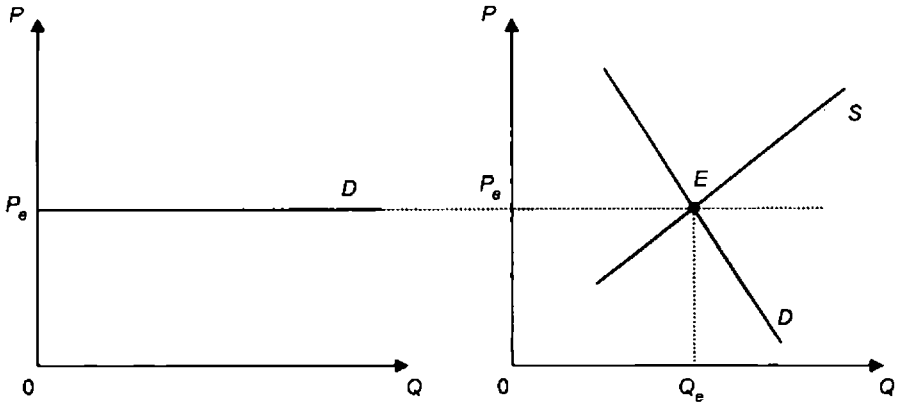


Рис. 10-1. Конфигурация рынка совершенной конкуренции

На рис. 10-1 изображены модели конкурентной фирмы и конкурентного рынка, в которых отражены указанные выше характеристики.

К сказанному следует добавить, что на свободном рынке исключены инфляция, безработица, перепроизводство и другие явления экономического неравновесия.

Что касается роли государства, то это особая проблема и о ней пойдет речь ниже.

Такова совокупность условий свободного рынка. Однако одновременно эти пять условий на практике никогда не выполняются, и поэтому совершенная конкуренция — это прежде всего аналитическая модель, позволяющая прийти к ряду важных заключений.

Суммируя все вышесказанное, можно сделать следующие выводы.

Рынок свободной (совершенной) конкуренции — это *регулятор общественного производства*, поскольку он:

а) позволяет достичь соответствия экономических интересов производителей и потребителей, обеспечивая при этом выигрыш (*излишек*) и тем и другим. Это осуществляется путем уравновешивания спроса и предложения и установления цены равновесия. Следовательно, *свободный рынок представляет механизм установления равновесной цены*;

б) ориентирует всю экономику, в которой действует рынок, на потребителя, на его запросы, выраженные через платежеспособный спрос. Иначе говоря, *свободная рыночная система ориентирована на достижение одной цели — удовлетворение конечных потребностей человека.*

Исторический опыт показывает, что рыночная экономика решает эту задачу лучше других систем. Почему?

Потому что, *во-первых*, расширение закупок товаров потребителями сопровождается увеличением предложения товаров и снижением цен.

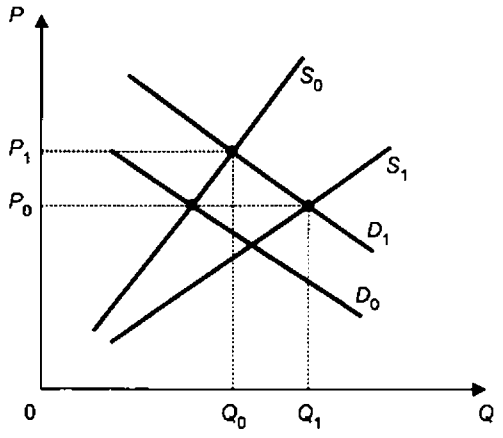


Рис. 10-2. Механизм реакции свободного рынка на расширение спроса покупателей

На рис. 10-2 показано, что повышение спроса (смещение кривой спроса D_0 в положение D_1) вызывает рост рыночной цены с P_0 до P_1. Возросшая цена — это сигнал для производителя о выгодности увеличения объемов выпуска. Расширение производства (смещение кривой S_0 вправо, в положение S_1) ведет к снижению равновесной цены и увеличению равновесного объема Q_1;

во-вторых, рынок выявляет вкусы и предпочтения потребителей и реагирует на них;

в-третьих, при наличии свободного рынка дефицит носит временный характер;

в) свободный рынок *эффективно распределяет ограниченные ресурсы* благодаря информации, заложенной в ценах.

Это значит, *во-первых*, что рынок позволяет находить нужное, соответствующее спросу количество производителей; *во-вторых*, задает производителям свой уровень требований, исходящих от потребителей; *в-третьих*, заставляет производителей поддерживать высокую рентабельность, поскольку все производители, у которых издержки выше равновесной цены, вынуждены либо снизить их, либо покинуть рынок.

Эффективное распределение ограниченных ресурсов с целью достижения максимального удовлетворения потребностей обеспечивается при условии, когда цена равна предельным издержкам ($P = MC$). Это равенство означает, что фирмы увеличивают объем производства до тех пор, пока предельные издержки ресурса не станут равными цене производимого товара, по которой удалось его продать.

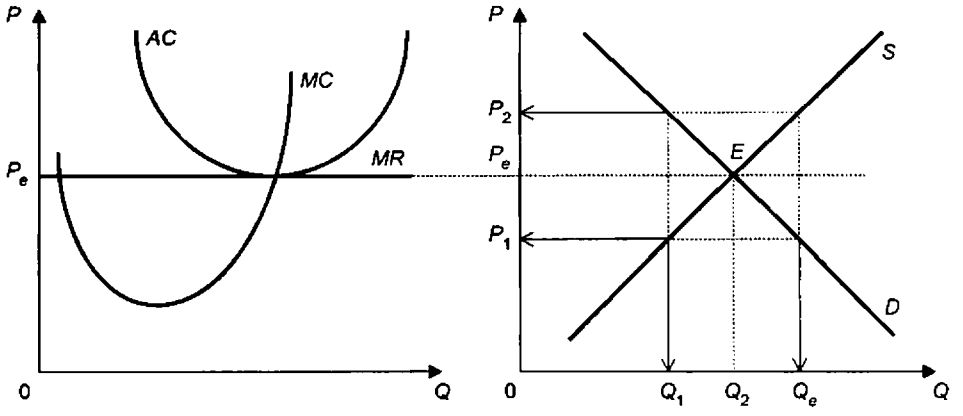


Рис. 10-3. Рынок и фирма в условиях совершенной конкуренции: оптимум Парето

В предыдущей главе было показано, что в краткосрочном периоде конкурентная фирма может получать сверхприбыль или нести убытки. Но в долгосрочном периоде высокая прибыль привлекает другие фирмы в отрасль и прибыль исчезает, а убыточные фирмы разоряются (рис. 10-3). Следовательно, в долгосрочном периоде возникает ситуация "*ни прибыли, ни убытков*", которая получила в экономической теории название ***оптимальности по Парето***.

Считается, что **оптимум Парето существует тогда, когда имеет место такое распределение ресурсов и готовой продукции, при котором отсутствует какой-либо вариант их перераспределения, улучшающий положение, по крайней мере, одного индивида и не ухудшающий положения других**.

В условиях оптимума Парето нет непроизводительной растраты ресурсов. Такая ситуация характерна для рынка совершенной конкуренции. На рис. 10-3 точка рыночного равновесия E оптимальна по Парето, поскольку она выражает равенство предельной полезности блага и предельных издержек его производства. Иначе говоря, поскольку эта точка показывает равновесную цену и равновесный объем, то каждый потребитель оценивает единицу своих покупок по ее предельной полезности и предельным издержкам.

Если мы захотим улучшить положение потребителей за счет снижения цены до уровня P_1, то на рынке будет предложено меньше товара (Q_1) и потребители готовы будут платить более высокие цены (P_2), чтобы фирмы расширили производство. Напротив, если бы производилось больше товара (Q_2), то потребители оценили бы каждую единицу ниже предельных издержек (потребители оценят по цене P_1, тогда как предельные издержки составят P_2). Рынок совершенной конкуренции учитывает лишь те издержки, которые окупаются.

Таким образом, конкурентное равновесие и эффективность по Парето — эквивалентные понятия. Их эквивалентность формулируется в виде двух фундаментальных теорем.

Первая теорема экономической теории благосостояния гласит: *всякое конкурентное равновесие является эффективным по Парето.*

Вторая теорема экономической теории благосостояния утверждает, что *для всякого эффективного по Парето распределения ресурсов найдется такой вариант их перераспределения, что данное эффективное по Парето распределение окажется конкурентно равновесным при новом распределении;*

г) наконец, у свободного рынка есть еще одно важное преимущество: он разрушает экономические границы государств, стремясь создать механизм равновесных цен в интернациональном масштабе.

Таким образом, если обобщить все сказанное, то рыночная система обеспечивает решение трех фундаментальных проблем:

что производить;
как производить;
для кого производить.

Так что можно по-разному относиться к рынку, но никакой другой механизм не сможет его заменить с той же эффективностью.

Однако в своей жизнедеятельности общество встречается со множеством других проблем, решить которые рынок не может. Было бы неправильно говорить в данном случае о недостатках рынка в буквальном смысле, а можно, скорее, говорить о том, что природе рынка не свойственно. В экономической литературе такого рода явления выражаются понятием *несовершенства рынка.*

10.3. НЕСОВЕРШЕНСТВА РЫНКА И НЕОБХОДИМОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО ВМЕШАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКУ

Выделяя основные несовершенства рынка, экономисты в своих рассуждениях исходят из того, что там, где не срабатывает рынок, должен существовать другой механизм, способный взять на себя соответствующие функции. Таким механизмом является государство. Поэтому *необходимость государственного вмешательства в рыночную экономику научно может быть объяснена именно неэффективностью рынка.*

Итак, выделим те социально-экономические проблемы, которые неподвластны рынку.

1. ***Механизм рынка не обеспечивает снабжение экономики нужным количеством денег*** (рублей, долларов, гривен, фунтов стерлингов и т. д., т. е. так называемых *центральных* денег).

Следовательно, **первая и ведущая функция государства — организация денежного обращения в стране**. Это естественная монополия государства. Однако это *особая* монополия — монополия на выпуск денег и регулирование денежной массы в строгом соответствии с другими параметрами экономики, а не на контроль за денежным обращением.

2. ***Механизм рынка не обеспечивает удовлетворение потребностей общества, которые не выражаются в индивидуальном платежеспособном спросе***. Дело в том, что люди хотят потреблять некоторые товары и услуги, но платежеспособного спроса на них не предъявляют. По этой причине производители, занятые в рыночных секторах экономики, не могут их производить. Такие товары и услуги получили название *общественных благ* (*public goods*). Это блага, при предоставлении которых одному индивиду они становятся доступными и другим без дополнительных затрат. В этом их отличие от *частных благ* (*private goods*), для которых потребление одним индивидом исключает потребление той же единицы блага другими. Следовательно, для общественных благ характерно неконкурентное потребление, т. е. потребление блага одним индивидом не уменьшает его доступности для других.

К таким благам относятся: национальная оборона, охрана общественного порядка, государственное управление, фундаментальная наука, защита окружающей среды, уличное освещение и т. п. Это так называемые чисто общественные блага. Но есть блага, которые могут иметь черты и общественного, и частного блага. Такие блага называются *смешанными* (*mixed goods*): образование, здравоохранение, парки, дороги и т. п. Они встречаются значительно чаще, чем чисто общественные блага.

Пол Самуэльсон выделил два критерия чисто общественного блага. Такое благо должно:

а) поступать к людям в одинаковых количествах (армия, например, не может защищать Иванова в большей степени, чем Петрова);

б) обладать свойством неисключаемости из потребления (если оно произведено, никто не может препятствовать потреблению его кем бы то ни было).

Последнее условие означает, что продавец не гарантирует получение блага только тем, кто заплатил за него. Поскольку на чисто общественное благо нет частного платежеспособного спроса, так как его можно получить, не заплатив, то частный сектор не станет такое благо произво-

дить. А это значит, что существование рынка таких благ невозможно, поэтому *они должны поставляться государством и оплачиваться за счет обязательных налогов.*

3. ***Рыночный механизм порождает внешние эффекты (экстерналии — externalities).*** Иногда эти эффекты называют "эффектами соседства", поскольку они связаны с взаимозависимостью функции полезности и производственной функции. Например, сброс в Байкал стоков Братского целлюлозно-бумажного комбината загрязняет уникальный водоем и уменьшает количество рыбы в озере, т. е. создает внешний эффект для рыбаков и исследователей местной флоры и фауны. Аналогичный эффект возникает от шума аэропорта, нарушающего покой жителей близлежащих поселков. Такого рода эффекты называются *отрицательными*, поскольку они навязывают внешним субъектам дополнительные издержки, которые те должны оплачивать, вследствие чего снижается производительность или полезность потребляемых ими благ и ресурсов.

Приносящие пользу внешние эффекты называются *положительными* или создающими экономию и характеризуются тем, что увеличивают производительность или полезность для некоторого внешнего субъекта. Например, пчеловод может принести пользу соседним фермерам, если его пчелы опыляют их растения.

Проблему в экономике и обществе создают именно отрицательные внешние эффекты, поскольку порождают конфликт между соседями на почве получения выгод одними **за счет** других.

Для компенсации потерь, порожденных внешними эффектами, требуется вмешательство государства. С этой целью еще в начале XX в. английский экономист А. Пигу предложил специальный инструмент, вошедший в экономическую науку как "налог Пигу". Это налог, которым облагается создатель внешнего эффекта, причем величина этого налога должна быть такова, чтобы после его уплаты частные издержки создающей внешний эффект стороны были равны общественным (социальным) издержкам.

Правда, позднее (в 1960 г.) идея вмешательства государства в решение экстернальных конфликтов была поставлена под сомнение Р. Коузом в известной теореме Коуза, содержание которой раскрывалось в главе о собственности. Там отмечалось, в частности, что внешние эффекты представляют собой разногласия относительно прав собственности. Если права собственности на ресурсы в достаточной степени определены и соблюдение их обеспечено, то в этом случае стороны — производитель и получатель внешнего эффекта — будут иметь стимул к переговорам о взаимовыгодной сделке, т. е. об *интернализации* внешнего эффекта. Теорема утверждает, что результат этой сделки будет одинаковым независимо от того, производитель или потребитель внешнего эффекта имеет право собственности и обладает правом вето на использование ресурсов. Например, если будет создан рынок прав собственности на воздух, то владелец фабрики

(производитель внешнего эффекта) или фермер (получатель внешнего эффекта) смогут выкупить это право друг у друга (на чистый воздух или на его загрязнение) в зависимости от того, кто из них двоих сможет извлечь из обладания этим правом бóльшую пользу. Тот, для кого оно представляет меньшую ценность, продаст это право другому.

Однако, несмотря на свою привлекательность, теорема Коуза пока что не получила сколько-нибудь широкого применения, в силу чего роль государства в учете экстернальных эффектов и охране окружающей среды нельзя ставить под сомнение.

4. ***Механизм рынка обеспечивает один вариант распределения доходов***. У него один критерий, одна этика распределения: любой доход, полученный в условиях конкурентной борьбы, считается справедливым. Но даже в странах с развитой рыночной экономикой есть немало людей, которые страдают от этого, — это малоимущие, инвалиды, студенты, подростки и т. п. Значит, чисто рыночное распределение не может считаться справедливым прежде всего в том смысле, что не обеспечивает человеку реализацию его неотъемлемого права — права на доход, гарантирующий достойное существование. Поэтому *вмешательство государства в сферу социальных отношений, перераспределения доходов также крайне необходимо*.

5. ***Рыночный механизм не решает региональных проблем*** (любых их видов — экономических, демографических, социальных, экологических и др.).

Региональные проблемы относятся к числу наиболее острых практически во всех странах. Они возникают вследствие:

а) *бедности региона природными ресурсами*. Примером могут служить центральные районы России, так называемое Нечерноземье. В условиях рынка в подобных районах трудно обеспечить населению тот же уровень жизни, что и в других частях страны;

б) *невозможности полного использования ресурсов региона из-за недостатка капитала*. Обычно это характерно для развивающихся стран; сегодня это относится также к большинству районов России.

в) *стагнации или упадка предприятий в ключевой отрасли региона*. Подобные регионы отличаются ростом безработицы, крайне низкими доходами, высокими показателями эмиграции, неразвитой инфраструктурой, социальной напряженностью. В России к ним можно отнести, например, Ивановскую область — край отечественных текстильщиков, десятки, а может быть, и сотни шахтерских городов и поселений, в которых прекратилась или приостановлена добыча угля и некоторых других видов ископаемых (Урал, Сибирь, центр России).

Ликвидировать эти дисбалансы при помощи рыночного механизма практически невозможно, более того, рыночный механизм их еще больше усугубляет. Система перераспределения ресурсов, основанная на ценах,

направляет миграционные потоки труда и капитала из неблагополучных мест в более привлекательные без малейшего перемещения факторов в обратном направлении. Эмиграция и безработица приводят к снижению доходов населения этих мест, вследствие чего мультипликационный эффект сокращения потребительских и инвестиционных расходов еще сильнее бьет по наиболее слабым звеньям региональной системы.

В таких случаях *государство должно проводить соответствующую региональную политику*. Цели этой политики могут быть разнообразными:

а) снижение сравнительно высокого уровня безработицы;
б) предоставление дополнительных льгот и специальных субсидий предприятиям и органам власти неблагополучных регионов;
в) противодействие возможным негативным последствиям экономической интеграции или роста открытости экономики региона;
г) сохранение местной культуры;
д) приведение в соответствие численности населения и состояния окружающей среды в регионе.

Если регион приходит в упадок, государство может оказать ему помощь, разместив там часть своих заказов и сместив в его пользу приоритеты в проведении таких общественных работ, как строительство школ, новых дорог, больниц и т. д. Мировой опыт показывает, что ответственность за проведение региональной политики лежит на соответствующих министерствах и ведомствах, в рамках которых существуют специальные подразделения регионального планирования и развития[1].

6. ***Рынок не обеспечивает устойчивое макроэкономическое равновесие***, в особенности между инвестиционным спросом и предложением сбережений. Отсюда *необходимость вмешательства государства в структурную политику, направленную на поддержание этого равновесия.*

7. ***Механизм рынка не в состоянии реализовать экономические интересы отдельных стран в сфере международных отношений.*** В этом случае *регулирование внешнеэкономической деятельности государством* является объективной необходимостью. Ограничения внешней торговли, разумеется, приводят к потерям для всего мирового сообщества, но правительства отдельных стран мыслят не с точки зрения интересов человечества в целом, а с точки зрения национально-государственных интересов. Поэтому от регулирования внешнеэкономических связей и введения тех или иных ограничительных мер отдельные страны могут получать определенный выигрыш.

---

[1] *Харвей Дж.* Постигаем экономику. С. 384–393.

Аргументы сторонников контроля над внешней торговлей экономисты разделяют на три группы: а) основанные на стратегических, политических, социальных или моральных соображениях; б) основанные на экономических соображениях; в) экономические аргументы, выдвигаемые из-за недостаточно глубокого понимания происходящих процессов[1].

8. ***Экономика рыночного типа не в состоянии развиваться без инфляции.*** Отсюда следует еще одна функция государства — проведение антиинфляционной политики, что подробно будет рассмотрено в курсе макроэкономики.

9. ***Механизм рынка не способен сам по себе, без вмешательства государства, обеспечить полное использование экономических ресурсов.*** Поэтому *политика в области занятости* также является важной функцией государства.

10. ***Рыночной системе, поскольку она ориентирована на максимизацию прибыли, внутренне присуща склонность к монополизации, что препятствует эффективному распределению ресурсов.*** Для поддержания рынка и сохранения регулирующих функций цен *государство проводит антимонопольную политику.*

Таковы основные функции государства в системе рыночного хозяйства, которые мы вывели из несовершенств рынка.

Однако в реальной жизни государство нередко вмешивается и в другие сферы, кроме тех, которые предоставлены рынком. В этом случае возникает такое опасное для общества явление, как *политизация экономики.* Суть его заключается в том, что государство как политический институт навязывает свои цели и интересы микроэкономическим субъектам, деформируя тем самым всю систему экономических отношений и снижая эффективность функционирования всего хозяйственного механизма.

10.4. ЧИСТАЯ МОНОПОЛИЯ: ОБЪЕМ ВЫПУСКА И ЦЕНА

Фирма считается **чистой (абсолютной) монополией** тогда, когда она является единственным поставщиком однородного товара, так что *границы фирмы расширяются до масштабов отрасли.* Выпуск продукции монополистической фирмой необходимо поэтому сравнивать с выпуском продукции отрасли в условиях совершенной конкуренции. При этом

[1] *Харвей Дж.* Постигаем экономику. С. 441.

кривая спроса на продукцию фирмы-монополиста является рыночной кривой спроса на этот товар.

В известном смысле чистая монополия, как и совершенная конкуренция, существует скорее как научная модель, а не в реальной действительности (в масштабах страны практически не встречается). Но если взять небольшой городок, поселок, где есть, например, всего один хлебозавод, одна поликлиника, одна школа и т. д., то абсолютная монополия типична для любой страны. Даже в США с их либеральной экономикой, по некоторым данным, 5% ВВП создается в условиях, близких к чистой монополии.

Для чего необходим анализ чистой монополии, если она встречается редко? Так же как и в отношении совершенно конкурентной фирмы, нам надо знать, как может вести себя фирма в двух крайних случаях: при очень большом числе конкурентов и при полном их отсутствии. Реальные же рыночные структуры оказываются в промежуточном положении между этими двумя крайними ситуациями, находясь ближе либо к совершенной конкуренции, либо к чистой монополии.

Условия существования. Во-первых, чистая монополия возникает там, где существует *только один продавец* и отсутствуют реальные альтернативы: нет товаров-субститутов, а выпускаемый продукт однороден или уникален.

В этом случае фирма получает *реальную власть с точки зрения реализации продукции*: в известной мере контролирует цену и влияет на нее, изменяя предложение.

Во-вторых, монополия появляется на рынке тогда, когда при вступлении в отрасль или выходе из нее существуют *входные или выходные барьеры*.

В широком смысле слово "барьер" означает преграду, препятствие на каком-то пути. Данное слово применяется и в сфере бизнеса для обозначения препятствий к проникновению на рынок новых конкурентов и попыткам фирм, действующих на рынке, уйти с него.

Характер барьеров может быть разным. Они могут быть обусловлены высоким уровнем капиталоемкости, вследствие чего фирма экономит на масштабах производства (автомобильная промышленность), тарифными скидками (воздушные перевозки), территориальным размещением магазинов (розничная торговля), естественной монополией (газо- и водоснабжение, выработка электроэнергии). Барьеры подобного рода называются **входными**.

Входные барьеры воздвигаются и при получении авторских прав, выдаче государством патентов и лицензий. Например, по патентному законодательству США изобретатель имеет право на свои изобретения в течение 17 лет. Именно патенты сыграли решающую роль в становлении таких гигантов, как "Ксерокс", Ай-би-эм, "Сони" и др.

Наконец, породить монополию могут определенные меры государственной политики. Так, введение импортных пошлин ограничивает конкуренцию со стороны иностранных фирм и способствует монополизации внутреннего рынка.

Входные барьеры препятствуют утверждению на рынке новых конкурентов. Смысл их состоит в том, чтобы сделать затраты, связанные с проникновением на рынок, настолько высокими, чтобы под угрозу была поставлена окупаемость инвестированных капиталов. Таким образом, входные барьеры существуют для того, чтобы с их помощью взимать "вступительный взнос" или увеличивать риск для новичков.

Выходные барьеры также обусловливают сохранение монополий, так как принуждают хозяйственные единицы продолжать функционировать в отраслях, где низка рентабельность или отсутствуют доходы на вложенный капитал (судостроение, сталелитейная промышленность).

Причинами установления выходных барьеров могут служить:

- необходимость списания крупных инвестиций;
- нежелание утратить свой имидж;
- честолюбие менеджера;
- вмешательство правительства;
- большие затраты на ликвидацию предприятия;
- профсоюзная оппозиция;
- оппозиция поставщиков, клиентуры и дилеров.

Как видно, выходные барьеры могут иметь социально-политический, экономический и эмоциональный характер. Последний проявляется в ситуациях, когда хозяйственные организации, преуспевающие в новых сферах деятельности, из года в год упорно держатся за свое прежнее дело, невзирая на значительные потери. Такие случаи редки, но они обычно создают серьезные трудности для компаний, образующихся в соответствующих отраслях промышленности[1].

Следует подчеркнуть, что силу монопольной власти нельзя преувеличивать. Дело в том, что монополия возникает в условиях рыночной экономики и действует по ее законам. Даже чистая монополия вынуждена считаться с потенциальными конкурентами, возможным появлением товаров-субститутов. Надо иметь в виду также то, что против монопольной власти в большинстве стран действуют жесткие антимонопольные законы. Поэтому экономическая монополия, появляющаяся в конкурентной среде, не тождественна административной монополии, существующей в нерыночном хозяйстве. Последняя, как свидетельствует опыт бывших

[1] *Карлоф Б.* Деловая стратегия. М, 1992. С. 44–45.

социалистических стран, базируется на государственной собственности и действует в условиях дефицита и закрытой экономики, что ограждает ее от иностранных конкурентов.

Анализ поведения фирмы-монополиста. Вначале поговорим *о спросе* на продукцию монопольной фирмы. Как было установлено ранее, производитель, действующий в условиях совершенной конкуренции, продает все единицы блага по одной и той же цене, поэтому его предельный доход (*MR*) равен этой цене (рис. 10-4). Так, предельный доход *MR* от продажи четвертой единицы блага показан площадью заштрихованного прямоугольника *A* (рис. 10-4, а):

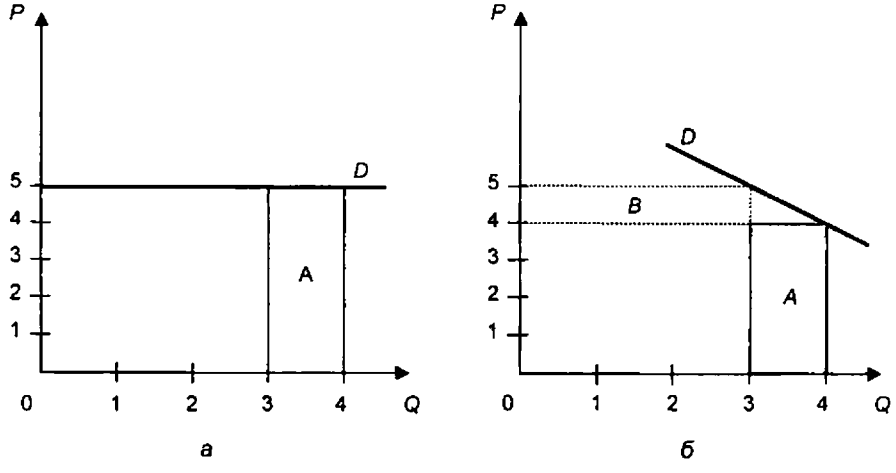


Рис. 10-4. Предельный доход
в условиях совершенной конкуренции и в условиях монополии:
а) конкурентная фирма; *б)* монополия

Напротив, продажа на монополизированном рынке (рис. 10-4, *б*) требует снижения цены, поскольку в отрасли производит одна фирма и действует закон убывающей предельной полезности. Если производитель хочет продать четвертую единицу блага, то он должен снизить цену с 5 до 4 единиц. Но теперь по этой цене будут продаваться не только последняя, но и все предыдущие единицы блага. В этом случае увеличение дохода продавца будет равно приращению дохода за счет продажи четвертой единицы (А) за вычетом того дохода, который будет утерян в результате снижения цены предыдущих трех единиц (*B*). Отсюда следует, что для фирмы-монополиста предельный доход *MR* оказывается меньше рыночной цены при каждой величине выпуска. На графике кривая предельного дохода (*MR*) имеет более крутой наклон, чем кривая спроса (*D*) (рис. 10-5).

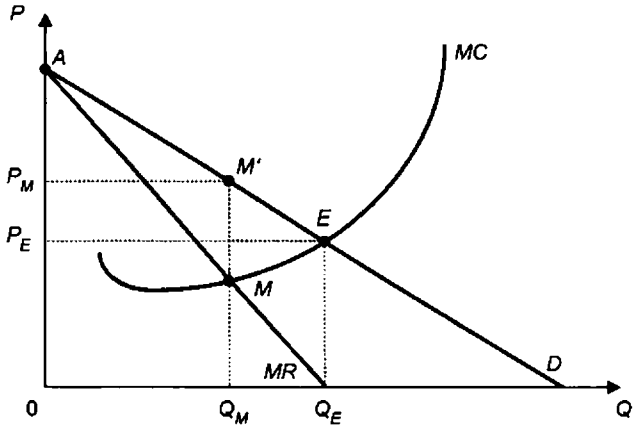


Рис. 10-5. Объем выпуска и цена в условиях чистой монополии

Перед монополистом встает специфическая задача, не возникавшая у совершенного конкурента: **выбор уровня цены**, который нужно не только назначить, но и удержать.

Решение этой задачи распадается на два этапа:

а) *определить объем выпуска* и сознательно ограничить его, поскольку с ростом продаж снижается цена;

б) разработать и реализовать *ценовую стратегию*.

Решая первую задачу, монополист исходит из стремления получить максимальную прибыль, что возможно лишь при определенном условии. Прибыль у монополиста, как и у совершенного конкурента, будет максимальной при равенстве предельных издержек и предельного дохода. Значит, искомый объем (Q_M) — это объем, при котором $MR = MC$ (точка M).

Вторая задача требует определить цену (монополист является "ценоискателем"). Какой ее уровень надо выбрать, чтобы реализовать целевую функцию? Такой ценой будет монопольная цена (P_M), которая соответствует *цене спроса* при данном объеме выпуска (Q_M). Как видно из рис. 10-5, монопольная цена больше предельных издержек и предельного дохода ($P_M > MR = MC$). Иначе говоря, это такая цена, которая обеспечивает монопольной фирме *сверхприбыль*. Получение этой сверхприбыли — привилегия монополиста. У совершенного конкурента сверхприбыль мимолетна, у монополиста — стабильна. Но стабильна она до тех пор, пока: а) ему удается ограничивать вход в отрасль; б) существенно не изменится спрос (если спрос уменьшится, сверхприбыль также упадет).

На рис. 10-5 изображена модель чистой монополии. Рассмотрим *особенности модели с точки зрения общества*. Она показывает, что в условиях монополизации отрасли потребители получат меньше продукции (Q_M),

чем в условиях совершенной конкуренции (Q_E), а цена за единицу продукции возрастет с P_E до P_M. Это означает, что и факторов производства будет вовлекаться в производство меньше, чем при производстве продукции конкурентными фирмами. Следовательно, общество понесет *потери от неполного использования ресурсов*. Эти потери графически иллюстрируются треугольником $MM'E$, который получил название *потерь мертвого груза (dead weight loss)*.

Поскольку цена продажи повышается по сравнению с конкурентной ценой P_E, то уменьшается и излишек потребителя (треугольник $P_M AM'$). При этом излишек производителя (фигура, расположенная между линией цены $P_M M'$, линией объема MM', кривой MC и осью ординат) возрастает.

В середине 50-х годов американский экономист **А. Харбергер** попытался оценить размеры этих треугольников с точки зрения издержек для общества. Поэтому эти треугольники часто называют *харбергеровскими треугольниками*.

Таким образом, главный вывод из модели состоит в том, что монополист вмешивается в механизм установления рыночного равновесия, нарушая соответствие интересов производителей и потребителей. Оптимум Парето при этом не соблюдается, поскольку монополия вызывает перераспределение богатства в свою пользу таким образом, что происходит снижение общественного благосостояния. Поэтому необходимы антимонопольные законы, вводимые государством.

Кроме того, у монополиста снижаются стимулы к техническому совершенствованию производства, улучшению качества продукции, поскольку он огражден от конкуренции, что также наносит ущерб обществу. Это явление было названо **Х. Лейбенстайном** *Х-неэффективностью*.

Однако эти выводы нельзя считать абсолютными. Дело в том, что совершенно конкурентные фирмы в долгосрочном периоде, как было выяснено, имеют нулевые прибыли: полученная ими выручка от продажи продукции полностью идет на оплату факторов производства — труда, капитала, земли, услуг предпринимателя. А это значит, что у них не остается средств для развития. Прибыль, превышающую нормальную, получают только монопольные фирмы.

На этом основании **Й. Шумпетер** выдвинул предположение о роли монополии в обществе, известное как *гипотеза Шумпетера*. В соответствии с ним, несмотря на потери для общества от монополии за счет более высоких цен и меньшего объема производства при одних и тех же издержках, ***монополия играет ведущую роль в совершенствовании технологии и экономическом развитии, если закон конкуренции продолжает действовать***. Полученная ею сверхприбыль позволяет проводить научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, изучать общественные потребности, оплачивать промышленный шпионаж и т. д.

Кроме того, монополист имеет возможность идти на больший риск, вкладывая деньги в развитие производства, не опасаясь чрезмерно высоких инвестиций в отрасль (необходимость в которых может появиться, если инвестиционные решения принимают множество независимых фирм-конкурентов).

Аргументация против монополий не учитывает и того, что монополист может разделить рынок на разные сектора в зависимости от эластичности спроса, назначив разным группам покупателей разные цены. Примером могут служить скидки малообеспеченным семьям при посещении врачей или студенческие проездные билеты. Наконец, сам факт существования патентного права означает, что общество до некоторой степени заинтересовано в существовании монополий. Впрочем, последний вывод нельзя считать безусловным, поскольку, как отмечает Дж. Харвей, известны случаи, когда монополии покупали патенты только для того, чтобы их не могли использовать потенциальные конкуренты[1].

10.5. НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЕ ФОРМЫ

Ограниченность совершенной конкуренции приводит к тому, что в экономике появляются другие типы рыночных структур — **рынки несовершенной конкуренции**. *Это такие рынки, на которых не действует хотя бы один из признаков совершенной конкуренции.* Вместе с тем на них не складывается и другая крайняя ситуация — чистая монополия. Поэтому все они находятся в промежуточном положении между этими противоположностями. Разновидностями таких рынков, в частности, являются монополистическая конкуренция и олигополия (рис. 10-6).

Остановимся на характеристике этих двух основных форм несовершенной конкуренции, которые занимают промежуточное положение между полярными рыночными структурами.

Монополистическая конкуренция. Считается, что ***отрасль работает в условиях монополистической конкуренции, если она состоит из большого числа фирм, производящих сходную, но не одинаковую продукцию.*** Фирмы получают монопольную власть за счет дифференциации товара, поэтому такая рыночная структура получила еще название **монополии по дифференциации товара**. Дифференциация товара подразумевает, что никакие две фирмы не производят один и тот же товар. При

[1] *Харвей Дж.* Постигаем экономику. С. 175.



Рис. 10-6. Формы рыночных структур

этом вполне возможно, что некоторые изделия относятся к одному виду, но каждое из них имеет свои отличительные черты, так что фактически они являются *разными товарами*.

Монополистическая конкуренция широко распространена в производстве предметов потребления, легкой промышленности, сфере услуг (выпуск хлебобулочных и кондитерских изделий, нижнего белья и верхней одежды, моющих средств (шампуней) и парфюмерии, меховых изделий и обуви и т. д.). Дифференциация товара может основываться не только на внешних его различиях или качестве, но и на обслуживании покупателя. Его могут привлечь упаковка товара, оригинальная расцветка изделия, удобные расположение и время работы магазина, внимание и вежливость обслуживающего персонала и многое другое. Каждый индивид постоянно ощущает на себе влияние подобных факторов, посещая парикмахерские, кафе, рестораны, рынки, туристические фирмы, театры, мастерские по ремонту автомобилей, бензозаправочные станции и т. д.

В условиях дифференциации товаров важное значение в деятельности фирмы приобретают *неценовые факторы*: фирменная марка, реклама, условия продажи, особые качества, возможность покупки товара в рас-

срочку, наличие или отсутствие гарантийного ремонта и др. Покупатель имеет возможность выбрать ту фирму, которая ему больше подходит.

Следует также отметить, что монополистическая конкуренция не воздвигает высоких барьеров для вступления в отрасль. Поскольку фирмы производят дифференцированные товары, эффект масштаба не имеет существенного значения, и для начала дела не нужен большой капитал.

Монополистическая конкуренция впервые была исследована американским экономистом Эдвардом Чемберлином[1] и англичанкой Джоан Робинсон[2]. Независимо друг от друга они пришли к сходным выводам об условиях возникновения и о природе этого типа несовершенства рынка.

Объем производства и цена в условиях монополистической конкуренции находятся под влиянием, с одной стороны, конкуренции на рынке, а с другой — степени монопольной власти, которой обладает каждая фирма.

Монопольная власть предполагает, что для каждой фирмы *кривая спроса имеет отрицательный наклон*, несмотря на то что фирма может быть столь же маленькой, как и в условиях совершенной конкуренции. Однако угол наклона кривой меньше, чем у абсолютно монопольной фирмы. Он зависит как от числа конкурентов, так и от степени дифференциации товара. Чем меньше конкурентов и чем сильнее дифференцирован товар, тем менее эластичной будет кривая спроса, и наоборот.

Отрицательный наклон кривой спроса означает, что фирма может влиять на цену. Незначительное изменение цены на продукцию какой-либо фирмы может привлечь или оттолкнуть лишь незначительное число покупателей. Но по мере дальнейшего изменения цены фирма может оказывать все большее влияние на выбор покупателей между ее продукцией и товарами конкурирующих с ней фирм.

Равновесие фирмы предполагает, что выполняется известное условие равенства предельных издержек и предельного дохода ($MC = MR$). *В течение краткосрочного периода* фирмы могут как получать прибыль, так и нести убытки. Но возможность *долгосрочного получения сверхприбыли* исключается, поскольку входные барьеры в отрасль практически отсутствуют: фирмы невелики, для организации производства требуется относительно небольшой капитал, который легко мобилизовать для выпуска не совсем идентичной, но схожей с той, которая уже имеется на рынке, продукции. В результате свободы входа и выхода из отрасли прибыли и убытки стремятся к нулю, как и в условиях совершенной конкуренции.

Долгосрочное равновесие в условиях монополистической конкуренции показано на рис. 10-7.

---

[1] Теория монополистической конкуренции. Harvard University Press, 1933.

[2] Экономическая теория несовершенной конкуренции. Macmillan, 1933.

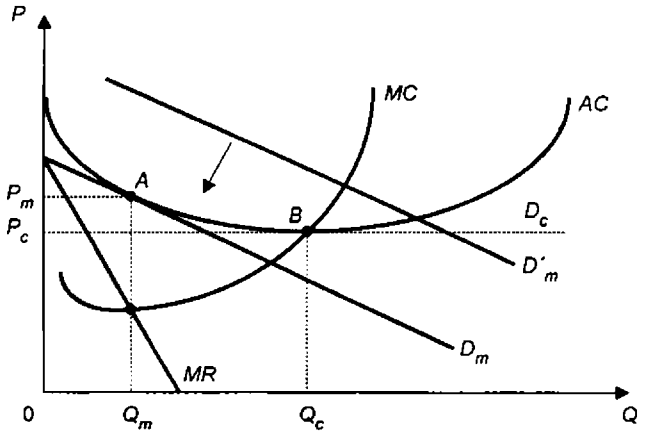


Рис. 10-7. Монополистическая конкуренция

Если предположить, что все фирмы имеют одинаковые средние издержки, представленные на кривой *AC*, то продавец, кривая спроса которого (D'_m) находится выше кривой средних издержек, будет получать сверхприбыль. Это будет привлекать на рынок новых конкурентов, в результате чего кривая спроса D'_m будет сдвигаться влево до тех пор, пока не исчезнет положительная прибыль. Это будет достигнуто тогда, когда кривая спроса примет положение касательной к кривой средних издержек (точка *A*). В этой точке цена (P_m) равна средним издержкам, а прибыль — нулю.

Издержки монополистической конкуренции. Несмотря на то что в точке *A* прибыли фирмы равны нулю, эта точка не соответствует эффективному использованию ресурсов, поскольку нет равенства цены предельным издержкам, которое достигается в условиях совершенной конкуренции (точка *B*). Как показано на графике, производство при монополистической конкуренции осуществляется на наклоненном вниз участке кривой *AC*. Это означает, что фирма в условиях монополистической конкуренции производит желаемый объем продукции (Q_m) с издержками, превышающими минимальные. Поэтому, как подчеркивал Э. Чемберлин, фирма при монополистической конкуренции всегда будет менее эффективна, чем при совершенной конкуренции, поскольку она имеет избыточные мощности.

Эти избыточные мощности и являются платой за монопольную власть, полученную фирмой на основе дифференциации товара. Как уже отмечалось, чем более дифференцирован товар, тем выше угол наклона кривой спроса, а значит, все дальше влево от оптимального размера, который возможен в точке минимальных средних издержек (Q_c), сдвигается объем

производства. С другой стороны, чем сильнее дифференциация экономических благ, тем в большей мере рынок способен удовлетворять многообразные потребности и вкусы потребителей. В таком случае есть основание утверждать, что с точки зрения общества в целом конкурентная структура обладает и некоторым преимуществом.

ОЛИГОПОЛИЯ — ***это такая рыночная структура, при которой существуют несколько продавцов и доля каждого из них в общих продажах на рынке настолько велика, что изменение в количестве предлагаемой продукции каждого из продавцов ведет к изменению цены.***

Существуют два вида олигополии. Первый вид предполагает, что несколько фирм производят одинаковые товары. Второй — когда несколько производителей выпускают дифференцированные товары.

Однако и в том и в другом случае фирмы осознают *взаимозависимость* своих продаж, объемов производства, инвестиций и рекламной деятельности. Так, если одна фирма усиленно рекламирует свою продукцию или участвует в создании новой модели изделия, то она должна почти наверняка ожидать аналогичных действий со стороны своих конкурентов. В такой ситуации каждая фирма знает, что по крайней мере некоторые решения конкурентов зависят от ее собственного поведения, и, принимая то или иное решение, обязана считаться с этим обстоятельством.

Олигополистическая взаимозависимость фирм поднимает соперничество между ними на качественно новый уровень, превращает конкуренцию в непрестанную борьбу "всех против всех". В этом случае возможны самые разнообразные решения конкурентов: они могут совместно добиваться некоторых целей, превращая отрасль в подобие чистой монополии, или же — как другая крайность — бороться друг с другом вплоть до полного уничтожения.

Последний вариант чаще всего реализуется в форме *ценовой войны* — постепенного снижения существующего уровня цен с целью вытеснения конкурентов с олигополистического рынка. Если одна фирма снизила цену, то ее конкуренты, почувствовав отток покупателей, в свою очередь, тоже снизят свои цены. Этот процесс может проходить в несколько этапов. Но снижение цен имеет свои пределы: оно возможно до тех пор, пока у всех фирм цены не сравняются со средними издержками. В этом случае исчезнет источник экономической прибыли и на рынке воцарится ситуация, близкая к совершенной конкуренции. От подобного исхода в выигрышном положении, естественно, остаются потребители, в то время как производители все до одного никакого выигрыша не получают. Поэтому чаще всего конкурентная борьба между фирмами приводит к принятию ими решений с учетом возможного поведения своих соперников. В этом случае каждая из фирм ставит себя на место конкурентов и анализирует, какова была бы их реакция. Процесс принятия подобных реше-

ний рассматривается на примере взаимоотношений двух фирм в *модели дуополии*, впервые предложенной французским экономистом **А. О. Курно** в 1838 г.

Модель Курно. Предположим, что обе фирмы (*А* и *Б*) производят однородный товар и знают кривую рыночного спроса на него. Каждая фирма должна решить, сколько продукции выпускать, и обе фирмы принимают решения одновременно и независимо друг от друга. При принятии решений каждая из двух фирм исходит из того, что ее конкурент тоже принимает решения относительно объема производства и что конечная цена будет зависеть от совокупного объема производства обеих фирм. Условием модели является также предположение о постоянном объеме производства конкурента, на основе чего принимается собственное решение об объеме выпуска.

Чтобы понять, как это происходит, рассмотрим решение об объеме производства, принимаемое фирмой А. Допустим, фирма А считает, что фирма Б ничего производить не будет. Тогда ее кривая спроса полностью совпадает с кривой рыночного спроса ($D_1(0)$). При этом предельный доход изображен на кривой $MR_1(0)$ (рис. 10-8).

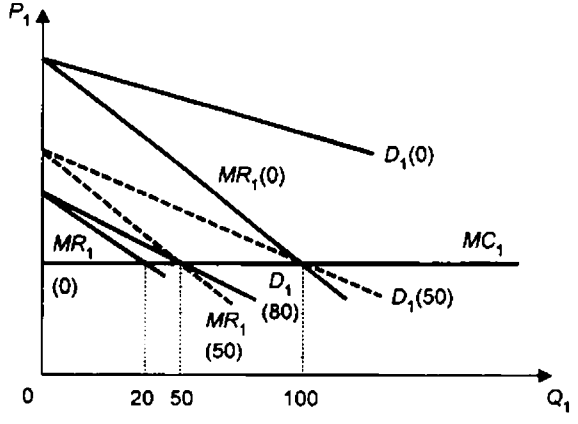


Рис. 10-8. Оптимизация объема производства фирмы А в зависимости от объема производства фирмы Б

Как видно из графика, фирма А максимизирует прибыль при объеме 50 единиц, так как именно в этом случае предельный доход $MR_1(0)$ сравняется с предельными издержками MC_1. Следовательно, если фирма Б ничего не производит, фирма А будет выпускать 50 единиц товара.

Если фирма А считает, что фирма Б выпускает 50 единиц, то кривая спроса фирмы А представляет собой кривую рыночного спроса, смещенную влево на 50 единиц. На рис. 10-8 это отмечено точкой $D_1(50)$, чему

соответствует кривая предельного дохода $MR_1(50)$. В этом случае максимизирующий прибыль объем производства фирмы А равен 25 единицам (точка, где $MR_1(50) = MC_1$).

Предположим, фирма А рассчитывает, что фирма Б будет производить 75 единиц. Тогда новая кривая спроса фирмы А будет $D_1(75)$. Теперь максимизирующий прибыль объем производства фирмы А равен 12,5 (точка, где $MR_1(75) = MC_1$). Наконец, пусть фирма А полагает, что фирма Б производит 100 единиц. Тогда кривые спроса и предельного дохода фирмы А (не показанные на графике) пересекут кривую ее предельных издержек на вертикальной оси. Если фирма А предполагает, что фирма Б будет производить 100 единиц, то фирма А не будет выпускать продукцию.

Таким образом, максимизирующий прибыль объем производства фирмы А изменяется в зависимости от изменения объема производства фирмы Б.

На рис. 10-9 изображена реакция фирмы А на изменение выпуска фирмой Б. *Кривая реакции фирмы* А — $Q_А(Q_Б)$. Осуществив аналогичный анализ для фирмы Б, мы получим *кривую реакции фирмы Б* — $Q_Б(Q_А)$.

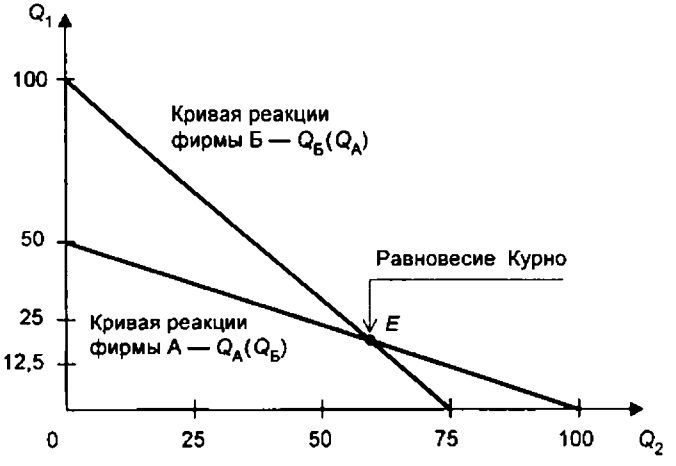


Рис. 10-9. Равновесие Курно

Пересечение кривых реакции этих двух фирм (точка E) выражает *равновесие Курно*. При таком равновесии каждая фирма правильно угадывает поведение конкурента и принимает оптимальное для себя решение, а в зависимости от этого может максимизировать прибыль.

Мы определили равновесие Курно для двух фирм. Однако оно может быть найдено и для большего числа фирм, и можно доказать в общем виде, что если отрасль включает n фирм, то каждая из них будет производить

$$\frac{1}{n+1}$$

от общего объема предложения, а все вместе они будут выпускать

$$\frac{1}{n+1} \times n$$

от объема предложения. Очевидно, что по мере роста числа фирм цены и объемы производства будут все более приближаться к уровню, характерному для совершенной конкуренции.

Модель равновесия Курно предполагает, что фирмы-дуополисты конкурируют друг с другом. Однако ситуация принципиально изменится, если они смогут договориться между собой и выбрать свои объемы производства на совместной, а не на конкурентной основе.

Предположим, что кривая рыночного спроса дуополистов (А и Б) описывается уравнением:

$$P = 60 - Q,$$

где Q — совокупный объем производства обеих фирм (т. е. $Q = Q_А + Q_Б$).

Предположим также, что у обеих фирм предельные издержки равны нулю:

$$MC_1 = MC_2 = 0.$$

В этом случае кривая реакции фирмы А будет строиться следующим образом. Для максимизации прибыли предельные издержки фирмы должны быть равны предельному доходу. При этом общий доход фирмы А будет составлять:

$$R_А = PQ_А = (60 - Q)Q_А;$$

$$R_А = 60Q_А = (Q_А + Q_Б)Q_А;$$

$$R_А = 60Q_А - Q_А^2 - Q_А Q_Б.$$

Предельный доход фирмы $MR_А$ может быть рассчитан по формуле:

$$MR_А = \frac{\Delta R_А}{\Delta Q_А} = \frac{\partial R_А}{\partial Q_А} = 60 - 2Q_А - Q_Б.$$

Теперь, поскольку мы предположили, что предельные издержки равны нулю, решая уравнение относительно $Q_А$, получим *кривую реакции фирмы А:*

$$Q_А = 30 - \tfrac{1}{2} Q_Б. \qquad (9.1)$$

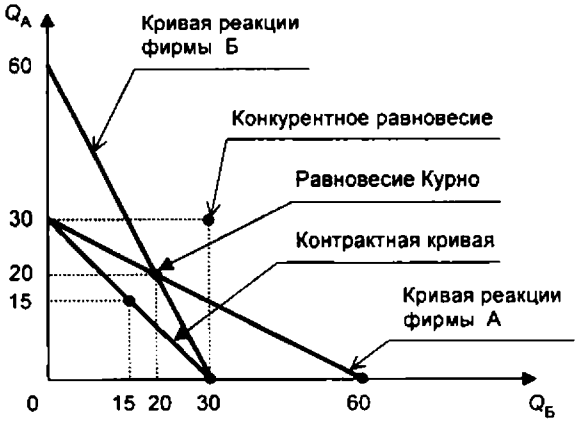


Рис. 10-10. Равновесие Курно, договорное равновесие (контрактная кривая) и конкурентное равновесие

Такие же расчеты для фирмы Б дадут нам *кривую реакции фирмы Б*:

$$Q_Б = 30 - \tfrac{1}{2} Q_A . \qquad (9.2)$$

Заменив Q_A в уравнении (9.1) выражением из правой части уравнения (9.2), мы видим, что равновесными объемами производства являются

$$Q_A = Q_Б = 20 .$$

Это и будет равновесие Курно, которое на рис. 10-10 находится в точке пересечения кривых реакции фирм А и Б.

При равновесии Курно *равновесные объемы производства* составляют $Q_A = Q_Б = 20$, *общее количество* — $Q = Q_A + Q_Б = 40$, а *равновесная рыночная цена* — $P = 60 - 40 = 20$.

Если фирмы договорятся, они установят такие объемы производства, чтобы максимизировать совокупную прибыль и разделить ее поровну. Совокупная прибыль максимизируется при условии равенства предельного дохода и предельных издержек, которые в нашем примере равны нулю.

Совокупный доход двух фирм составляет:

$$R = PQ = (60 - Q)Q = 60Q - Q^2,$$

и поэтому предельный доход

$$MR = \frac{\Delta R}{\Delta Q} = 60 - 2Q.$$

При $MR = 0$ совокупная прибыль максимизируется при $Q = 30$.

Любое сочетание объемов производства $Q_А$ и $Q_Б$, которые при сложении дают 30, максимизирует совокупную прибыль.

Кривая $Q_А + Q_Б = 15$, которая называется *контрактной кривой*, определяет различные наборы объемов производства $Q_А$ и $Q_Б$, которые максимизируют совокупную прибыль. Если фирмы соглашаются поделить прибыли поровну, они будут производить половину продукции каждая:

$$Q_А = Q_Б = 15.$$

Как видим, при договорном равновесии обе фирмы будут производить меньше и получать более высокие прибыли, чем при равновесии Курно.

"Дилемма заключенного". Это модель олигополистического поведения, иллюстрирующая, как рациональное решение *на микроуровне* дает очевидно нерациональный результат *на макроуровне*. Она является одним из сценариев **теории игр**, получившей в настоящее время широкое применение в анализе индивидуальных рациональных решений, принимаемых в условиях недостаточной информации относительно их результатов. Современная теория игр была впервые изложена в работе фон Неймана и Монгерштерна "Теория игр и экономическое поведение" (1944). Предметом этой теории являются игровые ситуации с заранее установленными правилами. Теория исследует взаимодействие игроков при некоторых допущениях, касающихся принятия решений в условиях риска, кооперативного или некооперативного поведения, направленного на достижение определенной целевой (платежной) функции. С точки зрения суммы платежа игры делятся на две группы — с нулевой и ненулевой суммой.

Если выигрыш одного индивида равен проигрышу другого, то говорят, что это *игра с нулевой суммой. Игра с ненулевой суммой* — когда каждый из индивидов может выиграть от решения одного из них.

Рассмотренная выше модель Курно — пример некооперативной игры с нулевой суммой. "Дилемма заключенного" — пример игры с ненулевой суммой. Теория кооперативных игр, допускающая сотрудничество между индивидами, используется при анализе образования картелей и исследовании сговора на рынках товаров и труда.

Игра "дилемма заключенного" рассматривает процесс принятия решения арестованными преступниками, которые содержатся в отдельных тюремных камерах и не могут поддерживать связь друг с другом. Перед каждым преступником стоит **дилемма** — *сознаться* или *молчать*. Каждый знает, что если никто из них не сознается и не проинформирует следствие об участии других в преступлении, то он будет освобожден или получит в худшем случае умеренное наказание (в нашем примере — по одному году, как показано на рис. 10-11, 4-й сектор). Однако если один из участников

сознается, а другой нет, то сознавшийся будет освобожден, а его напарник будет сурово наказан (2-й и 3-й сектора матрицы: сознавшийся будет освобожден, а его соучастник получит 15 лет лишения свободы). Если оба сознаются, то будут осуждены, но каждый получит меньший срок, чем в том случае, когда сознается один (в 1-м секторе матрицы показано, что каждый получит по 3 года лишения свободы).

	Сознаться	Молчать
Сознаться	3,3 / 1	0,15 / 2
Молчать	15,0 / 3	1,1 / 4

Рис. 10-11. Расчетная матрица для "дилеммы заключенного"

Для рационального агента, заинтересованного в собственной судьбе, существует побудительный мотив к тому, чтобы сознаться. В противном случае он рискует, что этой возможностью воспользуется его бывший сообщник и благодаря признанию выиграет, а он потеряет преимущество. Следовательно, вероятнее всего, признаются оба заключенных и сядут в тюрьму на 3 года. Этот вариант решения для каждого будет хуже, чем мог бы быть, если бы они могли договориться не сознаваться.

Фирмы, действующие на олигополистическом рынке, часто оказываются в положении заключенных из этого примера. Они должны решить, следует ли им агрессивно конкурировать, пытаясь захватить бóльшую долю рынка за счет конкурента, или сотрудничать и конкурировать более пассивно, сосуществуя со своим конкурентом и довольствуясь имеющейся долей, а может быть даже тайно сговариваясь с ним. Если фирмы пассивно конкурируют, устанавливая высокие цены и ограничивая объемы производства, они получат более высокие прибыли, чем при агрессивной конкуренции. Но фирмы стоят перед "дилеммой заключенного", когда ни одна из них не может ни доверять другой, ни ожидать, что ее конкурент назначит более высокую цену. В результате, как уже отмечалось, рациональное поведение каждой из них приводит к очевидно нерациональному результату для обеих.

Картель. Когда олигополистические фирмы идут друг другу навстречу и открыто договариваются о ценах и объемах выпуска, то они образуют *картель*. Картели возникли в прошлом веке и существовали во многих отраслях на законном основании до конца 30-х гг. XX в. Однако в большин-

стве стран современного мира картельный сговор считается незаконным, и в случае его обнаружения руководители корпораций наказываются по всей строгости закона. Из современных легальных картелей наиболее известным является **ОПЕК** — *Организация стран — экспортеров нефти*. ОПЕК была образована в 1960 г., но начала активно действовать только в 1983 г. Ее опыт показывает, что принятие согласованных мер, главным образом по поддержанию монопольной цены на нефть, является нелегкой задачей для ее участников. Дело в том, что страны — члены ОПЕК не единственные в мире производители нефти. Нефть добывают США, Россия, Мексика, Великобритания, Норвегия и ряд других стран. В этих условиях сохранять монопольные цены за счет манипулирования объемами выпуска крайне трудно, а иногда и невыгодно, особенно самому крупному участнику ОПЕК — Саудовской Аравии.

Картель — классический пример кооперативной игры, основанной на сотрудничестве участников, число которых может быть равно 2, 3, ..., n. Обязательным условием картельного соглашения является получение каждым его участником результата не меньшего, чем тот, на который он мог бы рассчитывать при объединении против него всех других олигополистов. В противном случае картель не имеет смысла. Это иногда проявляется в рамках ОПЕК. Саудовская Аравия как основной участник организации вынуждена ради поддержания мировой цены идти на сильные ограничения собственного производства, что противоречит ее национальным интересам.

Поскольку, как уже отмечалось, прямые картельные соглашения между корпорациями в настоящее время в основном запрещены, так как ведут к образованию чистой (абсолютной) монополии, олигополисты идут на молчаливый, тайный сговор.

ТАЙНЫЙ СГОВОР — *это негласная договоренность о ценах, объемах продаж и других способах ограничения конкуренции, которая позволяет фирмам максимизировать прибыль.*

Наиболее типичной формой тайного сговора является лидерство в ценах. *Лидерство в ценах* — это олигополистическая ситуация, в которой существует доминирующая фирма (ценовой лидер), проявляющая инициативу в изменении цен, а другие фирмы следуют ее примеру. Такая форма становится необходимой, так как фирмам бывает трудно договориться о том, какой будет цена.

Лидерство доминирующей фирмы возможно при нескольких условиях:

1. Ценовой лидер должен превосходить всех по экономической мощи или по технической оснащенности (как это было с "Дженерал моторс" — традиционным лидером в автомобильной отрасли США на протяжении многих лет);

2. Он должен устанавливать такой уровень цен, чтобы предельные издержки были ниже его ($P > MC$);
3. Обеспечение достаточных объемов сбыта продукции остальных фирм с помощью цен.

Ценовой лидер должен постоянно "оглядываться назад", чтобы "корабль не сел на мель". В противном случае другие фирмы могут наложить вето на изменение цены и даже выбрать другого лидера.

Корректное, гибкое лидерство в ценах способно обеспечить эффект картеля, а значит, позволяет добиться результата, описанного в модели чистой монополии.

Когда ценовой лидер меняется, складывается ситуация *барометрического лидерства*.

Когда же несколько фирм занимают примерно одинаковые доли рынка и незначительно отличаются по объемам производства и издержкам друг от друга, на олигополистическом рынке может иметь место *лидерство в результате сговора*. В этой ситуации инициатива любой фирмы отвечает интересам остальных и их полное согласие составляет основу этой формы лидерства в ценах.

Одной из форм несовершенной конкуренции является *монополия, осуществляющая ценовую дискриминацию*. Под термином "дискриминация" понимается разное отношение к партнерам, тем самым искажающее условия конкуренции между ними. Продажа товара или услуги одного качества и при одинаковых затратах по различным ценам различным покупателям называется *ценовой дискриминацией*. Примеры ценовой дискриминации разнообразны: врач получает различные гонорары в зависимости от уровня доходов его пациентов; места в театре в партере стоят дороже, чем на балконе; различные тарифы для промышленного и домашнего пользования электричеством и т. д.

Цель дискриминации — использовать все возможности для назначения максимальной цены за каждую единицу продаваемого товара.

Чтобы фирма могла использовать ценовую дискриминацию покупателей, необходимо выполнение нескольких условий. Во-первых, продажу одного и того же товара по разным ценам можно вести, если **продавец** защищен от конкуренции (т. е. является монополистом). Это значит, что фирма должна добиться, чтобы возможные конкуренты не могли продать товар *дешевле* там, где она хочет продать его *дороже*. Во-вторых, у **покупателей** не должно быть возможности покупать то, что продается дешевле.

Однако этих условий еще недостаточно, чтобы понять главное: *почему вообще существуют разные цены на один и тот же товар, если нет различий в затратах*?

Дело в том, что цены зависят не только от интересов продавцов-монополистов, но и от *оценки товара покупателями*. Как известно, в глазах разных покупателей одно и то же благо имеет разную полезность, поэтому и цены, которые они готовы платить, разные.

Поскольку существуют разные группы покупателей — очень богатые, со средними доходами, малоимущие, постольку монополист выделяет эти группы и учитывает их готовность платить разные цены за одинаковый товар. Главная причина такой готовности — различные эластичности спроса: у богатых — более жесткий спрос, у менее обеспеченных — более эластичный. В итоге каждая группа покупателей приносит фирме, использующей дискриминацию, максимально возможные прибыли.

10.6. ПОКАЗАТЕЛИ МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ

Для характеристики монопольной власти используются несколько показателей. Наиболее известными являются индекс Лернера и индекс Херфиндаля–Хиршмана.

Индекс Лернера — показатель монопольной власти, определяемый по формуле

$$I_L = \frac{P_m - MC}{P_m} = \frac{1}{E_d},$$

где I_L — индекс монопольной власти Лернера;

P_m — монопольная цена;

MC — предельные издержки;

E_d — ценовая эластичность спроса.

При совершенной конкуренции цена равна предельным издержкам и индекс Лернера равен нулю. Когда цена превосходит предельные издержки, индекс приобретает положительное значение — в интервале между нулем и единицей. Считается, что, чем ближе индекс к единице, тем большей монопольной властью обладает фирма.

Рассчитать индекс Лернера по приведенной формуле непросто в связи с трудностью определения предельных издержек. Поэтому часто вместо предельных издержек используют средние издержки (AC):

$$I_L = \frac{P_m - AC}{P_m}.$$

Если числитель и знаменатель умножить на Q, то в числителе будет находиться совокупная прибыль, а в знаменателе — совокупный доход:

$$I_L = \frac{(P_m - AC)Q}{P_m Q} = \frac{\Pi}{TR}.$$

Таким образом, согласно индексу Лернера, высокая прибыль — признак монопольной власти фирмы. Обратите внимание: индекс характеризует факт, а не возможность монопольного поведения фирмы.

Индекс Херфиндаля–Хиршмана — показатель концентрации на отраслевом рынке, или, иначе говоря, распределения "рыночной власти" между всеми участниками рынка.

Для расчета индекса индивидуальные доли каждой фирмы на рынке в виде дробей необходимо возвести в квадрат. Индекс Херфиндаля–Хиршмана (I_{HH}) получается в результате сложения этих квадратов, т. е.

$$I_{HH} = S_1^2 + S_2^2 + \cdots + S_n^2 = \sum_{i=1}^{n} S_i^2,$$

где S_1 — удельный вес самой крупной фирмы;

S_2 — удельный вес следующей по величине фирмы;

. . . . . .

S_n — удельный вес наименьшей фирмы.

Значение I_{HH} равно 10 000, если в отрасли действует только одна фирма, поскольку $S_1 = 100\%$.

Если в отрасли 100 одинаковых фирм, то $S_1 = 1\%$, а $I_{HH} = 100$.

Если доля $S_1 = 90{,}1\%$, а доля каждой из последующих 99 фирм составляет 0,1%, то $I_{HH} = 90{,}1^2 + 99 \times 0{,}1^2 = 8119{,}1$.

В США высокомонополизированной считается отрасль, в которой I_{HH} превышает 1800.

Поскольку I_{HH} учитывает и число фирм в отрасли, и различия их размеров, то его широко используют в антимонопольной практике при оценке результатов слияний. Если $I_{HH} < 1000$, то рынок считается неконцентрированным и слияния разрешаются. Если $1000 < I_{HH} < 1800$, рынок признается умеренно концентрированным. При $I_{HH} = 1400$ Департамент юстиции США может проверить целесообразность слияния. Наконец, как уже отмечалось, если $I_{HH} > 1800$, отрасль считается высокомонополизированной и вопрос передается на рассмотрение Комиссии по монополиям и слияниям, являющейся независимым административным судом.

Основные выводы

1. На решение фирмы об объеме выпуска и о цене существенное влияние оказывает **конкурентная структура рынка**. Под последней подразумеваются формы организации рынка, т. е. характер соперничества фирм и наличие у них монопольной власти, которую они могут использовать при принятии рыночных решений.

2. По степени монопольной власти (как результата несовершенства рынка) выделяются следующие основные типы рынков:

   Чистая (совершенная) конкуренция — большое количество фирм (продавцов) предлагают *однородную* продукцию.

   Монополистическая конкуренция — большое количество фирм (продавцов) предлагают *дифференцированную* продукцию.

   Олигополия — несколько фирм (продавцов) предлагают либо *идентичную* (первый вид олигополии), либо *дифференцированную* продукцию (второй вид олигополии).

   Чистая (абсолютная) монополия — единственная фирма (продавец) на рынке предлагает товар, которому *нет* абсолютных заменителей в других отраслях.

3. Рынок совершенной конкуренции характеризуется рядом особенностей. *Во-первых,* наличием большого числа фирм, продающих данный товар. *Во-вторых,* продукция фирм настолько похожа (однородна), что покупатели не делают различия, товары какой фирмы им покупать. Такая гомогенность продукции ведет к тому, что *ни один покупатель не согласится платить конкретной фирме цену большую, чем он заплатит ее конкурентам.* Поскольку цены одинаковы, покупателям безразлично, товар какой фирмы приобретать.

   В-третьих, на совершенно конкурентном рынке *ни покупатели, ни продавцы не могут повлиять на текущую рыночную цену товара.* При увеличении объемов покупок или продаж отдельным потребителем или фирмой общий спрос (или общее предложение) изменяются незначительно и не оказывают заметного влияния на цену товара. Цены на рынке меняются только тогда, когда покупатели и продавцы действуют согласованно.

   В-четвертых, на рынке совершенной конкуренции *все виды ресурсов абсолютно мобильны.* Не существует жестких ограничений на свободу входить на рынок или покидать его.

   В-пятых, совершенная конкуренция характеризуется наличием *совершенной информации,* что позволяет рыночным агентам принимать решения в условиях определенности. Фирмы располагают данными о ценах на ресурсы и технологии, которые могут быть применены в производстве продукции. Они также знают свои функции доходов и издержек. Потребители имеют полную информацию о ценах всех фирм. Владельцы факторов производства знают цены, которые фирмы платят за ресурсы, и все потери от неиспользованных возможностей.

4. Совершенно конкурентная фирма, руководствуясь рыночной ценой, принимает цену; при этом потребительский выбор характеризуется *горизонтальной кривой спроса*. В этом случае средний доход (*AR*) фирмы и ее предельный доход (*MR*) равны рыночной цене при всех возможных объемах производства фирмы, а линии среднего и предельного доходов совпадают с кривой спроса. Общий доход (*TR*) растет по мере увеличения количества продаваемой продукции. Любая проданная единица товара увеличивает общий доход на величину, равную цене продажи.

5. В условиях совершенной конкуренции *фирма максимизирует свою прибыль, выбирая такой объем производства, при котором предельный доход равен предельным издержкам и текущей рыночной цене* (*MR = MC = P*). Правильность этого допущения основана на здравом смысле. Если производство одной дополнительной единицы товара увеличивает совокупную выручку в большей мере, чем совокупные издержки, то продажа каждой дополнительной единицы продукции приносит фирме добавочную прибыль. При этом максимум прибыли не обязательно обеспечивает положительную экономическую прибыль. Если цена товара в краткосрочном периоде превышает средние издержки на его производство, то фирма получает *прибыль*. Если цена равна средним издержкам, то фирма безубыточна (*break-even*), т. е. получает *нулевую прибыль*. Если рыночная цена ниже средних издержек, то фирма терпит *убытки*. Производство временно прекращается, если цена товара падает ниже минимального уровня средних переменных издержек (точка закрытия).

6. Кривая предложения конкурентной фирмы, ориентированной на максимизацию прибыли, имеет положительный наклон и совпадает с восходящей частью кривой предельных издержек (*MC*), лежащей выше точки минимума средних переменных издержек. Для отрасли в целом кривая предложения представляет собой сложенные по горизонтали индивидуальные кривые предложения. Равновесная цена устанавливается на таком уровне, при котором общий объем предложения равен общему объему спроса на продукцию отрасли. При этом каждая *отдельная фирма в краткосрочном периоде может либо получать экономическую прибыль, либо терпеть убытки, либо быть безубыточной.*

7. *В отдельный период*, если вход в отрасль и выход из нее свободны, экономическая прибыль привлекает в отрасль новые фирмы, а убытки вынуждают ряд фирм покинуть отрасль. В *результате рыночная цена товара не падает ниже точки закрытия и не превышает средних издержек: она устанавливается на уровне минимальных средних издержек (AC) типичной фирмы.* Все фирмы отрасли получают нулевую экономическую прибыль, и каждая из них выбирает объем производства, при котором выполняется условие *P=MR=MC=AC.*

8. В условиях совершенной конкуренции осуществляется эффективное распределение ресурсов. *Эффективность размещения (оптимальность по Парето) достигается в том случае, когда невозможна дальнейшая реорганизация производства и распределения, способная повысить степень удовлетворения чьих-либо потребностей.* Это означает, иначе

говоря, что Парето-оптимальность имеет место тогда, когда нельзя повысить чье-либо благосостояние, не снижая при этом благосостояние остальных.

9. Применительно к рассмотренной проблеме Парето-оптимальность достигается при условиях:
   а) когда потребители максимизируют степень удовлетворения своих потребностей (предельная полезность равна цене);
   б) когда производители выбирают такой объем выпуска, при котором предельные издержки равны цене;
   в) из равенств $MU = P$ и $MC = P$ вытекает равенство $MU = MC$.

   Это означает, что при совершенной конкуренции эффективность распределения ресурсов между фирмами и отраслями достигается, когда *предельные общественные издержки равны предельным общественным выгодам.*

10. Рынок свободной конкуренции не в состоянии решить все проблемы, стоящие перед экономикой и обществом. *Несовершенства рынка диктуют необходимость государственного вмешательства в экономику.* Государство берет на себя функции, во-первых, поддержания механизма функционирования самого рынка и, во-вторых, решения социальных проблем и проведения соответствующей социальной политики.

11. Реальные рыночные структуры характеризуются определенной степенью несовершенства. В условиях несовершенной конкуренции фирма имеет некоторый *контроль над ценой*, что находит отражение в отрицательном наклоне кривой спроса на продукцию фирмы.
    Основными источниками несовершенства конкуренции являются: экономия от масштаба, барьеры для входа на отраслевой рынок в форме правовых ограничений (патенты, лицензии, государственное регулирование) или высоких издержек, рекламы, дифференциации товара. Если фирма имеет возможность снизить издержки при увеличении объема выпуска (экономия от масштаба), это приводит к нарушению совершенной конкуренции, так как более эффективным становится наличие в отрасли небольшого числа фирм. Аналогичная картина возникает при существовании входных барьеров в отрасль. Несовершенная конкуренция имеет место и при большом числе фирм на рынке, если каждая из них выпускает *дифференцированный товар.*

12. У простой монополии (не прибегающей к ценовой дискриминации) предельный доход MR меньше цены P; когда фирма вынуждена снижать цену, чтобы продать дополнительную единицу продукции, это приводит к потере выручки от производства предыдущих единиц.

13. Монополист максимизирует прибыль, производя такое количество продукции, при котором $MR = MC$. Цена, устанавливаемая монополистом на свою продукцию, определяется высотой кривой спроса в точке выпуска, обеспечивающего максимум прибыли. *Монопольная цена всегда выше предельных издержек* ($P > MC = MR$). Так как монополист может изменять объем производства и цену товара, для него *не существует кривой предложения.*

14. С целью максимизации прибыли монополия может проводить *ценовую дискриминацию* — устанавливать разные цены на один и тот же товар для разных покупателей. Чтобы фирма могла это делать, необходимо наличие нескольких условий. Во-первых, продавец должен в определенной степени *контролировать цены*, т. е. обладать монопольной властью; во-вторых, ему необходимо *разделить своих покупателей на группы с различной эластичностью спроса по цене*; в-третьих, должны быть *ограничены возможности перепродажи товара* покупателями, получившими его по низкой цене, людям, готовым купить этот товар по более высокой цене. В случае совершенной ценовой дискриминации каждая единица товара продается по максимальной цене, которую готов уплатить покупатель, т. е. по цене спроса, что позволяет монополисту присвоить весь потребительский излишек как излишек производителя. При этом монополия может предложить на рынке такое же количество продукции, как и в конкурентных условиях.

15. По сравнению с конкуренцией монополия, максимизирующая прибыль, стремится произвести меньшее количество продукции и установить более высокую цену на свой товар. В результате *общество несет потери*, возникающие из-за того, что производится меньше, чем позволяют ресурсы, а высокие цены монополиста позволяют ему перераспределить в свою пользу часть доходов потребителей.

16. Исключением из общего принципа монополии "низкий объем производства — высокая цена" является естественная монополия, когда экономия от масштаба производства настолько велика, что позволяет устанавливать низкие цены при большом объеме производства, которые могут превысить аналогичные показатели конкурентного рынка. Однако в ситуации естественной монополии монополистический рынок будет более предпочтительным для общества, чем конкурентный, только при государственном вмешательстве в процесс установления цен. По отношению к естественным монополиям возможны различные варианты государственного регулирования цен:

    а) цена устанавливается на уровне предельных издержек ($P = MC$);

    б) цена устанавливается на уровне средних издержек ($P = AC$).

    Но вопрос об эффективности любых вариантов регулирования не имеет однозначного решения.

17. На большинстве реальных рынков продукция конкурирующих фирм не стандартизована. Такая рыночная среда получила название *монополистической конкуренции*: монополистической потому, что каждый продавец обладает монополией на свой товар, и конкуренцией — так как существуют многочисленные конкуренты, которые продают сходные товары.

    Кривая спроса монополистически конкурирующей фирмы имеет отрицательный наклон, однако угол наклона ее значительно меньше, чем угол наклона кривой спроса совершенно конкурентной фирмы. Отрицательный наклон кривой спроса показывает, что для увеличения сбыта фирма должна снижать цену. *Предельная выручка* (MR), которую она получает от каждой дополнительной единицы товара, оказывается меньшей, чем от пре-

дыдущей единицы. В результате *совокупная выручка* (*TR*) фирмы растет в убывающей прогрессии и достигает максимума при таком объеме сбыта, когда *MR* = 0.

18. Монополистически конкурирующая фирма максимизирует прибыль при таких цене и объеме производства, когда *MC* = *MR*. Возможность *долговременного получения* прибыли фирмой в условиях монополистической конкуренции исключается по причине отсутствия входных и выходных барьеров.

19. Ряд современных рынков имеет олигополистическую структуру, т. е. там действует такой тип конкуренции, которая ведется между сравнительно малым числом фирм. Ключевым признаком олигополии является *взаимозависимость* фирм, простирающаяся на все сферы конкуренции: цену, объем продаж, долю на рынке, инновационную деятельность, рекламу, услуги, оказываемые покупателям, и т. д.

20. Необходимость учета реакции конкурентов на любые действия фирмы заставляет всех участников олигополистического рынка заниматься *стратегическим планированием*. Олигополистические фирмы ведут либо интенсивную конкуренцию (*некооперативное* стратегическое поведение), либо прибегают к сознательным компромиссам (*кооперативное* стратегическое поведение).

21. Крайняя форма кооперации олигополистов — *картель*, когда фирмы официально соглашаются ограничить конкуренцию. Картель подразумевает *явный сговор* между фирмами относительно цены, раздела рынков, квот производства и т. п. с целью получения прибыли выше той, которую они могли бы получить при отсутствии сговора. Максимальная прибыль, полученная в результате картельного соглашения, равна прибыли в условиях чистой монополии. Однако все участники картеля заинтересованы в реализации *независимой стратегии* максимизации прибыли (обман, предательство), что приводит к его *развалу*. Успех деятельности картеля зависит от способности фирм контролировать поведение своих партнеров и разоблачать обман.

22. Дилемма "монополия или конкуренция", основанная на эффективности совершенной конкуренции и недостатках монопольных рынков, слишком упрощенно представляет реальную жизнь. Тот факт, что монопольная цена превышает предельные издержки, а объем выпуска монополиста меньше объема производства конкурентных фирм, делает монопольные рынки менее эффективными, чем конкурентные. Вместе с тем *гипотеза Шумпетера* заставляет учитывать и другие факты. Конкурентные фирмы по сравнению с крупными корпорациями вкладывают значительно меньше средств в НИОКР, поскольку их экономические возможности невелики. Это значит, что именно крупный бизнес является носителем технического прогресса и главным источником повышения уровня жизни общества.

23. Антимонопольная политика должна строиться таким образом, чтобы это не приводило к *дроблению и измельчению фирм*, а значит, и к замедлению технического прогресса, росту цен, падению экономической эффективности.

Вопросы для повторения

1. Перечислите основные свойства совершенной и несовершенной конкуренции и укажите их отличительные особенности. Почему существует несколько разновидностей несовершенной конкуренции?
2. Почему кривая спроса на продукцию совершенно конкурентной фирмы горизонтальна, а кривая спроса для всего конкурентного рынка имеет отрицательный наклон?
3. Объясните, как вы понимаете тезис о том, что совершенно конкурентные рынки эффективны по Парето. Может ли на конкурентных рынках сложиться ситуация Парето-неэффективности?
4. Объясните, почему горизонтальная кривая спроса конкурентной фирмы совпадает с линией *MR*. Затем докажите, что пересечение кривых *MR* и *MC* обеспечивает максимизацию прибыли.
5. Как соперничают фирмы в условиях совершенной конкуренции, если все они выпускают однородную продукцию? Какая форма конкуренции свойственна совершенно конкурентному рынку?
6. Допустим, что на конкурентном рынке в результате взаимодействия спроса и предложения установилась равновесная цена $P = 61$ руб.

   Функция полных издержек фирмы имеет вид: $TC = 200 + 25Q^3 + \frac{1}{3}Q$. При каком объеме производства фирма максимизирует свою прибыль?
7. Почему кривая спроса на продукцию монопольной фирмы имеет отрицательный наклон? Чему равна *MR*, когда кривая спроса имеет единичную эластичность? Объясните ваш ответ.
8. Почему линия *MR* пересекает ось абсцисс ровно посередине, и кривую спроса — в точке, соответствующей половине максимального спроса, достигаемого при нулевой цене? Аргументируйте свой ответ.
9. Может ли фирма иметь власть над рынком, не будучи чистым монополистом? Как можно добиться монопольной власти?
10. Чем более прибыльна фирма, тем большую монопольную власть она имеет. Так ли это? Объясните.
11. Может ли монополистическая фирма перераспределить в свою пользу весь потребительский излишек?
12. Всегда ли результатом существования монополии являются более высокие цены и более низкий объем производства по сравнению со свободной конкуренцией?
13. Объясните, в силу каких причин на конкурентном рынке может возникнуть монополия, а на монопольном рынке существовать конкуренция?
14. Фирма "Максим" производит мужские костюмы и продает их в условиях монополистической конкуренции. Владелец фирмы определил функцию спроса как $P = 11\,100 - 30Q$. При этом функция совокупных издержек представлена уравнением $TC = 400\,000 + 300Q^2 - 30Q^3$. Определите цену и объем выпуска. Какую прибыль получит фирма при таких цене и объеме производства?
15. Существуют ли общие черты у монополистической конкуренции и олигополистического рынка? Обоснуйте свой ответ и сделайте из него вывод о кардинальном отличии олигополии от монополистической конкуренции.

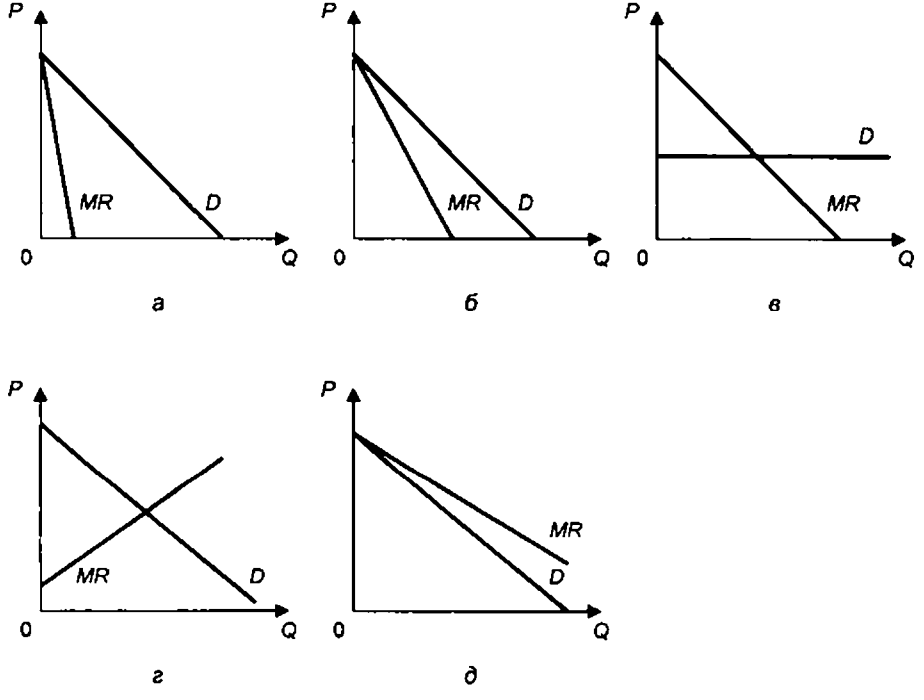
16. Объясните, какие факторы допускают образование официально разрешенных картелей. Какие факторы затрудняют организацию картеля? Какие обстоятельства скорее всего могут привести к развалу картеля?
17. В чем сущность игры "дилемма заключенного"? В чем состоит дилемма? Объясните, почему олигополистическое поведение фирм подобно "дилемме заключенного".

Задачи, упражнения, тесты

1. Совершенно конкурентная фирма производит 50 тыс. пар кроссовок в год при средних переменных издержках 650 руб. и средних издержках 780 руб. При рыночной цене одной пары обуви 840 руб. фирма получает прибыль, равную (в млн. руб.):

   а) 7;
   б) 9;
   в) 3;
   г) 2,7.

2. Какой из приведенных графиков соответствует кривым спроса (*D*) на продукцию монопольной фирмы и ее предельной выручки (*MR*) при линейной кривой спроса?



3. Две фирмы соглашаются разделить рынок поровну. Следовательно, если спрос в отрасли равен

$$P = 200 - 0{,}02\,(Q_1 + Q_2),$$

то спрос на продукцию каждой фирмы составляет

$$P_i = 200 - 0{,}04\,Q_i.$$

Определите, чему равен предельный доход (MR) каждой фирмы?

4. Основываясь на данных о величине MR в предыдущей задаче, предположим, что фирма 2 имеет ту же функцию издержек, что и фирма 1:

$$TC_1 = 50\,000 + 20\,Q_1 + 0{,}01\,Q_1^2.$$

а) Рассчитайте величину предельных издержек этих фирм.

Если каждая фирма независимо от другой стремится к максимизации прибыли, она будет назначать одинаковую цену и производить одинаковое количество продукции.

б) Определите объем выпускаемой продукции и цену каждой фирмы.

5. Опираясь на данные предыдущей задачи, предположим, что фирма 2 имеет

$$TC_2 = 20\,000 + 40\,Q_2 + 0{,}02\,Q_2^2.$$

а) Определите, чему будут равны предельные издержки MC_2.
б) Какой объем выпуска будет производить данная фирма?
в) Чему будет равна цена этой фирмы?

6. Основываясь на приведенных и рассчитанных данных задач 9 и 10, определите, какую прибыль получат фирма 1 и фирма 2 (Π_1 и Π_2).

7. Будет ли монополия производить товар на неэластичном участке кривой спроса?

8. В чем монополия является неэффективной?

9. Существование монополий вызывает споры среди экономистов. Для ограничения размеров избыточных прибылей монополистов были предложены следующие меры:

а) единовременный налог на монополию;
б) фиксированный налог на единицу выпуска;
в) установление максимальной цены на рынке.

Рассмотрите эти предложения с точки зрения цели, т. е. повышения эффективности производства и недопущения чрезмерно высоких прибылей.

10. Авиакомпания является дискриминирующей монополией, предлагающей студентам 50%-ю скидку в ценах на билет. Если эластичность спроса остального населения равна 1,75, можно ли рассчитать эластичность спроса студентов?

Рекомендуемая литература

Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. И. Микроэкономика: В 2 т. Т. 2. Гл. 9–12. СПб., 1997.

Самуэльсон П. А., Норхаус В. Д. Экономика. Гл. 8–10. 15-е изд. М., 1997.

Томпсон А., Формби Дж. Экономика фирмы. Гл. 10–13. М., 1998.

Шерер Ф. М., Росс Д. Структура отраслевых рынков. М., 1997.

Голиков А. Н. и др. Сборник задач по экономической теории. Темы 6, 7. Киров, 1997.

Казаков А. П., Минаев А. В. Экономика. Упражнения, тесты и тренинги. М., 1996.

Микроэкономика и макроэкономика. Задачи и упражнения. Т. 2. Разд. 1.4. СПб, 1997.

Тесты и задачи по микроэкономике и макроэкономике / Под ред. А. В. Сидоровича, Ю. В. Таранухи. М., 1994.

РАЗДЕЛ VI

РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Ключевые понятия

Земля как фактор производства
Капитал
Обмен
Организация
Отрицательная полезность
Предельная производительность ресурса
Предельные издержки ресурса
Предельный продукт ресурса
Предпринимательская прибыль
Предпринимательство
Производительность обмена
Производство
Процент
Равновесие фирмы на рынке ресурсов
Рента
земельная
экономическая
Рынок ресурсов
Теория предельной производительности распределения
Труд
Убывающая производительность ресурса
Ценообразование на рынке ресурсов
Эффект замены ресурса
Эффект объема производства

Цель данного раздела — исследовать рынки, на которых фирмы покупают необходимые им для производства товаров и услуг экономические ресурсы. В центре внимания нашего анализа будут находиться проблемы равновесия на этих рынках и новые условия максимизации прибыли фирмами, а также проблемы установления цен на ресурсы и получения факторных доходов их владельцами.

Вначале мы остановимся на анализе производства — сферы, где происходит соединение экономических ресурсов для выпуска необходимых потребителям товаров и услуг.

ГЛАВА 11

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ РЫНКОВ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

11.1. ПРОИЗВОДСТВО КАК СФЕРА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ЗАТРАТ

В третьем разделе мы уже провели частичный анализ производства, необходимый для исследования производственной функции и нахождения оптимума производителя. Этот анализ можно назвать *техническим*, поскольку в нем производство рассматривалось с точки зрения возможной комбинации факторов производства, в частности труда и капитала. Теперь же посмотрим на производство с несколько иных, а именно *экономических* позиций — попытаемся определить то место, которое оно занимает в системе общественного хозяйства, и ту роль, которую оно играет в процессе воспроизводства.

В самом широком смысле под производством понимается любая деятельность человека, направленная на получение благ, служащих для удовлетворения его потребностей *непосредственно* (потребительских благ) или *косвенно* (производительных благ).

В это общее понятие включаются самые разнообразные виды человеческой деятельности: сбор плодов, охота, скотоводство, многие другие виды труда, характерные для данной стадии развития человеческой цивилизации; производством считается также обработка земли для сельскохозяйственных нужд и переработка сырья в промышленные изделия; в современной науке под производством понимается не только деятельность по изготовлению материальных благ, но и процесс оказания разнообразных услуг гражданам и обществу в целом государственными служащими, банкирами, адвокатами, преподавателями, священнослужителями, учеными и др.).

С экономической точки зрения производство является одной из четырех стадий общественного воспроизводства (производство — распределение — обмен — потребление). При этом в **марксистской политэкономии** оно считается главной стадией — ему приписывается *примат* (первенство) по отношению к другим стадиям воспроизводства.

Примат, разумеется, понимается не в том смысле, что, прежде чем распределять и потреблять блага, их необходимо произвести (это очевидно и находится за пределами науки). Примат состоит в другом: в марксизме первичность производства трактуется как исходный пункт анализа в научной политэкономии и всей парадигме взглядов на общество. К. Маркс писал, что "определенное производство обусловливает... определенное потребление, распределение, обмен и определенные отношения этих различных моментов друг к другу"[1].

Справедливости ради надо отметить, что производство в качестве главного фактора развития общества впервые в мировой экономической мысли выделили **классики английской политэкономии (У. Петти, А. Смит, Д. Рикардо) и французские физиократы (Ф. Кенэ** — основатель школы физиократов, **А. Р. Тюрго, В. Мирабо, П. Дюпон де Немур**). Маркс лишь развил тезис своих предшественников о производстве как основе общественного прогресса. Другие фазы, в частности обмен, по его мнению, являются лишь элементами самого производства.

Насколько такой взгляд согласуется с более поздней **неоклассической** трактовкой места и роли производства в жизни людей?

Неоклассики определили место производства не так, как марксисты. С их точки зрения, *экономика как наука начинается не с производства, а с обмена, торговли, рынка*, т. е. прежде всего с того, как формируется, измеряется и используется полезность благ, будь то природные ресурсы или блага, созданные трудом человека.

Как доказать тезис неоклассиков о том, что не производство, а *обмен составляет исходный пункт* экономической деятельности? Прежде всего зададим вопрос: что является целью всякого хозяйствования? Очевидно, более полное удовлетворение человеческих потребностей. Отсюда следует, что *смысл экономической деятельности состоит в увеличении не производства вещей*, а *полезных благ, ценностей, т. е. всего того, что люди ценят*. Полезность же благ признается только в процессе обмена. Как писал известный австрийский экономист прошлого века К. Менгер, "любые блага сами по себе лишены каких-либо объективных свойств, и прежде всего ценности. Эти свойства придает им лишь соответствующее отношение того или иного субъекта"[2].

---

[1] *Маркс К., Энгельс Ф.* Соч. 2-е изд. Т. 12. С. 725.

[2] Австрийская школа в политической экономии. *Менгер К., Бем-Баверк Е., Визер Ф.* С. 9.

Оценить произведенные вещи как блага можно без обмена только в изолированном хозяйстве. Только при этих условиях можно согласиться с высказыванием Сен-Симона: "Все произведенное — полезно!" (оно верно лишь для натурального хозяйства). Однако такое производство — далекое прошлое человеческой цивилизации. Истинный прогресс начинается тогда, когда прежде изолированные хозяйства начинают обмениваться сначала излишками с целью более полного удовлетворения потребностей, а затем сознательно расширяют производство до таких масштабов, когда обмен становится главным побудительным мотивом их деятельности.

Почему люди обмениваются излишками? Потому что они не представляют для них какой-либо ценности (или являются менее ценными, чем отсутствующие у них блага).

Рассмотрим условный ПРИМЕР. Допустим, домашнее хозяйство для годового потребления нуждается в 1 тыс. тонн хлеба. Однако оно произвело 2 тыс. тонн. Получается, что 1 тыс. тонн с точки зрения удовлетворения потребностей в хлебе данного домашнего хозяйства оказалась лишней, т. е. не представляющей для него непосредственной полезности. Вместе с тем домашнее хозяйство испытывает потребность в картофеле в объеме 1 тыс. тонн. Другое хозяйство располагает излишками картофеля в таком же объеме, но нуждается в 1 тыс. тонн хлеба.

Следовательно, оба этих хозяйства предпринимают обмен с целью максимизации удовлетворения своих потребностей. Первое хозяйство обменивает не представляющую для него полезности 1 тыс. тонн хлеба на гораздо более ценную 1 тыс. тонн картофеля. Второе хозяйство, напротив, отдает малоценный для него картофель и получает взамен высокоценный хлеб. В результате обмена ценность располагаемых хозяйствами благ увеличилась и они стали богаче.

Таким образом, согласно неоклассической теории **обмен создает богатство**, поскольку всегда означает отказ от менее ценного ради более ценного. Кто-то может возразить: "Помилуйте, ведь богатство общества осталось на прежнем уровне, так как количество хлеба и картофеля не увеличилось". Да, количество продуктов не изменилось, но экономическая ценность тех продуктов, которые прошли фазу обмена, стала другой — они приобрели полезность для тех, кто их ценит как блага. Ведь богатство — **категория не материально-вещественная, а экономическая**.

Давайте вспомним: вторая тонна хлеба для первого хозяйства (так же как и вторая тонна картофеля для второго) не представляла ценности. С экономической точки зрения они были для хозяйств лишь неким **воплощением затрат**, некой **"отрицательной полезностью"**. Но в процессе обмена эти затраты, "отрицательные полезности" трансформируются в истинную полезность, повышающую благосостояние потребителей.

Это значит, что обмен мы можем рассматривать как своеобразную разновидность производства: одно хозяйство использовало 1 тыс. тонн хлеба в качестве ресурса (затрат) и получило 1 тыс. тонн картофеля в качестве блага (результата). Другое поступило аналогичным образом: для него картофель послужил затратами, а хлеб — результатом. Итогом этого производительного процесса (обмена) стало то, что ценность готового продукта (благ) превысила ценность издержек для обоих участников. А это и значит, что обмен, несмотря на то что он не ведет непосредственно к физическому увеличению количества товаров, увеличил реальный готовый продукт, идущий на удовлетворение потребностей общества.

Таким образом, наш пример показывает, что **обмен носит производительный характер**. Это дает основание для критической оценки марксистского тезиса о том, что обмен — **непроизводственная сфера**. Критической оценки заслуживает и другое положение марксистской политэкономии — тезис о том, что обмениваться могут лишь **эквиваленты** (равные ценности). Субъективистская политэкономия доказывает верность противоположного утверждения: равные ценности никогда не могут обмениваться (1 литр молока никто не станет обменивать на 1 литр молока). В обмене участвуют разные ценности, так как рыночные агенты поразному оценивают полезность поступающих в обмен благ. Для обеих сторон обмен является неэквивалентным — менее ценное для себя каждый обменивает на более ценное. В этом и состоит **источник производительности обмена.**

Означает ли все сказанное, что неоклассическая теория полностью игнорирует производство как сферу создания богатства? Разумеется, нет! Производство, безусловно, увеличивает реальное богатство, но лишь в той мере, в какой производимые блага удовлетворяют потребности общества, т. е. признаны потребителями. В противном случае оно бессмысленно; производство ради производства представляет экономический нонсенс.

Поскольку потребитель оценивает полезность произведенных товаров в рыночном хозяйстве с помощью обмена, последний производителен еще и потому, что **повышает эффективность использования ресурсов**, так как ориентирует производителей на выпуск тех благ и в том количестве, в котором нуждается общество.

В заключение в подтверждение наших рассуждений приведем слова К. Менгера из его книги "Основания политической экономии", в которой много места отведено учению об обмене: "Экономический обмен ведет к более полному удовлетворению человеческих потребностей, к усилению средств удовлетворения потребностей обменивающихся лиц. Точно так же как и при физическом увеличении экономических благ все лица, способствующие обмену, — при условии, конечно, что речь идет об экономических меновых операциях, — **такие же производители**, как земледельцы и фабриканты, потому что цель всякого хозяйства — не физическое увеличение

количества благ, но возможно более полное удовлетворение человеческих потребностей: люди, занимающиеся торговлей, содействуют достижению этой цели не меньше тех лиц, которых долго считали единственно производительными исходя из крайне односторонней точки зрения"[1].

11.2. ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Как мы выяснили, производство — это такая сфера хозяйственной деятельности людей, в которой непосредственно осуществляются затраты экономических ресурсов с целью получения необходимых благ. Ресурсы, участвующие в производстве товаров и услуг, называются **факторами производства**.

Экономическая наука выделяет **четыре группы** факторов производства (ресурсов):

человеческие ресурсы;
природные ресурсы;
капитал;
предпринимательство.

Каждый из перечисленных факторов занимает свое место в экономической системе и выполняет определенные функции.

1. **Человеческие ресурсы** (экономисты называют их еще **"труд"**) (L) — это способность человека к любой интеллектуальной или физической деятельности, направленной на получение благ или оказание услуг. Цена, уплачиваемая за труд, называется **заработной платой** (W).

2. **Природные ресурсы** (Z) — это естественные блага, которые используются при создании товаров и услуг (полезные ископаемые, лес, вода, воздух и т. п.). Экономисты часто используют термин **"земля"**, когда говорят о природных ресурсах как факторе производства. Цена, уплаченная за использование земли, называется **рентой** (R). Таким образом, рента — это доход владельца земли.

3. **Капитал** (K) — это созданные людьми производственные ресурсы (машины, здания, компьютеры, трубопроводы, железные дороги и т. д.), предназначенные для повышения производительной силы труда. Под капиталом также (в краткосрочном периоде) понимаются деньги, на которые

[1] Австрийская школа в политической экономии. *Менгер К., Бем-Баверк Е., Визер Ф.* С. 162.

приобретаются физические факторы производства. Плата за использование чужих денег или физического капитала называется **процентом** (r). Процент, таким образом, является доходом поставщиков капитала.

4. **Предпринимательство** — это совокупность трудовых усилий особого рода: управленческих и организационных навыков, необходимых фирмам для производства товаров и услуг. Задача предпринимателя — соединить указанные выше три фактора производства наиболее эффективным, рациональным способом. В случае успеха предприниматель получает предпринимательскую прибыль (P), в случае неудачи — терпит убытки. Таким образом, **предпринимательская прибыль** — это вознаграждение за фактор предпринимательства (за усилия, инновации, риск). Важно отметить, что вознаграждение за этот фактор производства осуществляется *после* того, как вознаграждены три предыдущих фактора — труд, земля и капитал.

Предпринимательство как особый фактор производства впервые выделено в экономическом анализе А. Маршаллом. Правда, у него оно называлось организацией. Согласно Маршаллу, организация имеет многочисленные формы: организация отдельного предприятия; организация различных предприятий; организация различных видов деятельности по отношению друг к другу; организация государства. Термин "предпринимательство" связан с именем другого экономиста — Й. Шумпетера, в работах которого имеются интересные и глубокие исследования по теории предпринимательства.

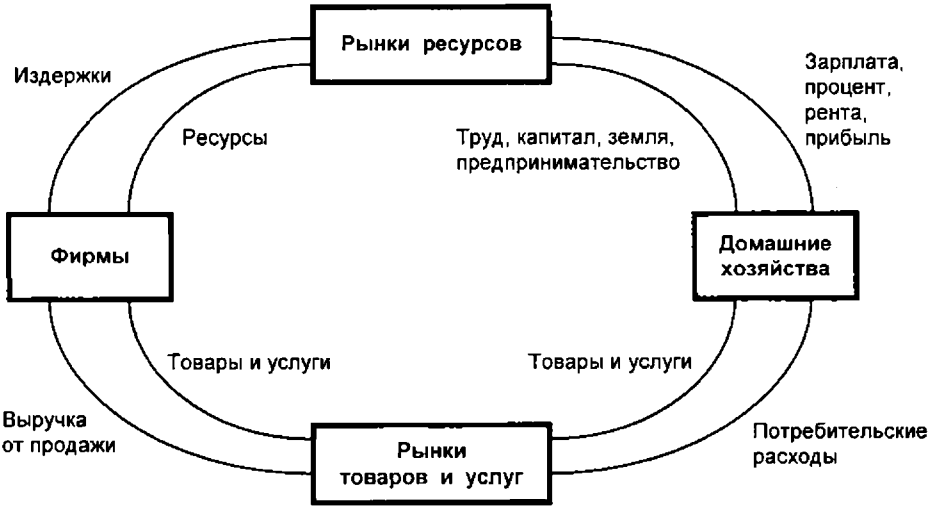
Итак, для производства любого товара или услуги фирма должна приобрести необходимые ей экономические ресурсы на соответствующем рынке. Владельцами ресурсов являются *домашние хозяйства* (*households*). На рынке ресурсов домашние хозяйства выступают в качестве продавцов, а фирмы — в качестве покупателей. На рынке готовых товаров, напротив, фирмы выступают в роли агентов предложения, а домашние хозяйства — в роли предъявителей спроса. Это показано на следующей диаграмме взаимодействия рынков ресурсов и рынков товаров.

При исследовании рынков ресурсов центральным пунктом анализа является **проблема ценообразования** на факторы производства. Это объясняется следующими обстоятельствами.

Во-первых, цены на ресурсы — основной фактор, влияющий на денежные доходы их владельцев (зарплату, процент, ренту, предпринимательскую прибыль).

Во-вторых, подобно тому как цены на товары и услуги регулируют их поступление к покупателям, цены на ресурсы опосредуют их распределение между различными отраслями и фирмами.

Диаграмма взаимодействия рынков ресурсов и рынков товаров



В-третьих, от цен на ресурсы зависят издержки производства фирмы-покупателя. Стремясь к максимизации прибыли, фирма постоянно должна стараться сократить свои издержки.

В-четвертых, в прямой зависимости от цен на указанные четыре группы ресурсов находится распределение богатства в обществе между наемными работниками, владельцами земли, собственниками капитала, предпринимателями.

Все это свидетельствует о том, что ценообразование на ресурсы играет важную роль в определении поведения фирмы на рынке.

После этих предварительных замечаний перейдем к анализу равновесия на рынках ресурсов.

11.3. РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ НА РЫНКАХ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Рынки ресурсов и рынки готовых товаров имеют много общего в принципах их организации и установления равновесия. Однако некоторые отличия все же имеются, и они создают определенную специфику механизма функционирования рынка ресурсов. Первое отличие связано с тем, что **на рынке ресурсов фирмы выступают в качестве покупателей, а домашние хозяйства — в качестве продавцов**. Отсюда следует, что теория спроса

на ресурсы также должна учитывать целевую функцию фирмы — максимизацию прибыли. Иначе говоря, анализ поведения фирмы на рынке ресурсов должен исходить из принципа максимизации прибыли фирмой.

Во-вторых, в отличие от потребительского спроса на товары и услуги спрос фирмы на факторы производства носит **производный характер**, т. е. он зависит от спроса на готовые товары и услуги. Это значит, что фирмы покупают ресурсы не для собственного потребления, а для использования их в производстве товаров и услуг с целью последующей продажи (например, спрос фирмы на кожу зависит от спроса на ботинки и т. д.).

Однако приобретение фирмой факторов производства подчиняется определенным правилам и законам.

Чем руководствуется фирма, когда определяет **объем** закупок факторов производства? Предположим, фирма должна решить, сколько ей необходимо нанять рабочей силы. Она уже использует определенное число рабочих, но хочет знать, выгодно ли нанять еще одного рабочего. Очевидно, что наем дополнительного работника позволит получить прирост продукции (дохода), но одновременно увеличит издержки фирмы.

Существует правило: **наем дополнительного работника имеет смысл, если дополнительный доход от его труда больше, чем издержки на заработную плату.**

Дополнительный продукт, полученный от использования дополнительной единицы ресурса, называется **предельным продуктом** (*MP — marginal product*). Прирост дохода фирмы от реализации дополнительной единицы продукта называется **предельной производительностью ресурса** (*MRP — marginal revenue product*). *MRP* еще называется **предельным продуктом в денежном выражении** и рассчитывается по формуле:

$$MRP = MP \times MR,$$

где *MP* — предельный продукт фактора производства;

MR — предельный доход от продажи дополнительной единицы продукции.

На графике предельная производительность ресурса — это кривая спроса, с которым имеет дело фирма на рынке готовой продукции (кривая спроса на ее продукцию). На ней показан доход фирмы от реализации дополнительного количества готовой продукции. Эта кривая, как известно, имеет отрицательный наклон, так как отражает убывающую производительность ресурса: чем больше единиц ресурса использует фирма, тем ниже предельная производительность каждой из них (рис. 11-1).

Второе обстоятельство, которое учитывает фирма при определении объема закупок факторов производства, — издержки на приобретение каждой дополнительной единицы фактора производства, получившие название **предельных издержек ресурса** (*MRC — marginal resource costs*).

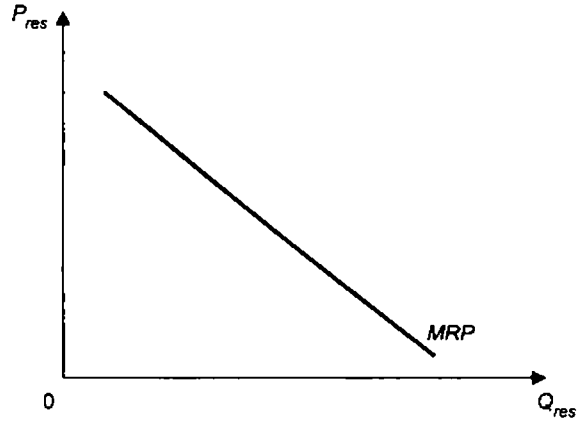


Рис. 11-1. Убывающая производительность ресурса

На величину предельных издержек ресурса влияют **цены предложения ресурса**. На совершенно конкурентном рынке факторов производства цена ресурса постоянна, так как фирмы-продавцы или домашние хозяйства не влияют на цены предложения, поскольку они устанавливаются на рынке (рис. 11-2). Поэтому на графике линия *MRC* имеет форму прямой, параллельной оси абсцисс. Для фирмы-покупателя кривая предложения P_s — это кривая ее предельных издержек *MRC*. Она совпадает с кривой средних издержек *AC*.

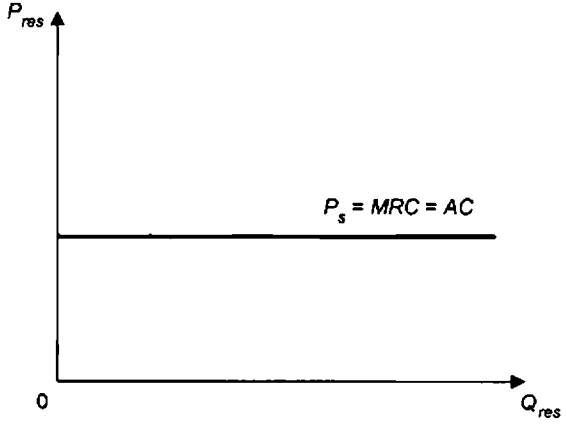


Рис. 11-2. Спрос на ресурс конкурентной фирмы

Принцип выбора фирмой количества используемого ресурса обосновывается равенством $MRP = MRC$ (рис. 11-3).

На рис. 11-3 видно, что равенство *MRP* и *MRC* достигается в точке *E* при количестве ресурса Q_e.

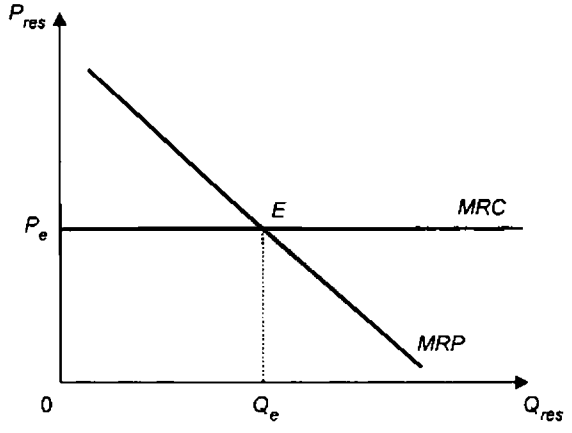


Рис. 11-3. Выбор фирмой объема закупок ресурса

Если *MRP* > *MRC*, т. е. кривая *MRP* находится выше кривой *MRC*, фирма может еще увеличивать закупки факторов производства, так как доход от дополнительной единицы ресурса (*MRP*) превышает издержки на его использование (*MRC*).

Если *MRP* < *MRC*, то уменьшение использования дополнительного фактора производства в большей мере сократит издержки, чем доход.

Следовательно, **условием максимизации прибыли фирмы будет равенство предельной производительности ресурса и предельных издержек: *MRP* = *MRC*.**

Данное условие очень похоже на условие равновесия фирмы, реализующей готовую продукцию: *MR* = *MC*. Но если тогда речь шла о **выпуске продукции**, то теперь — о **затратах на ресурс**. Равенство *MRP* = *MRC* получило название *золотого правила равновесия фирмы на рынке факторов производства*.

Это равенство справедливо для любого рынка факторов производства независимо от того, является ли рынок готовой продукции конкурентным или монопольным.

Но кривые предельной производительности ресурса для **конкурентной** и **монопольной** фирм, действующих на рынке готовой продукции, различны (рис. 11-4).

На совершенно конкурентном рынке готовых товаров и услуг фирма продает всю свою продукцию по одной и той же рыночной цене. Если она увеличит количество единиц ресурса, то предельный продукт ресурса (предельная производительность ресурса) снизится, так как действует *закон убывающей производительности ресурса*. Предельная производительность ресурса $MRP_c = MP \times MR$, где $MR = P$, поэтому $MRP_c = MP \times P$.

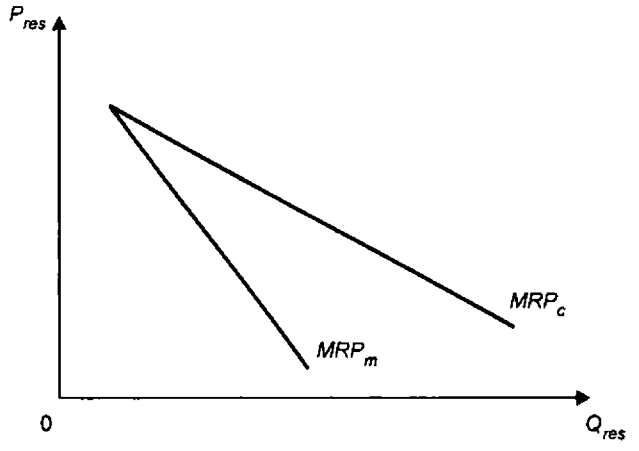


Рис. 11-4. Предельная производительность ресурса для конкурентной и монопольной фирм

Если на рынке готовых товаров фирма является монополистом, она может увеличить объем реализации лишь при условии снижения цены. Это приведет к тому, что предельный доход фирмы всегда будет меньше цены $(MR < P)$, а это значит, что $MRP_m = MP \times MR$. Таким образом, по мере расширения выпуска продукции кривая предельной производительности ресурса для монопольной фирмы будет иметь более крутой наклон, чем для конкурентной фирмы, так как в данном случае снижается не только производительность ресурса, но и цена (рис. 11-4).

$$(MRP_m = MP \times MR) < (MRP_c = MP \times P),$$

где MRP_m — предельная производительность ресурса монопольной фирмы;

MRP_c — предельная производительность ресурса конкурентной фирмы.

На графике это будет выглядеть следующим образом (рис. 11-4).

Это обстоятельство имеет важное значение для фирмы, так как предельная производительность ресурса является одним из факторов, определяющих его количество, которое будет использовать фирма.

График количества ресурса, используемого конкурентной и монопольной фирмами, представлен на рис. 11-5.

Из рис. 11-5 видно, что фирма-монополист использует меньше ресурса, чем конкурентная фирма $(Q_m < Q_c)$, при той же его цене P_{res}. А это значит, что при прочих равных условиях фирма-монополист производит меньше готовых товаров, чем совершенно конкурентная фирма.

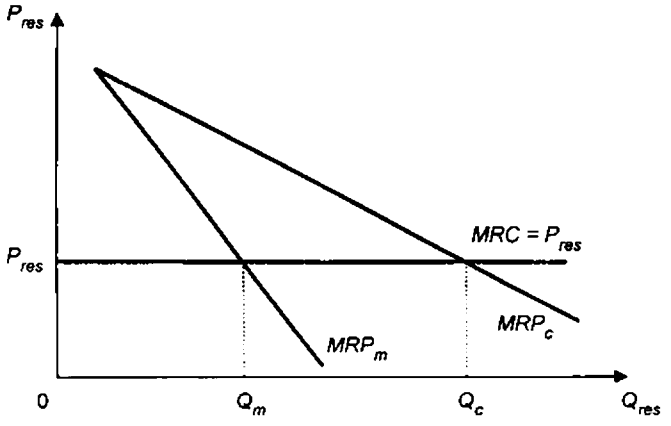


Рис. 11-5. Объем ресурса, закупаемый конкурентной и монопольной фирмами

Мы рассмотрели случай выбора фирмой количества определенного ресурса при условии, что количества всех остальных используемых ею ресурсов неизменны. На практике, однако, в долгосрочном периоде фирма может изменять количество *всех* ресурсов, которые она применяет. Поэтому необходимо рассмотреть, какое сочетание ресурсов предпочтет фирма, если все ресурсы являются *переменными*.

Разные сочетания применяемых ресурсов, например труда L и капитала K, обеспечивают один и тот же объем выпуска Q (изокванта) (рис. 11-6).

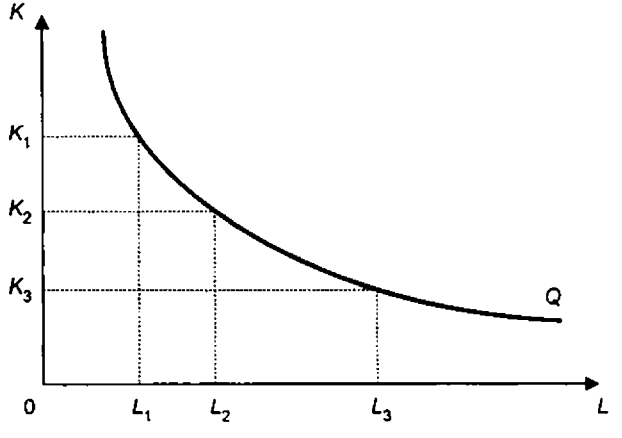


Рис. 11-6. Кривая равного выпуска (изокванта)

Что должна сделать фирма, чтобы максимизировать свою прибыль? Для этого недостаточно только минимизировать затраты. Существует много различных уровней объема производства, при которых фирма может

производить товар с наименьшими затратами. Но есть один-единственный его уровень, при котором максимизируется прибыль. Это, как мы знаем из анализа **рынков готовых товаров**, объем выпуска, при котором предельный доход MR равен предельным издержкам MC, т. е. это знакомое нам золотое правило равновесия: $MR = MC$.

Применительно к **рынку ресурсов** условием максимизации прибыли фирмой будет такое соотношение между затратами на ресурс и доходами от его применения, когда цена ресурса, например цена труда P_L, будет равна предельному продукту ресурса (труда) в денежном выражении (MRP_L): $P_L = MRP_L$.

Аналогичная закономерность выполняется в отношении любого другого ресурса, например капитала K. Применительно к использованию капитала условием максимизации прибыли будет такое количество применяемого капитала, при котором его цена равна предельному продукту капитала в денежном выражении: $P_K = MRP_K$.

Таким образом, при использовании ресурсов на конкурентных рынках фирма закупает **максимизирующее прибыль сочетание ресурсов**, если количество каждого используемого фактора производства увеличивается до уровня, при котором его цена равна его предельному продукту в денежном выражении:

$$P_L = MRP_L,$$

$$P_K = MRP_K.$$

Иначе это правило можно записать следующим образом:

$$\frac{MRP_L}{P_L} = \frac{MRP_K}{P_K} = 1.$$

Это условие означает, что фирма максимизирует прибыль, когда отношения предельной производительности каждого ресурса к его цене будут равны. Если цена одного из факторов производства изменится, то фирма максимизирует прибыль при другом их сочетании.

Иллюстрация дана на рис. 11-7.

С увеличением количества используемого труда MRP_L убывает. С увеличением количества капитала убывает MRP_K. Суммарная производительность факторов во всех точках кривой Q будет одинаковой. Поэтому **наклон кривой Q отражает соотношение производительностей используемых факторов производства** $\frac{MRP_K}{MRP_L}$.

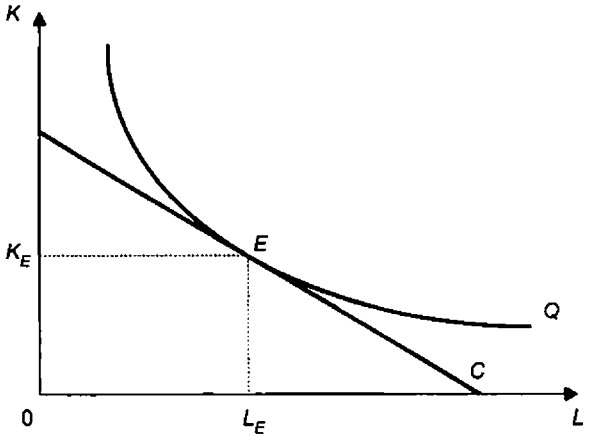


Рис. 11-7. Оптимальное сочетание ресурсов

Наклон линии издержек C характеризует соотношение цен на факторы P_K/P_L. В точке E $\frac{MRP_K}{MRP_L}=\frac{P_K}{P_L}$. Эта точка показывает оптимальное сочетание ресурсов (труда и капитала), при котором фирма максимизирует прибыль, производя объем продукции Q.

Вместе с тем при падении цен на оборудование (а значит, при сокращении издержек) фирма увеличивает выпуск продукции. В свою очередь, увеличение объема выпуска приведет к росту спроса на все ресурсы, включая труд. Экономисты говорят, что в этом случае (в связи со снижением цен на оборудование) имеет место **эффект объема** производства, который влечет за собой рост спроса на труд.

Таким образом, эффекты замещения и объема действуют в противоположных направлениях. При падении цены на оборудование эффект замещения снижает спрос на рабочую силу, а эффект объема увеличивает.

Однако фирму интересуют в первую очередь не абсолютные, а **относительные величины** этих эффектов:

- если эффект замещения превышает эффект объема производства, то изменение в цене ресурсозаменителя (снижение цены на капитал) вызывает **изменение в спросе на труд в том же направлении**;
- если эффект объема производства превышает эффект замещения, то изменение в цене ресурсозаменителя (снижение цены на капитал) вызывает **противоположно направленное изменение в спросе на труд**.

Рассмотрим еще один случай: когда труд и капитал являются **взаимодополняющими** факторами (т. е. увеличение размеров применяемого оборудования влечет за собой рост спроса на рабочую силу). Это случай, когда

капитал нельзя замещать трудом и наоборот. Естественно, что в такой ситуации снижение цены на оборудование приведет к росту спроса как на капитал, так и на труд в силу эффекта объема производства. При повышении цены на капитал эффект объема производства вызовет уменьшение спроса на труд.

Таким образом, **изменение в цене взаимодополняющего ресурса приводит к противоположно направленному изменению спроса на труд.**

Итак, в каких случаях спрос на ресурс увеличивается (кривая смещается вправо)?

Во-первых, при увеличении спроса на товар, изготовленный с использованием данного ресурса (поскольку спрос на ресурс вторичен, производен от спроса на товар);

во-вторых, при увеличении производительности фактора производства, поскольку она противодействует тенденции убывания дохода;

в-третьих, при уменьшении цены на ресурсозаменитель (при условии, что эффект объема сильнее эффекта замещения);

в-четвертых, при увеличении цены на ресурсозаменитель (при условии, что эффект замещения превышает эффект объема продукции);

в-пятых, при снижении цены на взаимодополняющий ресурс (снижение цены сокращает издержки, в результате растет его предложение, а это способствует росту спроса на ресурс).

Теперь перейдем к *анализу рыночного предложения факторов производства.*

Как уже отмечалось, для отдельного рыночного агента, действующего на конкурентном рынке, цена предложения ресурса P_s на графике имеет вид прямой, параллельной оси абсцисс. Одновременно она также является и прямой предельных издержек *MRC* (см. рис. 11-2). Кривая же рыночного предложения имеет положительный наклон, так как является кривой издержек упущенных возможностей (рис. 11-8).

Это означает следующее: чтобы привлечь дополнительное число рабочих (или других факторов производства), плата за них (зарплата) должна покрывать альтернативные издержки затрат времени либо на других рынках труда, либо в домашнем хозяйстве, либо на отдых. Одним словом, зарплата привлекает больше людей на определенное рабочее место; при более низкой зарплате альтернативные издержки были бы для них слишком высокими.

Равновесие на конкурентном рынке факторов производства характеризуется равенством спроса и предложения. В точке E (рис. 11-9) равновесная цена составит P_E, равновесный объем — Q_E.

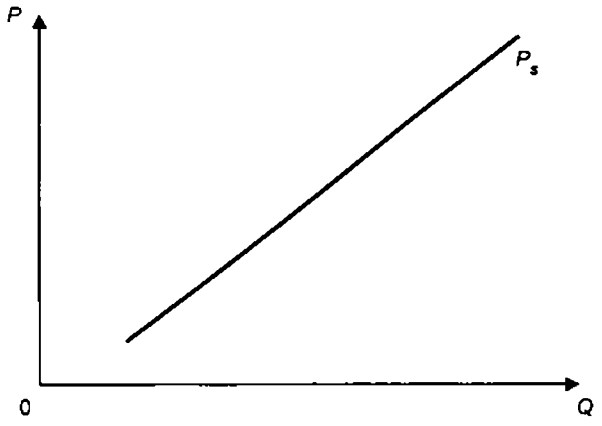


Рис. 11-8. Рыночное предложение ресурса

Если рынок готовой продукции также совершенно конкурентный, то кривая спроса на ресурс *D* показывает предельную производительность ресурса (*MRP*), которую потребители получат от использования его дополнительного количества. *MRP*, как отмечалось ранее, снижается по мере увеличения количества единиц ресурса. Кривая же предложения ресурса отражает издержки фирмы, точнее, предельные затраты от использования дополнительной единицы ресурса (*MRC*). Следовательно, в точке *E* предельная производительность ресурса (*MRP*) равна его предельным издержкам (*MRC*).

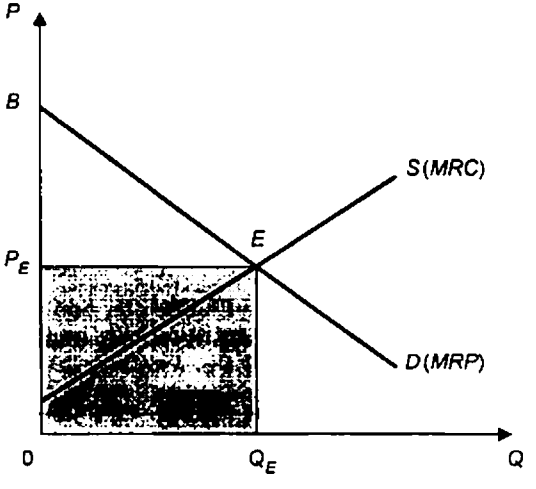


Рис. 11-9. Спрос и предложение на конкурентном рынке факторов производства

Когда оба рынка — факторов производства и готовой продукции — совершенно конкурентны, ресурсы используются эффективно, поскольку **разница между совокупной прибылью и совокупными издержками максимальна**. На графике это разница площадей $OBEQ_E$ и OP_EEQ_E, где $OBEQ_E$ — общий доход от использования ресурса в объеме Q_E; OP_EEQ_E — общие издержки фирмы на закупку ресурса в объеме Q_E. Площадь треугольника P_EBE показывает дополнительный доход, предназначенный для вознаграждения других факторов производства (капитал, земля, предпринимательские услуги), используемых фирмой.

Теперь рассмотрим отдельно треугольник AP_EE. Он соответствует части общих издержек фирмы на ресурс. На совершенно конкурентном рынке все количество ресурса продается по цене P_E. Этот уровень цены позволяет вовлечь в производство последнюю (предельную) единицу ресурса (Q_E). Для всех же предыдущих единиц ресурса цена P_E является более высокой по сравнению с той, которая была бы достаточной для вовлечения их в производство. Следовательно, владельцы предыдущих частей ресурса получают некий излишек дохода, который называется **экономической рентой**. С позиций владельцев этих частей ресурса экономическая рента схожа с излишком производителя, который получает продавец в силу того, что рыночная цена выше его цены предложения.

Теперь представим, что кривая предложения ресурса S становится бесконечно эластичной и принимает горизонтальное положение. В этом случае экономическая рента равна нулю. Это значит, что экономическая рента образуется лишь при условии, если эластичность предложения по цене небесконечна.

Когда же предложение совершенно неэластично (коэффициент эластичности равен нулю), все доходы от фактора производства представляют собой экономическую ренту (площадь OP_EEQ_E), так как он будет предложен независимо от цены на него (рис. 11-10). Наиболее типичным фактором такого рода является земля.

Таким образом, анализ рынка ресурсов позволяет нам сделать следующие выводы.

Предложение и спрос на рынке определяют, как оценивается тот или иной ресурс, а также то, какое его количество необходимо для производства.

Максимизация прибыли фирмой обеспечивается путем увеличения количества используемого ресурса до тех пор, пока его предельная полезность (MRP) не уравняется с предельными издержками (MRC), т. е. с ценой ресурса. Это значит, что на каждую единицу любого используемого ресурса приходится доход, совпадающий с вкладом этой единицы в выручку фирмы. В экономической науке положение о том, что доход

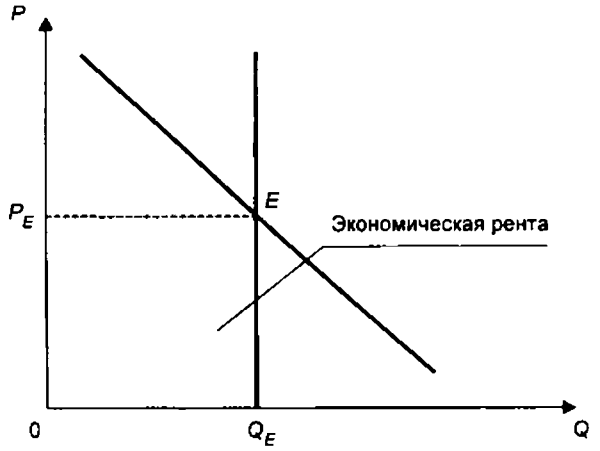


Рис. 11-10. Цена ресурса
при совершенно неэластичном предложении его

от ресурсов соответствует их предельной производительности, получило название **теории предельной производительности распределения** *(Marginal Product Theory of Distribution)*. Эта теория была выдвинута **Джоном Б. Кларком** в 1900 г., но основы ее были заложены еще Давидом Рикардо в 1817 г.

Некоторые экономисты считают, что теория распределения дохода на основе предельного продукта действует не только в рыночной, но и в нормативной экономике, поскольку затрагивает нравственные принципы. Например, каждый рабочий, так же как и любой другой владелец факторов производства, получает ровно столько, сколько стоит созданный им предельный продукт. Если же владельцы факторов производства не желают вкладывать их в производство, они терпят убытки от неиспользования этих факторов производства точно такого же размера, что и общество. Таким образом осуществляется нравственный принцип "От каждого — по способности, каждому — по труду"[1].

Основные выводы

1. Производство — сфера, где осуществляется соединение экономических ресурсов для выпуска необходимых потребителям товаров и услуг. Производство есть сфера затрат, создания "отрицательной полезности". Смысл экономического прогресса состоит не в росте производства любых вещей, а в увеличении количества полезных благ, ценностей, т. е. всего того, что люди ценят. Полезность же благ проявляется только при обмене. Произво-

[1] Economics: Англо-русский словарь-справочник. М., 1994. С. 111.

дительность обмена состоит в том, что люди отчуждают менее ценные для себя блага, получая за них более ценные. Обмен также обеспечивает повышение эффективности использования ресурсов, так как ориентирует производителей на выпуск тех благ и в том количестве, в котором нуждается общество.

2. Экономические ресурсы, используемые для выпуска благ, называются факторами производства. К ним относятся: труд, природные ресурсы (земля), капитал, предпринимательство. Каждый из факторов создает в процессе производства свой вид дохода, который получает его владелец.

3. На рынке ресурсов фирма закупает необходимые ей факторы производства и комбинирует их определенным образом с целью получения наибольшей отдачи от вложенных средств.

4. Чем большее количество какого-либо ресурса использует фирма (при постоянном количестве других ресурсов), тем меньший доход он приносит. В этом проявляется принцип (закон) убывающей производительности переменного ресурса.

5. Количество каждого используемого фактора зависит от его производительности и цены. Предприниматель стремится изменять количество используемых факторов до тех пор, пока не получит на каждую последнюю денежную единицу, затраченную на приобретение факторов, равное по стоимости количество конечного продукта. Фирма достигнет состояния равновесия, если факторы производства будут комбинироваться в соответствии со следующим правилом:

$$\frac{\text{Предельный продукт труда } (MRP_L)}{\text{Цена труда } (P_L)} = \frac{\text{Предельный продукт капитала } (MRP_K)}{\text{Цена капитала } (P_K)}.$$

Следовательно, фирма должна стараться увеличивать закупки того фактора, цена которого падает, и сокращать закупки фактора, который дорожает.

6. Предельные издержки ресурса — это издержки приобретения каждой дополнительной единицы фактора производства. На совершенно конкурентном рынке факторов производства цена ресурса постоянна, поэтому график предельных издержек ресурса (*MRC*) для отдельной фирмы имеет форму прямой, параллельной оси абсцисс; кривая рыночного предложения ресурса имеет положительный наклон, так как является кривой издержек упущенных возможностей. Равновесие на конкурентном рынке факторов производства достигается путем уравнивания спроса и предложения. Это означает, что максимизация прибыли фирмой достигается при расширении использования ресурса до тех пор, пока его предельная производительность (*MRP*) не уравняется с предельными издержками (*MRC*), т. е. с ценой ресурса.

Вопросы для повторения

1. В чем отличие трактовки производства экономистами-неоклассиками от марксистской?
2. Почему представители неоклассической политэкономии считали, что экономика как наука начинается не с производства, а с обмена, с рынка? В чем производительность обмена?
3. Как вы понимаете утверждение, что производство в рыночном хозяйстве само по себе, в отрыве от обмена, создает лишь "отрицательную полезность"?
4. Почему предпринимательство как разновидность трудовых усилий отличается от труда как фактора производства и является отдельным фактором производства?
5. Почему при исследовании рынков ресурсов в центре внимания находится проблема ценообразования на факторы производства?
6. При каком условии фирма увеличивает использование факторов производства?
7. Чем определяется величина предельного продукта и каково соотношение между средним и предельным продуктами?
8. Как изменится средний продукт, если предельный продукт упадет ниже среднего?
9. Объясните, в чем на практике проявляется закон убывающей производительности. Почему его называют еще "законом изменяющихся пропорций"?
10. При каком условии фирма обеспечивает оптимальное сочетание переменных факторов производства? Проиллюстрируйте свой ответ на графике.
11. Предположим, что заработная плата сельскохозяйственных рабочих растет, а предельный продукт труда остается неизменным. Что может сделать фермер, чтобы вернуть свое хозяйство в состояние равновесия?
12. Покажите с помощью графика спроса и предложения, что происходит на рынке эстрадной песни при увеличении государством налоговых платежей с артистов.

Задачи, упражнения, тесты

1. В "Экономике" П. Самуэльсона и В. Нордхауса приводятся два любопытных довода защитников труда и капитала. Они пишут, что лидеры профсоюзов часто говорят: "Без труда нет продукта. Следовательно, труд заслуживает *весь* продукт". Апологеты капитала на это могут возразить: «Уберите все капитальные блага, и труд будет "выцарапывать" жалкие гроши из земли; практически весь продукт принадлежит капиталу».

   Проанализируйте слабые места этих аргументов. Представьте себе, что вы приняли эти аргументы. Покажите, что если согласиться с ними, то пришлось бы распределить 200 или 300% выпуска, в то время как распределить нужно всего лишь 100%. Как разрешает эти противоречия теория предельной производительности Дж. Кларка?

2. Допустим, что цена фактора производства 1 составляет 500 руб., а предельная выручка этого фактора равна 750 руб. Цена фактора 2 составляет 1200 руб., а его предельная выручка — 1000 руб. Какой совет вы дали бы руководству фирмы для максимизации ее прибыли?

3. Фирма, обладающая монопольной властью на рынке продукции, но не имеющая монопсонии на рынках факторов производства, будет нанимать:

   а) больше труда, чем конкурентные фирмы, но платить более низкую заработную плату;
   б) меньше труда и платить более низкую заработную плату по сравнению с конкурентными фирмами;
   в) больше труда и платить более высокую заработную плату по сравнению с конкурентными фирмами;
   г) меньше труда и платить такую же заработную плату, как и конкурентные фирмы.

Рекомендуемая литература

Долан Э. Дж., *Линдсей Д.* Рынок: микроэкономическая модель. Гл. 10. СПб., 1992.

Макконнелл К. Р., *Брю С.* Экономикс: В 2 т. Т. 2. Гл. 29, 30. М., 1992.

Пиндайк Р., *Рубинфельд Д.* Микроэкономика. Гл. 13. М., 1992.

Харвей Дж. Постигаем экономику. Гл. 6. М., 1997.

Хейне П. Экономический образ мышления. Гл. 12. М., 1991.

Практикум по микро- и макроэкономике. Тема 11. СПб., 1997.

ГЛАВА 12

РЫНОК ТРУДА И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА

Ключевые понятия

Бесполезность труда
Двусторонняя монополия
Демографические аспекты труда
Естественный уровень безработицы
Заработная плата
Издержки труда
Индивидуальный контракт
Коллективный договор
Монопсония на рынке труда
Нерациональное поведение
Полезность труда
Предельная полезность труда
Предельные издержки труда
Предложение труда
Производительность труда
Профсоюз
Рабочая сила
Равновесная ставка заработной платы
Рынок труда
Социальные условия труда
Спрос на труд
Теория предельной производительности
Труд
Уровень активности населения
Цена труда
Человек экономический
Человеческий фактор
Экономически активное население
Экономические условия труда
Эффект дохода
Юридические условия труда

12.1. ЧЕЛОВЕК В ЭКОНОМИКЕ

Человек и его труд издавна привлекали внимание экономической науки. Классическая политэкономия и неоклассики в своих рассуждениях о человеке и его месте в экономике исходили из гипотезы о **рациональном поведении** людей. Рациональное поведение, как уже отмечалось, — это поведение, направленное на достижение **максимальных результатов** при имеющихся ограничениях. В рамках рассуждений о рациональном поведении была сформулирована идея экономического человека (*гомо экономикус*), который, участвуя в процессе общественного производства, стремится реализовать прежде всего свои материальные, денежные интересы. Именно выгода выступает главным побудительным мотивом экономического человека, которой он систематически подчиняет свои действия. Экономический человек принимает решения исходя из совершенной рациональности, автоматически направляющей его в любой ситуации к тому, что обеспечивает наибольшую выгоду, без всякой оглядки на чувства, сомнения и человеческие слабости.

Блестящий портрет такого "гомо экономикус" нарисовал Т. Веблен: *"Это гениальный калькулятор удовольствий и тягот, который, как некий шарик, сделанный из однородного материала — из желания счастья, катается туда-сюда под влиянием стимулирующих средств, которые двигают его повсюду, но не деформируют. У него нет ни прошлого, ни будущего. Этот одушевленный предмет изолирован, неподвижен и находится в постоянном равновесии, кроме случаев, когда его ударяют какие-нибудь действующие силы, которые перемещают его в том или ином направлении. Помещая самого себя в среду естественных элементов, он равномерно вращается вокруг своей духовной оси до тех пор, пока эти силы не начнут давить на него, и тогда он движется туда, куда указывает ему равнодействующая от сложения этих сил. Когда силы прекращают свое действие, он возвращается в состояние покоя и, как раньше, опять представляет собой лишь простой шарик"*[1].

Разумеется, такая модель человека создавалась на основе методологии совершенно конкурентного, свободного рынка, целиком очищенного от реальных условий хозяйственной жизни. Поэтому неудивительно, что она была подвергнута критике со стороны тех западных экономистов, которые видели всю сложность и многообразие реальной личности. Так, Б. Кларк писал, что нет ничего более ошибочного в экономической науке, чем "гомо экономикус"[2].

---

[1] *Барр Р.* Политическая экономия. Т. 1. С. 121–122.

[2] *Бернер и Колли.* Толковый экономический и финансовый словарь: В 2 т. / Под ред. Л. В. Степанова. Т. 2. М., 1994. С. 41.

Вместе с тем другие авторы отмечают, что в XIX в. такая модель человека была полезной, поскольку позволяла экономике оформиться в качестве науки. Естественно, модель "гомо экономикус" была лишь скелетом, но "это как раз тот скелет, — писал Ш. Рист, — который позволяет экономической науке, как организованному живому существу, держаться стоя и ходить. В эволюции экономической науки произошел прогресс, сравнимый с прогрессом, которым в биологической эволюции был отмечен переход от беспозвоночных к позвоночным"[1].

Современная экономическая теория стремится иметь дело с более реалистическими моделями человека, не отбрасывая при этом саму идею классиков о "гомо экономикус". Наука идет по пути постепенного обогащения содержания хозяйствующего индивида и его стремления к максимизации выгоды, учитывая целый комплекс психологических, социологических, культурных и других факторов[2]. Переосмысление идет главным образом за счет обращения к **национальным особенностям поведения** человека, который может преследовать не только экономическую выгоду.

Такое переосмысление стало возможным благодаря обращению экономической науки к открытиям школ З. Фрейда и К. Юнга, которые еще в начале века показали, что поведение человека не всегда подчинено непосредственно максимизации материальной выгоды.

Важным новшеством в исследовании человеческого поведения является обращение ученых к анализу нетрадиционных для экономической науки сфер деятельности людей: образования, здравоохранения, домашнего хозяйства, преступности, спорта, брака, семьи, политической и религиозной деятельности и т. п. Все эти сферы рассматриваются экономистами как **различные виды рынков,** где люди соотносят разнообразные (а не только экономические) выгоды и издержки. Так, например, домашнее хозяйство, которое в традиционной неоклассической теории рассматривалось как мельчайшая и неделимая далее экономическая единица, отождествляемая с рациональным индивидом (так же как фирма отождествлялась с максимизирующим прибыль предпринимателем), в современных концепциях расщепляется на составляющие элементы — членов семьи, имеющих свои собственные интересы.

Г. Беккер, наиболее известный исследователь этой проблемы, пишет, что в каждом домашнем хозяйстве производятся такие блага, как дети, престиж, уважение и зависть окружающих, здоровье, альтруизм и чувственные удовольствия. Эти блага обладают для членов семьи определенной полезностью. Для их производства затрачиваются покупаемые на рын-

---

[1] *Барр Р.* Политическая экономия. Т. 1. С. 122.

[2] Подробнее см.: *Марцинкевич В. И., Соболева И. В.* Экономика человека. Гл. 1. М., 1996.

ке товары, а также время самих членов семьи. Естественно, производимые в домашнем хозяйстве блага не продаются и не имеют рыночных цен, но это не означает, подчеркивает Беккер, что они достаются людям даром. Эти блага имеют скрытые цены, равные издержкам их производства. Количество детей, здоровье, престиж и прочее, производимое в данном браке, помноженное на скрытые цены, в совокупности как раз и составляют неявные доходы, которые определенным образом делятся между супругами[1].

Таким образом, человеческий фактор становится предметом все более пристального и углубленного анализа в современной экономической теории. Это объясняется тем, что **труд** был и остается одним из основных факторов производства материальных и духовных благ. Основоположник английской политэкономии У. Петти писал: "Труд есть отец богатства, земля — его мать". Что же такое труд, в чем его особенности как фактора производства?

12.2. ТРУД КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА: СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Труд является объектом анализа многих общественных наук: истории, философии, социологии, права, психологии. Мы будем рассматривать труд в его связи с хозяйственной деятельностью, как предмет экономической теории. С этой точки зрения он представляет собой **вклад в производство, сделанный людьми в форме непосредственного расходования умственных и физических усилий.** Кроме того, в экономической науке труд рассматривается как товар, который продается и покупается на соответствующем рынке — **рынке труда.**

Разумеется, труд как фактор производства, как товар — историческое понятие. В докапиталистическую эпоху он не имел товарной формы и выступал как часть социальных повинностей человека. Лишь с переходом к капитализму, когда товарная форма организации производства становится всеобщей и товаром является рабочая сила, экономические отношения в сфере использования разнообразных способностей людей претерпевают качественные, революционные изменения.

Работник становится свободным, независимым собственником своей рабочей силы и выступает на рынке труда в качестве полноправного рыночного агента в отношениях с работодателем. В настоящее время эти отношения занимают едва ли не центральное место в экономической системе общества. Так, в США в 1992 г. за свой труд работники промышлен-

[1] Thesis. Вып. 6. С. 12.

ных предприятий и различных организаций получили от работодателей заработную плату в размере 3200 млрд. долл., тогда как за тот же год все другие виды личного дохода (от инвестиций, от индивидуального труда, в виде пенсий и выплат по разным государственным программам социальной поддержки) выразились в сумме лишь 1800 млрд. долл.[1]

Следовательно, отношения на рынке труда — это наиболее важные отношения в жизни большинства граждан, и не случайно именно эта сфера привлекает внимание все большего числа исследователей. Поэтому глубокое знание проблем рынка труда играет очень важную роль в понимании всех других — как экономических, так и социальных — проблем общества.

Возвращаясь к характеристике труда как процесса расходования работником физических и умственных усилий, выделим два важных момента, отмеченных Р. Барром. Он обращает внимание на то, что слово "труд" происходит от латинского *tripalus*, которым обозначали приспособление из трех кольев для обездвиживания строптивых быков или лошадей, когда их подковывали. Первоначальным значением глагола *tripaliare* было "мучить".

Греки и римляне пользовались двумя другими словами для обозначения труда: *labor* и *opus*. *Labor* обозначало тяжелый труд, выполняемый рабами; *opus* соответствовало созидательному труду, творчеству в полном смысле слова.

Исходя из этого Р. Барр делает вывод, что всякий труд содержит оба элемента, внесенные в него этимологией: во-первых, трудность задачи, во-вторых, ее благородство в той мере, в какой она преобразует мир[2].

Поэтому исследование труда поднимает много не только экономических, но и философских, социальных, политических и иных вопросов. Нас, однако, будет интересовать труд как собственно экономическая деятельность.

С этой точки зрения Р..Барр предлагает разделить анализ труда на три составляющие:

1) демографические аспекты труда;
2) экономические аспекты труда;
3) юридические и социальные условия труда[3].

Исследование **демографической ситуации** важно прежде всего потому, что **все** люди данной страны являются *потребителями,* но **не все** — *производителями.* В образовании национального продукта участвует только экономически активное население.

---

[1] *Эренберг Р. Дж., Смит Р. С.* Современная экономика труда: Теория и государственная политика / Пер. с англ. М., 1996. С. 1.

[2] *Барр Р.* Политическая экономия. Т. 1. С. 296.

[3] Там же. С. 296–314.

Экономически активное население определяется исходя из возрастного состава всего населения.

Обычно население подразделяется на **три** крупные возрастные группы:

1) от 0 до 19 лет;
2) от 20 до 64 лет;
3) от 65 лет и старше.

Население в возрасте от 20 до 64 лет считается населением **в трудоспособном возрасте.** Из него выводится категория экономически активного населения. Экономически активным населением считается население, которое занимается профессиональной деятельностью. Экономически активное население за вычетом военнослужащих составляет гражданское активное население. А последнее за вычетом безработных и неработающих по другим причинам (например, по состоянию здоровья) лиц и с добавлением работающих в возрасте за пределами трудоспособного составляет категорию занятого гражданского экономически активного населения.

Можно вывести показатель *уровня экономической активности* — это число экономически активных лиц на 1000 человек всего населения. Уровень экономической активности составляет в настоящее время в большинстве развитых стран примерно 40–42%.

Экономические аспекты труда. Труд как экономическая деятельность представляет собой *соотношение* между *полезностью (или производительностью) и неполезностью (или издержками).*

В чем состоит полезность труда и как ее понимать? Труд — это сознательная деятельность человека, посредством которой он борется против нехватки, редкости благ и стремится увеличить их количество. *Полезность труда есть его продуктивность,* т. е. способность трансформировать вещи так, чтобы можно было повысить степень удовлетворения потребностей.

Когда полезность труда отождествляется с производительностью, то имеется в виду *производительность труда в экономическом смысле.* Ее не следует смешивать с *производительностью в техническом смысле* (количество предметов в единицу времени).

В мировой экономической науке производительность труда как его полезность толковалась по-разному.

Французские экономисты-физиократы (XVIII в.) считали, что только земля продуктивна и поэтому лишь *труд сельскохозяйственных работников полезен* (он создает чистый продукт). В соответствии с этим подходом физиократы делили все общество на *продуктивный класс* (земельные собственники и земледельцы) и *бесплодные классы* (промышленники, торговцы).

А. Смит считал производительным только такой труд, который *увеличивает количество материальных благ.* Труд, затраченный на произ-

водство нематериальных услуг, — непродуктивный. Он считал также, что промышленная и торговая деятельность менее продуктивна, чем сельскохозяйственная, так как в сельском хозяйстве "вместе с человеком работает природа".

Совершенно по-новому на характер труда смотрел Ж. Б. Сэй: он считал производительным всякий созидательный труд, приносящий пользу. Таковым может быть не только труд фермера или рабочего, но и труд служащего, священника, парикмахера, артиста и т. д. Труд балерины является производительным, т. е. создает полезность, так как он *ценится*, люди готовы платить за создаваемую им услугу определенную цену.

К. Маркс считал производительным лишь тот труд, который создает стоимость и так называемую прибавочную стоимость. Таким трудом, по К. Марксу, является лишь *труд наемных работников* (как физический, так и умственный).

Современная экономическая теория опирается на взгляды Ж. Б. Сэя, считая, что всякий труд независимо от его природы и субъектов является производительным, если он создает для людей полезность.

Вместе с тем труд — не только созидательный процесс, но и тяжелая деятельность (сопряжен с тяжестью), что выражается в *неполезности труда* (или *отрицательной полезности*). Поэтому тот, кто трудится, несет издержки. На языке экономической теории труд равнозначен отказу от *альтернативного использования времени* (отказу от досуга: чтения книги, просмотра телевизора, прогулки и т. п.).

Кроме того, труд — это напряжение, он требует усилий: физических, умственных, психологических, волевых. Поэтому в глубине человеческого сознания труд так или иначе смутно воспринимается как наказание, которому подвергся Адам, изгнанный из земного рая: "В поте лица своего будешь добывать хлеб свой".

Согласно теории предельной полезности человек прекращает предлагать свою рабочую силу в увеличивающихся количествах, когда предельные издержки труда (неполезность труда) становятся равными предельной полезности труда.

Юридические и социальные условия труда. По мере развития человеческого общества правовой режим труда эволюционировал в сторону свободы.

В античные времена господствовало *рабство,* при котором работник был говорящим орудием, всецело принадлежащим его хозяину.

В средние века господствующей формой организации производства было *крепостничество*, которое привязывало людей к земле — основному средству производства и заставляло работать на феодалов.

Долгое время существовал также цеховой режим (промежуточное состояние между режимами принудительного и свободного труда). В системе цехового строя только мастера были свободными.

С XVIII в. в Европе восторжествовала *свобода труда*. Как отличительные черты системы свободного труда можно выделить следующие: принадлежность рабочей силы тому, кто ее предлагает, т. е. работнику; предложение и спрос рабочей силы осуществляются на рынке; рабочая сила считается товаром, имеющим цену.

Что определяет поведение человека на рынке труда, в чем состоят особенности этого рынка, от чего зависят спрос и предложение рабочей силы, как формируется цена труда, т. е. зарплата, — все эти вопросы будут предметом нашего дальнейшего анализа.

Спрос на труд, который предъявляется на рынке фирмами, зависит от двух факторов: во-первых, от *предельной производительности* труда и, во-вторых, от *предложения других факторов производства*.

Руководитель фирмы, желающий нанять работника, увеличивает спрос на труд до тех пор, пока выручка от использования предельного (последнего) работника не сравняется с издержками по его использованию, или, другими словами, когда зарплата предельного рабочего не будет равна получаемой фирмой от его использования выручке.

Сошлемся на пример, приведенный А. Маршаллом. Имеется овцевод, который решает, надо ли увеличить число пастухов для выпаса скота. Он считает, что уход за стадом улучшится, если нанять дополнительного (предельного) работника. Благодаря этому удастся продать на рынке дополнительно 20 голов скота. Овцевод наймет еще одного пастуха при условии, если общая выручка от продажи 20 голов скота будет больше или, в крайнем случае, равна зарплате этого пастуха. Предельный пастух будет получать зарплату, равную чистой стоимости, которую он добавил к совокупному продукту. Поскольку все пастухи взаимозаменяемы, они должны получать одинаковую зарплату.

Таким образом, основной принцип теории гласит: *производительность предельного работника определяет не только его зарплату, но и зарплату остальных*.

Кривая спроса на труд со стороны руководителя фирмы есть график функции предельной производительности труда (MRP_L) от его цены (W) (рис. 12-1).

Кривая спроса имеет *отрицательный наклон*, так как отражает закон убывающей предельной производительности труда. Его сущность заключается в том, что фирма, нанимая больше рабочих, получает от них убывающую отдачу, поэтому оплачивает их труд по более низким ставкам.

Таким образом, теория предельной производительности является теорией спроса на фактор производства (подобно тому как теория предельной полезности является теорией спроса на готовый товар). Она показывает (рис. 12-1), что при заданной зарплате (например, W_A) объем занятости L_A

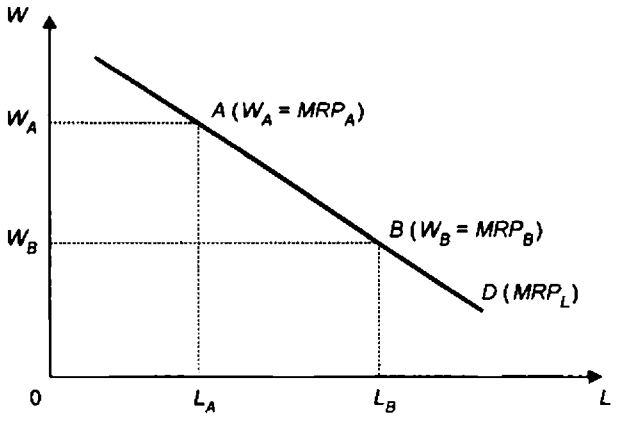


Рис. 12-1. Кривая спроса на труд

на фирме будет таким, при котором зарплата окажется равной предельной производительности труда (MRP_A).

Разумеется, уровень зарплаты может определяться множеством факторов: соотношением спроса и предложения на рынке труда; условиями договора между профсоюзами и работодателями; государственным регулированием. Но какими бы ни были факторы зарплаты, ключевыми среди них остаются действия руководства фирмы, приводящего объем занятости в соответствие с предельной производительностью.

Другой силой, определяющей спрос на труд, является **предложение** других факторов производства, прежде всего капитала. Чем больше предложение капитала, тем при прочих равных условиях ниже его цена. В результате этого спрос на труд может либо сокращаться, так как предприниматели будут замещать труд капиталом (эффект замены), либо увеличиваться, поскольку для обслуживания возросших объемов капитала потребуется дополнительная рабочая сила (эффект объема).

Предложение труда. Оно исходит либо от отдельного работника, не являющегося членом профсоюза, либо от работников, входящих в профсоюз.

На индивидуальном уровне каждый решает для себя проблему предложения труда исходя из *потребительского выбора* между досугом и потреблением товаров и услуг.

В пределах суток люди стремятся сбалансировать эти две цели, сравнивая предельную полезность 1 часа досуга с предельной полезностью благ, которые можно получить за доход от 1 часа работы. Таким образом, часовая ставка зарплаты может рассматриваться как альтернативные издержки. Чем выше эти издержки, тем бóльшую ставку зарплаты желает получать работник.

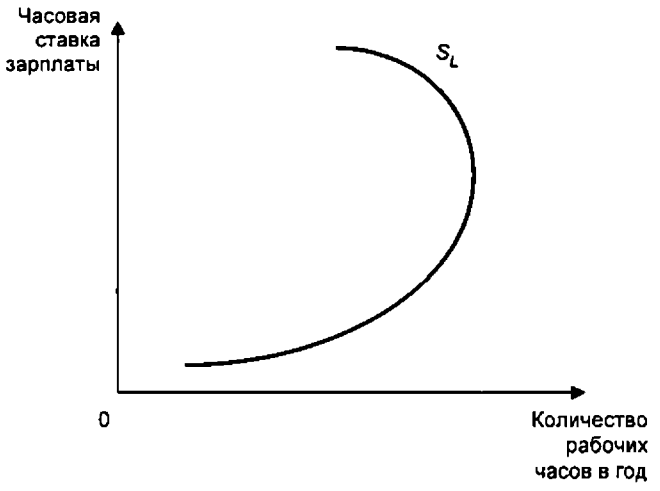


Рис. 12-2. Кривая индивидуального предложения труда

Однако следует помнить, что рост зарплаты имеет *два противоположных эффекта.*

1. По мере роста зарплаты работник заинтересован трудиться некоторое дополнительное время, поскольку оно лучше оплачивается. Отсюда у него формируется склонность заменить досуг работой. Такой *эффект замены* срабатывает при медленном росте зарплаты. Однако этому эффекту противостоит другой — *эффект дохода.*
2. С увеличением рабочего времени час досуга работника становится все более дорогим, поскольку его остается все меньше и меньше. Наступает момент, когда работник не хочет дальше жертвовать досугом, и при высоком заработке, а следовательно, приемлемом для него уровне материального благосостояния у него формируется другая потребность — он хочет теперь иметь больше досуга. Это значит, что дальнейший рост зарплаты приведет не к увеличению предложения труда, а, напротив, к его уменьшению. Кривая предложения, изображенная на рис. 12-2, имеет загибающуюся форму. Это и есть иллюстрация эффекта дохода. Он может действовать лишь при значительном росте зарплаты. Какой из этих эффектов является более сильным? Однозначно на этот вопрос ответить трудно. Скорее всего, все зависит от индивидуальных предпочтений работников.

Для всего рынка труда кривая предложения имеет положительный наклон: с ростом зарплаты предложение труда возрастает (рис. 12-3). Здесь нет обратного изгиба, так как новые работники систематически пополняют рынок труда (например, чем выше зарплата финансиста, тем большее число студентов изберет эту специальность).

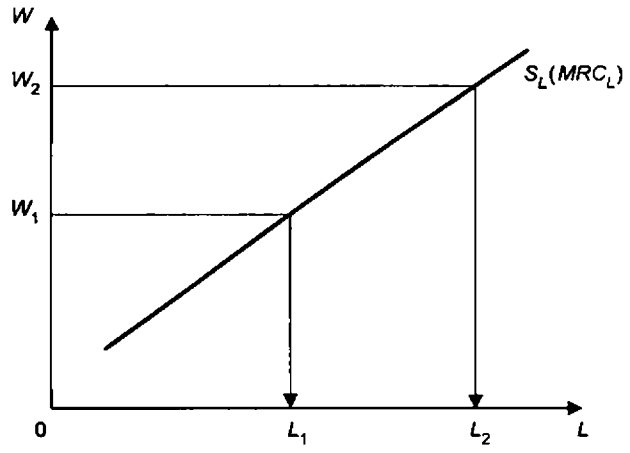


Рис. 12-3. Кривая рыночного предложения труда

В экономическом смысле кривая предложения труда S_L является кривой предельных издержек труда MRC_L.

Равновесная ставка зарплаты. Конкретная ставка зарплаты на рынке труда является результатом взаимодействия и уравновешивания спроса на труд ($D_L = MRP_L$) и его предложения ($S_L = MRC_L$). Таким образом, равновесная ставка зарплаты W_E отражает равенство предельной производительности труда и предельных издержек труда: $MRP_L = MRC_L$ (рис. 12-4).

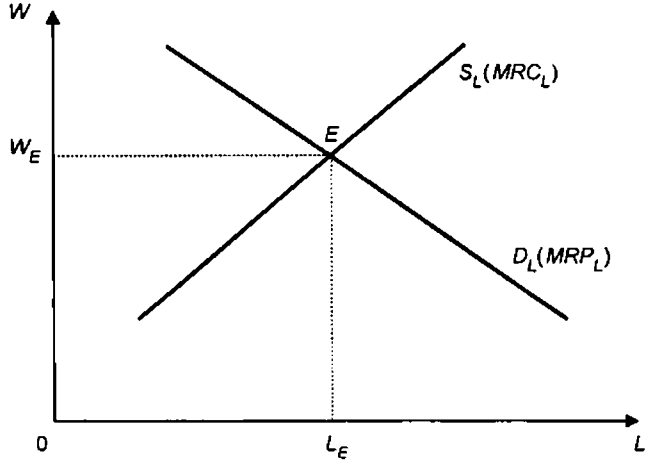


Рис. 12-4. Равновесие на рынке труда

12.3. РАЗЛИЧИЯ В ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЕ И ИХ ПРИЧИНЫ

На рынке труда особую роль в формировании уровня зарплаты различных категорий работников играют *различия в предложении* труда. Они показывают, почему, например, банковские работники или бухгалтеры получают намного больше уборщиц, дворников, медсестер. Это связано с тем, что предложение квалифицированного труда меньше предложения неквалифицированной рабочей силы. Так, в США заработная плата лиц с высшим образованием на 163% выше заработков граждан, имеющих неполное среднее образование.

На графиках (рис. 12-5) показано, каким может быть заработок в зависимости от предложения рабочей силы на рынках разных профессий.

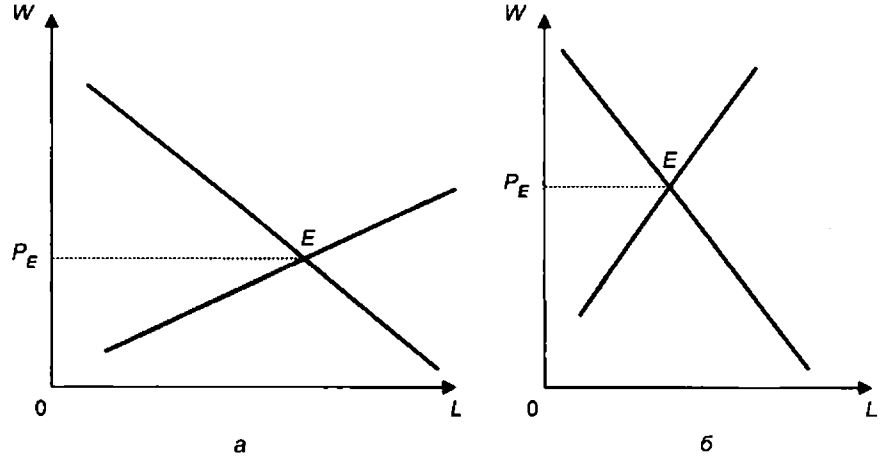


Рис. 12-5. Причины различий в уровнях зарплаты:

а) рынок неквалифицированного труда;
б) рынок квалифицированного труда

Разумеется, уровень заработной платы разных категорий работников определяется и *спросом* на их труд. В этом случае кривая спроса может сдвигаться либо влево (ниже спрос — ниже заработки), либо вправо (для привлечения рабочей силы необходимо платить более высокую зарплату).

Однако не все различия в зарплате можно объяснить с точки зрения спроса и предложения. Это говорит о том, что на ставки зарплаты могут оказывать влияние и *нерыночные факторы*. Существуют *региональные различия* в зарплате; имеет место дискриминация труда (т. е. практика предпочтения одних работников другим при найме на работу. В США,

например, дискриминации подвергаются чернокожие, во многих странах существует дискриминация в отношении женщин); нерыночной силой является и *государственное регулирование* минимального уровня зарплаты, сверхурочных работ, продолжительности рабочего дня, которые устанавливаются в законодательном порядке. Некоторые нерыночные силы оказывают влияние на спрос и предложение труда и таким образом влияют на уровни зарплаты. Например, нежелание переезжать в регион, где выше зарплата, ведет к поддержанию низкого уровня предложения труда в этом регионе, что обусловливает сохранение высоких ставок зарплаты. В своем же регионе работники создают высокое предложение труда, что снижает заработки.

12.4. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ РАЗНЫХ ШКОЛ К АНАЛИЗУ РЫНКА ТРУДА

В экономической науке существует несколько трактовок рынка труда и механизма его функционирования.

Суть **неоклассического подхода** заключается в том, что рынок труда, как и другие рынки, функционирует на основе *ценового* механизма. Это значит, что основным рыночным регулятором служит зарплата. Именно с помощью зарплаты регулируются спрос на труд и его предложение, поддерживается их равновесие. Если какие-либо нерыночные силы вмешиваются в ценовой механизм (профсоюзы, государство) или если на рынке труда отсутствует необходимая информация, то на таком рынке появляются несовершенства.

Кейнсианский подход. В отличие от неоклассиков кейнсианцы считают, что рынок труда находится в состоянии постоянного и фундаментального неравновесия.

Кейнсианская модель построена на том, что цена рабочей силы (зарплата) жестко фиксирована и практически не поддается изменению, особенно в сторону уменьшения. Это означает, что она не может служить инструментом уравновешивания рынка. Поскольку зарплата не является регулятором рынка, то такой регулятор должен быть привнесен извне. Он вводится государством, которое, манипулируя совокупным спросом, может ликвидировать такое неравновесие.

Таким образом, спрос на рабочую силу, по кейнсианской модели, регулируется не колебаниями рыночных цен на труд, а совокупным спросом, т. е. объемом производства.

Монетаристская модель. Монетаристы, как и кейнсианцы, исходят из существования жестких цен на рабочую силу, более того, из предпосылки их однонаправленного "повышательного" движения.

Монетаристы используют понятие естественного уровня безработицы, который формируется на базе фрикционной и структурной безработицы. Это оптимальный уровень, который обеспечивает стабильность в экономике.

Для уравновешивания рынка монетаристы предлагают использовать инструменты кредитно-денежной политики центрального банка: учетную ставку; резервные требования; операции на открытом рынке.

Марксизм о рынке труда. В марксистской политэкономии рынок труда относится к рынку особого рода. Это рынок, на котором продается не труд, а способность к труду, т. е. рабочая сила. Цена же рабочей силы (зарплата) является превращенной формой стоимости рабочей силы, которая, в свою очередь, определяется условиями воспроизводства рабочей силы (она зависит от стоимости благ, необходимых для воспроизводства рабочей силы, способности к труду).

Институционалисты о рынке труда. В основе концепции институционалистов лежит не макроэкономический подход к трактовке рынка труда, а подход с точки зрения профессиональных и отраслевых различий в структуре рабочей силы и соответствующих уровней заработной платы.

12.5. НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА: ВЛИЯНИЕ ПРОФСОЮЗОВ И МОНОПСОНИСТОВ-НАНИМАТЕЛЕЙ

Наиболее типичной для рынка труда является несовершенная конкуренция. Она складывается главным образом под влиянием деятельности *профсоюзов,* находящихся на стороне предложения труда и оказывающих воздействие на ставки зарплаты, и *предпринимателей,* воздействующих на ставки зарплаты через спрос на труд. Профсоюзы, с одной стороны, и предприниматели — с другой, создают на рынке труда *двойную монополию*. Профсоюзы действуют на том или ином рынке как монополисты-продавцы, а предприниматели — как монопсонисты *(monopsony* — положение на рынке, когда на нем имеется только один покупатель). Обе эти монопольные силы (продавец и покупатель) устанавливают цену. Для их уравновешивания существует система *коллективных договоров (споров).* Она широко используется в странах с рыночной экономикой.

Коллективные договоры возникли еще в начале XIX в. Пионером заключения коллективных договоров выступило английское профсоюзное движение. Позднее они начали использоваться в США и в континентальной Европе.

С момента возникновения и до настоящего времени коллективные договоры играют в экономике и в обществе важную роль.

Во-первых, они служили и служат основной формой установления цены рабочей силы (зарплаты) на рынке труда. Это их *регулирующая функция на микроэкономическом уровне.*

Во-вторых, они выполняют *защитную функцию,* так как защищают экономические интересы работников наемного труда в области уровня зарплаты, условий труда, социального обеспечения. В этом состоит их важное социально-политическое значение.

В-третьих, коллективные договоры являются составной частью общенациональной системы регулирования трудовых отношений. Это их *регулирующая функция на макроэкономическом уровне.*

В большинстве стран преобладает трехъярусная система регулирования трудовых отношений: *государственное законодательство* о труде и социальном обеспечении; *коллективные договоры*, т. е. определенные условия, выдвигаемые профсоюзами в переговорах с предпринимателями; *индивидуальные контракты*. Центральное место в этой системе занимают коллективные договоры, которые устанавливают обязательные минимумы для всех условий. Зарплата в индивидуальных договорах может либо соответствовать им, либо превышать их. Коллективные договоры везде, где они существуют, признаются национальным правом полноценными юридическими документами.

Указанные функции коллективных договоров оформились первоначально в Англии и США. И лишь затем были приняты в Западной Европе, где профсоюзное движение имело свои особенности, обусловленные более сильной политизацией, фашизмом. В настоящее время наиболее развитые системы коллективных договоров существуют в Англии, США, Канаде, Италии.

О роли коллективных договоров говорит и *принцип всеобщности* их действия. Это значит, что коллективный договор, заключенный профсоюзом для большинства работников данного предприятия, распространяется на всех трудящихся независимо от того, являются они членами профсоюза или нет. Этот принцип используется в ФРГ, Италии, Норвегии, Швейцарии.

В ряде стран действует *обязательное распространение* крупных коллективных договоров на определенную территорию или даже отрасль с охватом всех фирм, включая и те, которые не заключали коллективных договоров. К этим странам относятся Япония, Франция, Австрия, Бельгия, Испания.

Поэтому коллективные договоры затрагивают очень большие массы трудящихся — как членов профсоюзов, так и не входящих в них. Так, по данным Международной организации труда, в Швеции, Австрии, Бельгии ими охвачено свыше 90% трудящихся, в ФРГ и Нидерландах — 80–90, в Англии и Норвегии — 75, в Швейцарии — 65, в Италии и Финляндии — 50, во Франции и Канаде — 40, в США — 30, в Японии — 25%.

Итак, мы раскрыли *первую особенность* коллективных договоров — их важную роль в экономике и обществе в целом.

Вторая особенность коллективных договоров заключается в следующем: везде они являются результатом *компромисса* между профсоюзами и предпринимателями, инструментом разрешения противоречий между ними. Это их самая отличительная особенность, ибо переговоры — это стержень всего процесса взаимодействия обеих сил на рынке труда. Забастовки и локауты почти не применяются в современных условиях в развитых странах, точнее, не являются средством разрешения трудовых споров и конфликтов. Они скорее используются как угроза, а не для установления трудовых отношений. Поэтому компромиссный характер коллективных договоров — это их плюс, а не минус, т. е. это отражение реального результата их реального использования.

Заметим, что еще недавно в нашей стране существующая на Западе система коллективных договоров интерпретировалась неверно, ее роль принижалась. Компромиссный характер коллективных договоров считался большим недостатком, поскольку профсоюзы отходили от своих "классовых позиций" защитников рабочего класса и становились на путь штрейкбрехерства. Разумеется, такая оценка была продиктована исключительно идеологическими, пропагандистскими соображениями.

В настоящее время в странах с рыночной экономикой коллективные договоры могут применяться на общенациональном (с участием правительств), региональном и местном уровнях; они могут действовать в одной отрасли или распространяться на несколько отраслей; могут заключаться на уровне фирм.

Третья особенность коллективных договоров на современном этапе заключается в расширении их содержания. Помимо традиционных вопросов они распространяются на новые области трудовых отношений. Сегодня коллективные договоры охватывают, в частности:

- условия труда как таковые (оплачиваемые отпуска, сверхурочные часы, посменную работу, ночные смены, работу в праздничные и выходные дни);
- общие условия оплаты труда (минимальную заработную плату, помесячную и почасовую оплату на основе установленной законом продолжительности рабочего дня, оплату сверхурочных работ, премии за выслугу лет, за производительность и прилежание);
- условия продвижения по службе (иерархический коэффициент);

- профессиональную подготовку;
- социальные льготы (особые условия выхода на пенсию, страхование от безработицы, семейные надбавки и т. д.);
- процедуры арбитража в случае трудовых конфликтов;
- вопросы охраны окружающей среды;
- научно-технические стратегии фирм.

Каким же образом коллективные договоры воздействуют на рынок труда и как это отражается на его равновесии?

Сначала рассмотрим влияние профсоюзов. На рынке труда они выступают в роли монопольной силы и практически *контролируют предложение труда.* Поэтому профсоюз "навязывает" фирме свою ставку зарплаты, которая, как правило, выше равновесной (например, в США и Канаде члены профсоюзов отдельных отраслей промышленности имеют зарплату, на 8–18% превышающую зарплату не организованных в профсоюзы работников).

Допустим, профсоюз повышает ставку зарплаты до уровня W_1 (рис. 12-6). Рабочие не имеют права предлагать свои услуги по ставке ниже W_1.

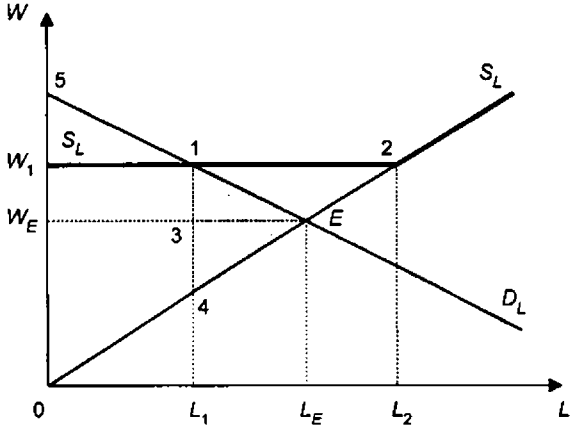


Рис. 12-6. Профсоюз на рынке труда

Как скажется на рынке труда требование профсоюза повысить ставку зарплаты?

Первым следствием будет решение предпринимателей *сократить спрос на труд*, так как уровень зарплаты — это их издержки. Предприниматели будут двигаться по кривой спроса D вверх от точки E до точки 1. Новый равновесный уровень меньше L_E, следовательно, повышение ставки зарплаты привело к уменьшению занятости и часть рабочих вынуждена будет уйти из отрасли.

Другим следствием будет *существенное изменение кривой предложения труда.* Поскольку ставка зарплаты не зависит от количества занятых, кривая предложения преобразуется в горизонтальную линию на уровне W_1 $(S_L - S_L)$. В точке 2 она сольется с кривой S_L, поскольку правее точки 2 все точки кривой S_L соответствуют более высокому (по сравнению с W_1) уровню зарплаты.

В-третьих, уменьшение числа занятых приведет к потерям общества от недоиспользования труда. Величина потерь будет равна площади треугольника $1E4$. При этом часть потерь приходится на труд (нижний треугольник $3E4$), а часть — на другие факторы производства (верхний треугольник $1E3$). В сумме они составляют *прямые потери доходов факторов производства.*

Четвертым следствием является то, что в результате установления профсоюзом более высокой ставки зарплаты W_1 *изменится распределение доходов от факторов производства.* Прежде всего сократится совокупный доход отрасли: в условиях конкурентного рынка он был равен площади $05EL_E$, теперь — площади $051L_1$. Далее, оставшиеся в отрасли рабочие (L_1) увеличат свою экономическую ренту (суммарный объем зарплаты) на величину, соответствующую площади W_EW_113, при этом доход, предназначенный для компенсации других факторов производства, сократится — его отражает площадь треугольника W_151.

Наконец, пятое следствие. В первом пункте мы отметили, что часть рабочих $(L_E - L)$ будет уволена предпринимателями вследствие повышения ставок зарплаты по требованию профсоюза до уровня W_1. С другой стороны, при такой ставке зарплаты (W_1) данной отрасли могли бы предложить свои услуги рабочие в количестве L_2, но на количество рабочих $L_2 - L_1$ теперь не предъявляется спрос.

Таким образом, вмешательство профсоюза привело к *повышению зарплаты и снижению занятости* (росту безработицы). Возникает дилемма: что максимизировать — зарплату или занятость? Экономисты и профсоюзные лидеры активно обсуждают эту проблему. Высказывается несколько возможных вариантов профсоюзной стратегии на рынке труда.

1. На конкурентном рынке профсоюзы *не должны* ставить задачу максимизации заработной платы, иначе это приведет к снижению занятости (что было показано на рис. 12-6).

   На таком рынке усилия профсоюза целесообразно сосредоточить на том, чтобы: представлять рабочих политически; требовать социальных гарантий и выплат; добиваться максимальной занятости. Иначе говоря, профсоюз не должен нарушать естественного рыночного равновесия между спросом на труд и его предложением в точке E, т. е. требовать установления зарплаты на уровне выше W_E.

2. Профсоюз может поставить цель добиться не максимальной *ставки зарплаты*, а максимальной *совокупной зарплаты* для всех, получивших работу, т. е. его задача — максимизация $W \times L$.
3. В случае если профсоюз добивается повышения ставки зарплаты, то во избежание роста безработицы он может искусственно сдерживать приток дополнительных рабочих, ограничивая число членов профсоюза.
4. Профсоюз может способствовать профессиональному переобучению высвобождающихся кадров, добиваться сокращения рабочей недели.

Теперь рассмотрим другую монополистическую ситуацию на рынке труда — когда нет профсоюза, а основным работодателем является одна фирма (или несколько фирм, объединенных в ассоциацию). Такой рынок, как уже отмечалось, является *монопсоническим*. При монопсонии на рынке труда конкуренция между фирмами в спросе отсутствует или является неполной, поскольку имеется только один покупатель (рис. 12-7).

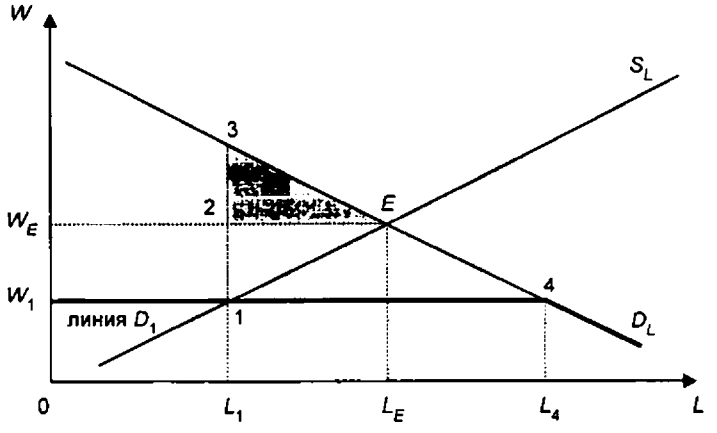


Рис. 12-7. Монопсония на рынке труда

В реальной действительности такие ситуации встречаются в небольших городах, где имеются, например, только один завод, одна больница, одна школа и т. д. Резонно предположить, что единственный покупатель труда может устанавливать его цену (зарплату) ниже равновесного уровня W_E. Это будет уровень W_1.

К чему это приведет?

1. Кривая предложения труда S_L не изменится, а кривая спроса примет форму горизонтальной линии на уровне от W_1 до точки 4. Правее точки 4 уровень зарплаты ниже, и поэтому кривая спроса D_1 далее совпадает с линией D_L. Пересечение этой новой кривой спроса $D_1 D_L$ с кри-

вой предложения S дает новую точку равновесия 1. Данной точке соответствует иной, меньший уровень занятости — L_1 (часть рабочих из-за снижения уровня зарплаты уйдет из отрасли).

2. Сокращение числа занятых, как и в случае с профсоюзом, приведет к уменьшению эффективности использования труда (потери дохода будут равны площади треугольника $13E$). При этом часть компенсации потеряют другие факторы производства (треугольник $23E$), другую часть потеряют рабочие (треугольник $12E$). Однако потери доходов рабочих этим не ограничиваются: монопсония "отвоевала" себе также ренту рабочих в объеме прямоугольника W_1W_E21. Таким образом, суммарные потери рабочих равны площади фигуры W_1W_EE1.

3. Отрицательное влияние монопсонии проявляется и в том, что ее существование порождает суммарный непредъявленный спрос в объеме $L_4 - L_1$. А это создает потенциальные возможности для роста безработицы.

Теперь зададим вопрос: для чего фирма-монопсония снизила ставку заработной платы, чем она руководствовалась? Ответ состоит в том, что к этому ее побуждали интересы увеличения доходов, максимизации прибыли (рис. 12-8). Рассмотрим более детально данное утверждение.

Ранее мы отмечали, что кривая предложения ресурса (труда) является для фирмы кривой ее предельных издержек (MRC). Как пойдет эта кривая? Очевидно, что, чем больше фирма будет нанимать рабочих, тем бóльшую заработную плату она вынуждена платить им всем, а не только последнему. Например, фирма наняла 150 телефонисток по ставке 6 долл. в час. Общие расходы на зарплату составят 900 долл. в час. Выяснилось, что для найма 151-й телефонистки фирме необходимо поднять почасовую ставку заработной платы до 6,02 долл. в час. Однако такую зарплату теперь придется платить 151 телефонистке, а не только последней. Общие расходы на зарплату в этом случае составят 151 × 6,02 = 909,02 долл. в час. Следовательно, предельные расходы $MRC = 909{,}02 - 900 = 9{,}02$ долл., что больше ставки зарплаты, равной 6,02 долл.

Отсюда следует, что кривая предельных издержек (MRC) будет круче подниматься вверх, чем кривая средних издержек (ARC).

Какое количество рабочей силы будет нанимать фирма? Оно определяется условием равенства предельных издержек и предельного дохода ($MRC = MRP$). Такое равенство достигается в точке G, которой соответствуют количество рабочих L_G и уровень зарплаты W_{G_1} (проекция G на кривую предложения труда).

Таким образом, фирма-монопсонист, устанавливая ставку зарплаты ниже конкурентной, делает это не произвольно, а рассчитывает ее исходя

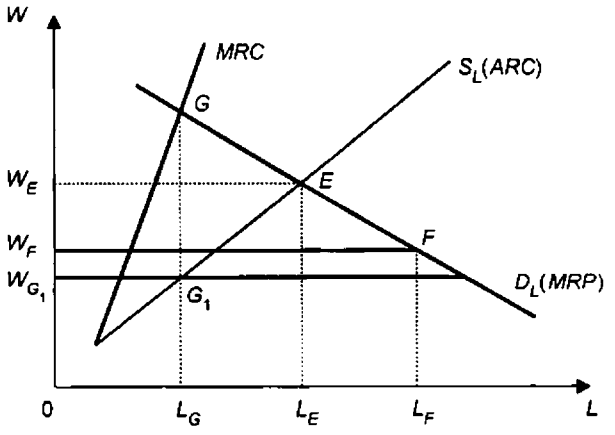


Рис. 12-8. Монопсония на рынке труда: условия максимизации прибыли

из задачи максимизировать свою прибыль. Эта задача решается при условии, когда $MRC = MRP$. В результате фирма снизит зарплату не до уровня W_F, а до уровня W_{G_1}.

Следовательно, монопсонист, максимизируя прибыль, наймет меньше рабочих и по более низкой ставке зарплаты, чем конкурентная фирма. Последняя наймет L_E работников по ставке зарплаты W_E.

Мы рассмотрели три ситуации на рынке труда: совершенную конкуренцию; влияние профсоюзов; влияние монопсонии.

В заключение рассмотрим четвертую ситуацию на рынке труда — *двустороннюю монополию*, когда взаимодействуют профсоюз и монопсонист. Профсоюз требует установления ставки зарплаты выше конкурентной, монопсонист — ниже конкурентной (рис. 12-9).

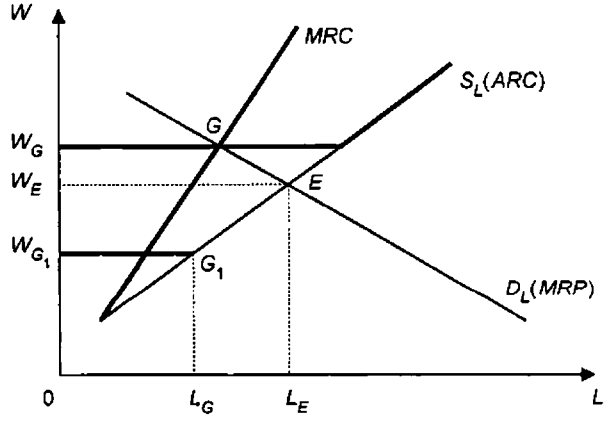


Рис. 12-9. Двусторонняя монополия на рынке труда

Каким будет результат установления двусторонней монополии на рынке труда? Экономическая теория не дает ответа на этот вопрос. Скорее всего, зарплата установится на уровне между W_G и W_{G_1}. Это значит, что монополия на одной стороне нейтрализует монополию на другой.

Таким образом, **в условиях двусторонней монополии ставка заработной платы и уровень занятости приближаются к конкурентным уровням.**

Основные выводы

1. Человеческий фактор — решающий элемент общественного развития, поскольку труд был и остается основным источником увеличения материальных и духовных благ.

2. Труд как фактор производства, как товар — историческое понятие. В докапиталистическую эпоху он не имел товарной формы и выступал как социальная повинность человека. Лишь с переходом к капитализму, когда товарная форма организации производства становится господствующей, рабочая сила, экономические отношения в сфере использования разнообразных способностей людей претерпевают качественные изменения — становятся отношениями купли-продажи труда.

3. Труд как экономическая деятельность (физические и умственные усилия людей в процессе производства) подразумевает баланс между полезностью (производительностью) и убытками (издержками). Полезность труда заключается в его способности трансформировать вещи так, чтобы можно было увеличить степень удовлетворения потребностей. Убытки — в отказе от альтернативного использования времени, в упущенной выгоде, что считается издержками.

4. Рыночный спрос на труд складывается из спроса на труд со стороны всех фирм, использующих наемную рабочую силу. Труд нужен предпринимателю не сам по себе, а лишь потому, что он используется в процессе производства готового продукта. Поэтому спрос на труд носит производный характер. Он зависит от предельной производительности труда и от предложения других факторов производства.

5. На предложение труда в экономике влияют: численность населения; доля экономически активного населения в общей численности населения; продолжительность рабочего времени каждого отдельного работника. Каждый работник решает для себя проблему предложения труда на основе потребительского выбора между досугом и потреблением товаров и услуг. Более высокая зарплата стимулирует людей больше трудиться, замещая досуг работой (эффект замещения). Однако рост доходов может привести и к вытеснению труда свободным временем (эффект дохода).

6. Равновесная ставка заработной платы определяется на рынке труда в результате взаимодействия спроса на труд, обусловленного его предельной производительностью, и предложения труда, в основе которого лежат предельные издержки (тяжесть) труда ($MRP_L = MRC_L$).

7. На ставки заработной платы оказывают влияние и нерыночные силы: существуют региональные различия в зарплате, может существовать дискриминация труда, государственное регулирование минимального уровня зарплаты, участие профсоюзов в трудовых спорах между рабочими и предпринимателями.

8. Профсоюзы и предприниматели создают на рынке двойную монополию. Для уравновешивания их действий существует система коллективных договоров, выполняющая регулирующую функцию как на микро-, так и на макроуровне. Профсоюз, выступая в роли монопольной силы, контролирует на рынке предложение труда. В результате своих действий он может добиться повышения зарплаты одних работников за счет увольнения других. Поэтому по существу проблема, решаемая профсоюзами, состоит в том, как добиться повышения зарплаты своих членов без сокращения количества занятых.
   Предприниматели стремятся установить ставку зарплаты ниже рыночной. Однако в результате взаимодействия двух монопольных сил ставка зарплаты и уровень занятости приближаются к средним конкурентным.

9. Государство воздействует на уровень зарплаты путем: а) установления минимальных ставок оплаты труда; б) правовой защиты трудящихся и предоставления им определенных гарантий; в) модификации типовых трудовых договоров и соглашений в соответствии с мерами по борьбе с инфляцией; г) ограничения влияния профсоюзов.

Вопросы для повторения

1. Что такое экономический человек и какую роль модель этого человека играет в экономическом анализе?
2. В чем особенности труда по сравнению с другими факторами производства?
3. Как изменились демографические аспекты труда в России за годы рыночных реформ?
4. Объясните различие между производительностью труда в экономическом смысле и его производительностью в техническом смысле.
5. Из теории потребления известно, что рациональные индивиды не склонны добровольно приобретать антиблага (отрицательную полезность). Но если труд приносит человеку отрицательную полезность (сопряжен с тяжестью), то почему люди участвуют в трудовой деятельности?
6. В чем состоит полезность труда? Прокомментируйте ситуацию: что произойдет, если полезность любого часа труда работника окажется ниже его издержек?
7. Почему зарплата в условиях совершенного рынка определяется производительностью труда предельного работника? Не кажется ли вам, что это несправедливо?

Что бы произошло, если бы каждый работник получал строго в соответствии со своей производительностью?

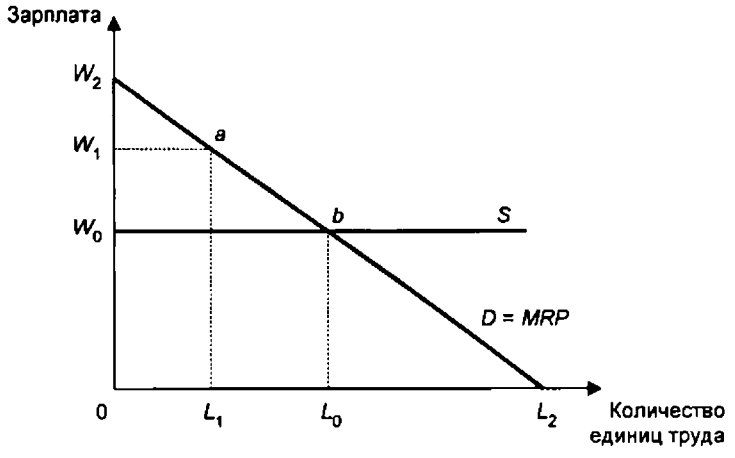
8. Оцените правильность высказывания: производство было бы более эффективным, если бы фирма использовала больше труда и меньше капитала при условии, что цена труда равна цене капитала, а предельный продукт труда больше предельного продукта капитала.
9. Покажите с помощью графиков спроса и предложения, что происходит на рынке труда при установлении государством минимального уровня заработной платы.
10. Несколько лет назад в Великобритании началась реализация программы, согласно которой заработная плата в сфере обслуживания подлежала налогообложению за счет предпринимателей. Зарплата в обрабатывающей промышленности налогообложению не подлежала. Обсудите последствия, которые имели эти меры для зарплаты и занятости.
11. Женщины в среднем получают меньшую зарплату, чем мужчины того же возраста. Как экономическая теория объясняет это явление? Почему с возрастом растет разрыв в заработках мужчин и женщин?
12. Для стимулирования экономического роста правительства ряда стран оказывают экономическую помощь работникам при их переезде из районов, которые испытывают экономические трудности, в другие, где существует нехватка рабочей силы. Как подобная политика меняет ситуацию на рынке труда?
13. Иногда профсоюзы добиваются включения в коллективные договоры особой статьи, запрещающей наем работодателями в качестве субподрядчиков фирм, где заработная плата ниже той, которая определена в договоре. Таким образом, работодателям запрещается передавать работу, обычно выполняемую на данном предприятии, другим фирмам (субподрядчикам), если субподрядчики платят заработную плату ниже установленной.
    а) Почему профсоюзы настаивают на включении такой статьи?
    б) При каких условиях вероятность того, что профсоюз станет настаивать на такой статье, максимальна?
14. Часто утверждается, что зарплата государственных чиновников должна быть высокой, чтобы у них было меньше стимулов злоупотреблять служебным положением и брать взятки. Оцените этот аргумент с точки зрения экономической теории.

Задачи, упражнения, тесты

1. На графике представлены кривые спроса на труд и предложения труда конкурентной фирмы.

    Скажите, верными или неверными являются следующие утверждения.

    а) Фирма нанимает рабочих на конкурентном рынке труда.
    б) Фирма может повлиять на цену труда.
    в) Фирма наймет L_0 рабочих за данный период.
    г) Стоимость продукта, произведенного фирмой при использовании L_0 рабочих, представлена площадью фигуры OW_2bL_0.



д) Цена единицы труда составляет OW_0.

е) Доход фирмы, оставшийся после оплаты труда, составляет величину, выраженную площадью фигуры W_0W_2b.

ж) Общая зарплата рабочих составляет величину, выраженную площадью фигуры OW_0bL_0.

з) Кривая предложения труда определяет уровень издержек на оплату труда.

и) Добавочный продукт L_2-го рабочего равен нулю.

2. Заполните следующую таблицу спроса на труд для фирмы, нанимающей рабочих в условиях чистой конкуренции и реализующей свою продукцию на конкурентном рынке.

Единица труда (чел.)	Совокупный продукт (в шт.)	Предельный продукт (в шт.)	Цена на продукт (за шт.)	Стоимость предельного продукта (в руб.)
1	4		30	
2	10		30	
3	15		30	
4	18		30	
5	20		30	
6	21		30	

а) Сколько рабочих будет нанимать фирма, если существующая ставка заработной платы равна 50 руб.? Сколько рабочих будет нанимать эта фирма, если ставка заработной платы повысится до 140 руб.?

б) Постройте график кривой спроса на труд этой фирмы.

в) Допустим, что фирма стала монополистом. Хотя она может реализовать 4 единицы продукта по 40 руб. за штуку, все же она должна понизить цену на 5 руб., чтобы реализовать предельный продукт каждого последующего рабочего. Вычислите валовой доход, доход от предельного продукта и вновь постройте кривую спроса этой фирмы на труд. Сколько теперь рабочих будет нанимать эта фирма при ставке заработной платы 50 руб.? 140 руб.?

3. Фирма производит прохладительные напитки и продает их на совершенно конкурентном рынке по 10 руб. за бутылку. Производственная функция задана уравнением:

$$Q = 145L - 0{,}75L^2,$$

где Q — количество бутылок в месяц (в тыс.);
L — количество работников.

Если текущая ставка заработной платы составляет 1000 руб. в месяц, сколько работников наймет фирма?

а) 15;
б) 25;
в) 30;
г) 50.

4. Как изменится в предыдущем случае (задание 3) занятость при увеличении заработной платы до 1300 руб.?

а) Увеличится на 15.
б) Уменьшится на 20.
в) Останется без изменений.
г) Нельзя определить без знания функции спроса.

5. Рынок труда является конкурентным. Функция предложения труда имеет вид: $L_S = -2500 + 1000W$; функция спроса на труд: $L_D = 10\,500 - 625W$ (L_S, L_D — количество часов рабочего времени; W — часовая ставка заработной платы).

Производственная функция фирмы, нанимающей рабочих, имеет следующий вид: $Q = 88{,}8L - 0{,}5L^2$ (Q — количество единиц производимой продукции в час; L — количество занятых рабочих). Цена единицы продукции равна 10 руб. Определите:

а) равновесные ставку заработной платы и уровень занятости на данном рынке труда;
б) общую сумму ренты, получаемой рабочими;
в) какое количество рабочих наймет фирма при равновесной ставке заработной платы?
г) какой объем продукции произведет фирма?

6. Предположим, что в производстве продукта используются труд (L) и капитал (K) в такой комбинации, что их предельные продукты составляют: $MP_L = 24$, $MP_K = 16$. Цены факторов равны соответственно $P_L = 4$, $P_K = 8$. Чтобы получить максимальную прибыль, фирма должна использовать:

   а) больше как труда, так и капитала;
   б) меньше как труда, так и капитала;
   в) Больше труда, но меньше капитала;
   г) больше капитала, но меньше труда;
   д) неизменные количества труда и капитала.

Рекомендуемая литература

Барр Р. Политическая экономия: В 2 т. Т. 1. Тема II, подтема I. Гл. 2. М., 1994.

Емцов Р. Г., Лукин М. Ю. Микроэкономика. Гл. 9, 10. М., 1997.

Марцинкевич В. И., Соболева И. В. Экономика человека. Гл. 1. М., 1996.

Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применение: В 2 т. Т. 2. Гл. 13, 14. М., 1992.

Харвей Дж. Постигаем экономику. Гл. 10. М., 1997.

Хейне П. Экономический образ мышления. Гл. 12. М., 1991.

Эренберг Р. Дж., Смит Р. С. Современная экономика труда: теория и государственная политика. Гл. 2, 3, 6, 11, 13, 14. М., 1996.

ГЛАВА 13

РЫНОК КАПИТАЛА И ПРОЦЕНТ

Ключевые понятия

Амортизационный фонд
Амортизация
линейная
ускоренная
Аннуитет
Будущая стоимость
Денежная теория процента
Денежный капитал
Дисконтирование
Дисконтированная стоимость
Доход на капитал
Инвестиции
Инвестиционный проект
Капитал
Ликвидность денег
Моральный износ
Норма амортизации
Оборотный капитал
Общая теория процента
Основной капитал
Переменный капитал
Постоянный капитал
"Правило 72-х"
"Правило 7–10"
Предельная производительность капитала
Предельная ставка дохода
Предложение капитала
Предпочтение ликвидности
Приведенная стоимость
Процент
Реальная теория процента
Риск
Сложный процент
Спрос на капитал
Ставка дисконтирования
Стоимость денег во времени
Структура капитала
Торговый капитал
Человеческий капитал
Чистая дисконтированная стоимость
Физический износ
Физический капитал
Финансовая рента
Финансовый актив

13.1. ПОНЯТИЕ КАПИТАЛА (ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ)

Капитал — одна из ключевых экономических категорий. Ранее мы отметили, что капитал — это фактор производства, представленный всеми средствами производства, которые созданы людьми для того, чтобы с их помощью производить другие товары и услуги. К ним относятся инструменты, оборудование, здания, сооружения и т. п.

В экономическом анализе наряду с термином "капитал" часто используется и понятие "инвестиции", "инвестиционные ресурсы".

Термин "капитал" используется для обозначения капитала в овеществленной форме, т. е. воплощенного в средствах производства.

"Инвестиции" — это капитал еще не овеществленный, но вкладываемый в средства производства.

Категория "капитал" имеет много определений. Еще в XIX в. профессор Оксфордского университета Н. Сеньер писал: "Капитал получил столь разнообразные определения, что можно спросить себя: имеет ли это слово значение, которое было бы принято всеми?" Приведенные ниже трактовки капитала разными школами и направлениями экономического анализа подтверждают данное замечание.

Меркантилисты, как уже отмечалось, анализировали лишь сферу обращения, полагая, что источником богатства нации является только внешняя торговля. Прибыль образуется из-за того, что страна больше (или дороже) продает и меньше (или дешевле) покупает. Поэтому понятие капитала меркантилисты выводили из сферы обращения и отождествляли его с деньгами: капитал — это золото, деньги, сумма которых возрастает в сфере обращения.

Физиократы считали, что богатство создается не в сфере обращения, а в сфере производства, причем только сельскохозяйственного, земледельческого. В их концепции капитал — это те средства, которые вложены в земледелие. Промышленность и торговля считались физиократами бесплодными сферами.

Английские классики распространяли понятие капитала и на промышленность. А. Смит трактовал капитал двояко: как запасы, предназначенные для дальнейшего производства (как вечное и естественное условие производства); как силу, командующую трудом (в таком понимании, по А. Смиту, эта категория не существует в простом товарном производстве, а появляется позже). Д. Рикардо разделял трактовку капитала, данную А. Смитом, — как средство производства, как вечную естественную категорию (даже палка в руках первобытного охотника, по мнению Д. Рикардо, была капиталом). Он считал, что капитал — это часть богатства страны,

которая употребляется в производстве и состоит из пищи, одежды, инструментов, машин и т. д., необходимых, чтобы привести в движение труд.

Марксистское понимание капитала. В системе категорий К. Маркса капитал занимает центральное место. К. Маркс рассматривал капитал как сложное явление. *Капитал в широком смысле* охватывает всю систему производственных отношений буржуазного общества: и отношения между капиталистами и наемными работниками, и отношения между самими капиталистами по поводу распределения прибавочной стоимости. *Капитал в узком смысле* является орудием эксплуатации наемных работников собственниками средств производства. В этом смысле капитал рассматривался как основное производственное отношение буржуазного общества, из которого выводился основной экономический закон капитализма — закон прибавочной стоимости.

У К. Маркса имеются три определения капитала. Во-первых, капитал — самовозрастающая стоимость. Такое определение вытекает из всеобщей формулы капитала — Д-Т-Д′, где Д′ — это первоначально авансированный капитал (Д) и прибавочная стоимость. Во-вторых, капитал — это не вещь, а определенное общественно-экономическое отношение, представленное в вещи и придающее ей специфически общественный характер (машины, здания, деньги и т. д. становятся капиталом при их специфическом использовании, т. е. при соединении с наемной рабочей силой). В-третьих, капитал — это движение, процесс кругооборота. Его можно понять лишь как движение, а не как вещь, пребывающую в покое.

Современные трактовки капитала. В современной западной экономической науке капитал трактуется как блага длительного пользования, созданные людьми для производства других товаров и услуг (лопата Робинзона, кассовые аппараты, прокатные станы, навыки и умения людей и т. д.). Это определение капитала служит общей основой для различных понятий капитала, используемых в обиходе и в экономической литературе.

Экономическая теория различает:

физический (технический) капитал — совокупность материальных средств, которые используются в различных фазах производства и увеличивают производительность человеческого труда (станки, здания, компьютеры и т. п.);

финансовый (денежный) капитал — совокупность денежных средств и ценных бумаг в определенных ценах;

юридический капитал — совокупность прав распоряжения некоторыми ценностями, причем эти права дают их обладателям доход без соответствующих затрат труда;

человеческий капитал — это те вложения, которые увеличивают физические или умственные способности человека.

Этот небольшой обзор трактовок понятия "капитал" показывает, что экономисты по-разному понимали и понимают эту категорию. Но, как пишет П. Хейне, смысл каждого слова зависит от того, как его используют люди. Поэтому мы не будем заниматься поиском различий в определениях капитала, а выделим то общее, что характерно для всех трактовок этой категории. Пожалуй, все экономисты едины в том, что капитал — это, во-первых, те блага, которые создаются трудом и используются для производства товаров и услуг, и, во-вторых, что эти блага способны приносить доход.

К вопросу о доходе на капитал мы еще вернемся. А сейчас перейдем к характеристике процесса использования капитала, который дает представление о **структуре капитала**. Поскольку мы будем анализировать эту категорию с точки зрения производства, постольку речь пойдет главным образом о физическом капитале, т. е. о средствах производства.

13.2. ФОРМЫ КАПИТАЛА: ОСНОВНОЙ И ОБОРОТНЫЙ. АМОРТИЗАЦИЯ

В процессе производства различные элементы физического капитала ведут себя неодинаково. Одна часть функционирует на протяжении длительного периода времени (здания, машины, оборудование), включающего от нескольких лет до 40–50 и более лет, другая (сырье, материалы) используется однократно. Первую часть капитала называют *основным капиталом*, вторую — *оборотным*.

Различие между основным и оборотным капиталом проводил еще А. Смит. По его мнению, основной капитал — это тот, который производит прибыль, оставаясь при этом достоянием того, кто им владеет; оборотный капитал есть благо, которое перестает быть достоянием его владельца. Так, рабочий скот — это основной капитал, но он же, если он продан на рынке, превращается в оборотный капитал. Таким образом, А. Смит под оборотным капиталом понимал товарный, или торговый, капитал.

У Д. Рикардо деление капитала на основной и оборотный основывалось на другом принципе. Это деление он осуществлял в зависимости от степени долговечности капитала. Однако в отличие от А. Смита Д. Рикардо исключал из оборотного капитала затраты на сырье и материалы и фактически отождествлял оборотный капитал с затратами на покупку рабочей силы.

Современная экономическая наука различает основной и оборотный капитал не по критерию мобильности, как это делал А. Смит (в движение может быть приведен и основной капитал), и не по степени долговечности, как предлагал Д. Рикардо, а по способу переноса стоимости на вновь создаваемые товары или услуги.

ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ — это капитал, который участвует в процессе производства на протяжении нескольких производственных циклов и переносит свою стоимость на создаваемые товары по частям.

Каждый элемент основного капитала имеет законодательно установленный срок службы, в соответствии с которым предприниматели накапливают перенесенную на производимые товары и услуги стоимость в форме *амортизационных отчислений.*

ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ — сырье, материалы, электроэнергия, вода и т. д. — участвует в производственном цикле лишь один раз и свою стоимость полностью переносит на созданные продукты. При реализации товаров деньги, затраченные на элементы оборотного капитала, полностью возвращаются предпринимателю и могут быть снова использованы для приобретения факторов производства. Затраты на основной капитал так быстро не возвращаются, на это уходят годы, иногда десятилетия.

Следовательно, в издержки производства входит вся стоимость оборотного капитала, а от основного капитала туда включается лишь часть стоимости, исчисляемая исходя из всего срока жизни этого капитала.

Основной капитал, воплощенный в средствах труда, по мере использования подвергается износу. Экономисты различают **две формы износа** — физический и моральный.

Физический износ происходит, во-первых, в процессе самого производства и, во-вторых, под воздействием сил природы (коррозия металла, разрушение бетона, потеря упругости или гибкости пластмассы и т. п.). Чем больше время эксплуатации основного капитала, тем больше физический износ.

С физическим износом связано понятие **амортизации**. Амортизация является экономической категорией, выражающей экономические отношения по поводу той части стоимости основного капитала, которая перенесена на продукт и вернулась к предпринимателю после реализации товаров в денежной форме. Она накапливается на специальном счете, называемом **амортизационным фондом**.

Величина амортизационных отчислений зависит от цены средства труда и продолжительности его функционирования.

ПРИМЕР. Цена станка — 120 тыс. руб.
Срок службы — 12 лет.

Ежегодные амортизационные отчисления:

$$A = \frac{120 \text{ тыс. руб.}}{12 \text{ лет}} = 10 \text{ тыс. руб.}$$

Отношение ежегодных амортизационных отчислений к стоимости основного капитала называется **нормой амортизации**. Норма амортизации рассчитывается по формуле:

$$A' = \frac{10 \text{ тыс. руб.}}{120 \text{ тыс. руб.}} \times 100\% = 8{,}3\%.$$

Если норма амортизации остается постоянной в течение всего срока службы капитала, такую амортизацию называют *линейной.*

Нормы амортизации элементов основного капитала, как уже отмечалось, устанавливаются законодательным (нормативным) путем государством.

Вторая форма износа — **моральный износ (моральное старение)**. Это снижение полезных свойств основного капитала в глазах пользователей по сравнению с тем, что предлагают ему взамен. Моральное старение может быть вызвано как объективными причинами (технический прогресс, перемены в образе жизни), так и чисто субъективными (воздействие моды, рекламы и т. д.).

Моральное старение бывает двух видов. **Первый вид** связан с производством более дешевых машин, оборудования, транспортных средств и т. д. в результате роста производительности труда в машиностроении. Например, предприниматель приобрел станок за 120 тыс. руб. В результате роста производительности труда и удешевления единицы изделия цена аналогичного станка понизилась до 100 тыс. руб. Следовательно, уже функционирующий капитал, представленный станком в 120 тыс. руб., обесценился, что является потерей для предпринимателя.

Второй вид морального износа связан с производством более совершенных машин. В этом случае предприниматели также несут убытки, продолжая использовать морально устаревшую технику или оборудование.

Чтобы уменьшить потери от морального старения капитала, в хозяйственной практике используется политика *ускоренной амортизации.* Ускоренная амортизация характеризуется повышением нормы амортизации с целью сокращения ее сроков. В этом случае предприятия могут, например, удвоить норму амортизации в течение первого года, а в последующие — делать отчисления в амортизационный фонд по принципу линейной амортизации. Для поощрения экспорта в некоторых странах установлено, что предприятия могут применять дополнительные амортизационные отчисления, зависящие от их экспортного товарооборота.

В целях ускоренной амортизации используется и **дигрессивный метод**. Он позволяет отразить в бухгалтерском учете более быстрое обесценение оборудования на начальном этапе его эксплуатации по сравнению с заключительным. Делается это, в частности, путем умножения нормы линейной амортизации на более высокие коэффициенты.

Дигрессивная амортизация применяется по отношению к любому производственному оборудованию, к средствам транспорта, складскому и канцелярскому оборудованию, но только при условии, что данное оборудование является новым, а срок его годности — не менее трех лет.

Предприятие, модернизируемое за счет приобретения нового оборудования, благодаря дигрессивной амортизации получает возможность снизить свои налоговые платежи, так как амортизационные отчисления вычитаются из налогооблагаемого дохода.

Если баланс предприятия отрицательный, амортизационные платежи могут быть отсрочены до периода, когда доходы будут превышать расходы. В некоторых кредитных соглашениях амортизация долга (т. е. его погашение) может также быть отложена по согласованию (на этот период платежи прекращаются).

Амортизация является источником обновления (простого воспроизводства) основного капитала при стабильных ценах. Однако при инфляционном росте цен стремление сохранить уровень производства и (или) уровень занятости может помешать обновлению производственных фондов предприятия. В таких случаях предприятиям могут разрешить вести производство без уплаты налогов на закупки нового оборудования, что по сути представляет собой замену амортизационных отчислений. Могут также быть пересмотрены статьи актива баланса предприятия с использованием методов, позволяющих приблизить стоимость основного капитала к стоимости его замены[1].

13.3. ДОХОД НА КАПИТАЛ (ПРОЦЕНТ) И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА

Каждый фактор производства, как уже отмечалось, создает свой доход, которым в конечном счете вознаграждается его владелец. По капиталу таким доходом является **процент**. Однако процент нередко путают с прибылью, и это происходит оттого, что в некоторых случаях их получает одно и то же лицо — предприниматель. Это возможно тогда, когда предприниматель

[1] Подробнее об амортизации см.: Толковый экономический и финансовый словарь: В 2 т. Т. 1. С. 84–92.

организует производство на свои деньги. В этом случае доход разделяется на процентный доход и предпринимательский доход (прибыль).

Процентный доход — это доход на вложенный в бизнес капитал. В основе этого дохода лежат издержки альтернативного использования капитала (деньги всегда имеют альтернативные способы применения, в частности их можно поместить в банк, потратить на акции и т. д.). Размер процентного дохода определяется *ставкой процента*, т. е. *ценой*, которую банк или другой заемщик должен заплатить кредитору за пользование деньгами в течение какого-то периода времени. Если банковская ставка процента равна 10% годовых, то инвестор не будет вкладывать деньги в дело, которое может дать 5% годового дохода. По законам рынка он вложит деньги туда, где доход при прочих равных условиях составит минимум 10% годовых.

Но почему вообще надо платить процент?

Платой за что он является?

Впервые на этот вопрос дали научный ответ австрийский экономист Е. Бем-Баверк и шведский экономист К. Виксель.

Экономической основой процента, с их точки зрения, являются относительная неудовлетворенность текущих потребностей и проистекающая из этого более высокая оценка "сегодняшних благ" по сравнению с "благами будущими".

Тот, кто получает любые ресурсы сегодня, вместо того чтобы ждать до тех пор, пока он заработает деньги, на которые можно будет купить эти ресурсы, должен уплатить определенную цену за такую возможность. Эта цена и называется процентом. Поэтому люди платят процент тогда, когда *занимают* деньги. Они обещают кредитору вернуть через определенный период сумму большую, чем одалживаемая. Соотношение того, что будет возвращено, и того, что получено сейчас, определяет ставку процента.

Для того чтобы объяснить, почему выплачивается процент, надо разобраться в том, почему "сегодняшние блага" более ценны, чем "будущие блага". Ответ состоит в том, что использование в настоящий момент недостающих человеку благ повышает степень удовлетворения его потребностей, расширяет спектр его возможностей. Если речь идет о ресурсах, то распоряжение ими в настоящий момент позволяет людям предпринять действия, которые с течением времени могут привести к получению ими дополнительного дохода. Именно эта возможность побуждает людей занимать деньги и платить за кредит некоторую цену, называемую процентом.

Для конкретизации сказанного сошлемся на интересный пример П. Хейне. Предположим, что Робинзон Крузо ногтями выкапывает за один день 5 ракушек, которых едва хватает ему на жизнь. Если бы он имел лопату, то дневная добыча составила бы 15 ракушек. Однако проблема состоит

в том, что на изготовление лопаты ему потребовался бы месяц, в течение которого он не смог бы добывать ракушки и умер бы с голоду. Решить эту проблему можно было бы, если бы кто-то снабжал Робинзона целый месяц ракушками, пока он будет делать лопату.

Сколько будущих ракушек мог бы отдать Робинзон после изготовления лопаты за сегодняшние 150 ракушек (5 × 30), которыми его будут снабжать в кредит в течение 30 дней? Очевидно, это будет тот излишек, который образуется сверх потребностей Робинзона в ракушках. Он составит 300 ракушек (450 – 150 = 300).

Таким образом, сегодняшние 150 ракушек по стоимости эквивалентны 300 будущим ракушкам. Пропорция, в которой сегодняшние ракушки обмениваются на будущие, представляет собой ставку процента в мире Робинзона. Она равна 200%. Это значит, что процент представляет собой *разницу* между ценностью *сегодняшних* и *будущих* благ, и в основе своей он не связан с деньгами. Тот, кто предоставляет блага (ресурсы) в кредит, отказываясь от текущего потребления, вправе рассчитывать на определенную компенсацию в уплату за воздержание. В свою очередь, заемщик, получая возможность использовать ресурсы сегодня, должен за это заплатить. В конечном счете процент является платой за время, за "пользованием временем".

Такое объяснение процента впервые было дано австрийским экономистом Е. Бем-Баверком. По его мнению, существует несколько мотивов, в связи с которыми появляется процент:

психологический мотив, в соответствии с которым индивид недооценивает будущее и предпочитает удовлетворить свои потребности сегодня;

экономический мотив, согласно которому текущие потребности кажутся более насущными, а ресурсы более редкими, чем будущие. И даже если некий индивид предвидит, что его ресурсы в будущем уменьшатся, а потребности возрастут, это не заставит его предпочесть будущие блага, поскольку сегодняшние блага в виде денег могут быть либо потреблены, либо отложены на будущее;

технологический мотив, по которому сегодняшние блага стоят больше, чем будущие, поскольку они могут быть использованы в производственных процессах.

В совокупности эти три мотива и объясняют существование процента на капитал как цены за воздержание индивида от потребления благ сегодня.

С другой стороны, каждый, кто пожелает взять капитал в кредит с целью сегодняшнего его использования, сопоставляет потери, которые принесет ему уплата процента, и пользу, которую представляет для него получение капитала.

В конечном счете согласно неоклассической теории равновесная ставка процента определяется на рынке капитала с помощью сравнения *полез-*

ности (предельной прибыли на капитал — *MRP*) капитала и *издержек* ("воздержания", "ожидания" — *MRC*), связанных с отказом использовать капитал в настоящее время.

На рис. 13-1 показано, что спрос на капитал тем выше, чем ниже процентная ставка. Предложение же капитала тем выше, чем больше процентная ставка. Процентная ставка, определяемая пересечением кривой спроса (*MRP*) и кривой предложения капитала (*MRC*), является равновесной ($Г_E$).

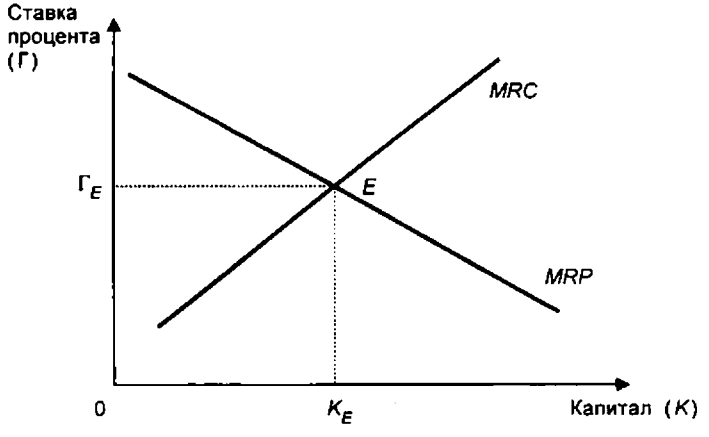


Рис. 13-1. Равновесная ставка процента

Кроме рассмотренной неоклассической трактовки процента, которая получила в экономической науке название **реальной теории процента**, существует и другое его объяснение — кейнсианское. Концепция процента Дж. М. Кейнса, изложенная в его книге "Общая теория занятости, процента и денег", относится к группе **денежных теорий процента**.

Дж. М. Кейнс считал, что попытка неоклассиков увязать процентную ставку с платой за "воздержание" является ошибочной. "Должно быть совершенно ясно, — пишет он, — что норма процента не может быть вознаграждением за сбережение или выжидание как таковое. Ведь если человек хранит свои сбережения в форме наличности, он не получает никакого процента, хотя эти сбережения ничуть не хуже, чем другие". В противоположность такому взгляду он дал иное определение процента, суть которого заключается в том, что **норма процента есть вознаграждение за расставание с деньгами как ликвидностью на определенный период**. С его точки зрения, норма процента как таковая есть не что иное, как величина, обратная отношению суммы денег к тому, что можно получить, расставаясь с возможностью распоряжаться этими деньгами на обусловленный период времени. Иначе говоря, это есть мера нежелания со стороны тех, кто владеет деньгами, утратить непосредственный контроль над

ними. "Норма процента — это не цена, уравновешивающая спрос на ресурсы для инвестиций и готовность воздерживаться от текущего потребления. Это цена, которая уравновешивает настойчивое желание удержать богатство в форме наличных денег с находящимся в обращении количеством денег"[1].

Современные авторы считают, что денежная теория процента Кейнса столь же ограниченна, как и реальная теория. Поэтому была выдвинута **общая теория процентной ставки**, которая учитывает все факторы, оказывающие влияние на ее формирование. Таких факторов четыре:

1) *предпочтение во времени*, которое выражает нежелание хозяйственных субъектов откладывать на будущее потребности, которые можно удовлетворить в настоящем;
2) *предельная производительность капитала*, т. е. отдача, которую хозяйственный субъект надеется получить от использования дополнительного капитала;
3) *предложение денег*, связанное с кредитно-денежной политикой центрального банка;
4) *предпочтение ликвидности*, т. е. желание хозяйственных субъектов сохранить в своих руках ликвидные средства, которые можно превратить в любой момент в другие виды имущества.

Эти факторы по-разному влияют на формирование процентной ставки: первые два более важны в долгосрочном периоде, два последующих оказывают свое влияние главным образом в краткосрочном периоде. Вместе с тем все они тесно связаны между собой. Указывая на эту связь, Р. Барр отмечает, что в хозяйственной деятельности человек может выбрать один из четырех вариантов: купить ценные бумаги, сохранить ликвидность, инвестировать в производство, потребить. При этом он будет стремиться уравнять предельные ставки доходов на ценные бумаги, деньги, производство, потребление. Предельная ставка доходов на ценные бумаги равна сумме, которую можно получить, используя дополнительные ресурсы для покупки ценных бумаг. Предельная ставка доходов от денег измеряется процентной ставкой, которую можно было бы получить при предельном увеличении суммы денег, хранящихся в кассе, если бы они не были инвестированы. Предельная ставка доходов от производства равнозначна предельной эффективности инвестиций. Предельная ставка доходов от потребления равна ставке предпочтения во времени на предельную единицу дохода, которая была потреблена вместо того, чтобы превратиться в сбережения.

Решения хозяйственных субъектов по этим четырем вариантам выбора влияют на процентную ставку в степени, равносильной желанию макси-

[1] *Кейнс Дж. М.* Избр. произв. М., 1993. С. 353.

мально увеличить различные виды ставок дохода. Каждый раз, когда происходят изменения одной из предельных ставок дохода (например, в результате мер денежной политики), меняется распределение ресурсов между различными сферами, а другие предельные ставки дохода имеют тенденцию следовать за первой. Так, заключает Р. Барр, реализуется роль всех указанных факторов, определяющих процентную ставку. В экономике, где используются деньги, эти элементы проявляются через спрос и предложение ссудных фондов, и взаимодействие их на кредитном рынке объясняет формирование процентной ставки[1].

Кроме рассмотренных четырех факторов, оказывающих влияние на формирование процентной ставки, некоторые экономисты предлагают учитывать *фактор риска*. Кредитор, предоставляя капитал, всегда рискует, и за этот риск он требует вознаграждения. Такой вывод сделал известный американский экономист И. Фишер, предложивший учитывать этот фактор в образовании процентной ставки.

И. Фишер также первым разработал принцип оценки стоимости денег во времени, который получил название принципа дисконтирования. На базе этого принципа он вывел свое, **фишеровское понимание капитала: капитал есть не что иное, как дисконтированный доход**. Это значит, что любой элемент богатства, который приносит его владельцу регулярный доход на протяжении длительного времени, является капиталом и его стоимость рассчитывается с помощью дисконтирования. Рассмотрим более подробно, как изменяется стоимость денег во времени и какие существуют инструменты ее определения.

13.4. СТОИМОСТЬ ДЕНЕГ ВО ВРЕМЕНИ. СЛОЖНЫЙ ПРОЦЕНТ И ДИСКОНТИРОВАНИЕ

Осуществление любых инвестиционных проектов предполагает *разрыв во времени* между затратами и доходами. В этом случае возникает необходимость расчета стоимости денег во времени. *Расчет стоимости денег во времени* — это принцип, согласно которому до тех пор, пока существуют альтернативные возможности получения дохода, их стоимость во времени зависит от стоимости в тот момент, когда ожидается их получение. Финансовая теория утверждает, что будущие деньги всегда дешевле сегодняшних, и не только из-за инфляции. Деньги, которыми мы располагаем сегодня, могут быть вложены в дело и принести доход, и, если мы получаем их через год, мы упускаем эту возможность.

---

[1] *Барр Р.* Политическая экономия. Т. 2. С. 177–178.

Сравним сегодняшние 10 тыс. руб. с 10 тыс. руб., которые будут получены через год. Если ставка банковского процента составляет 10% годовых, то сегодняшние 10 тыс. руб. вырастут до 11 тыс. руб. через год. Следовательно, будущая стоимость сегодняшних 10 тыс. руб. составит 11 тыс. руб.:

$$X = 10 \text{ тыс. руб.} + 0{,}1 \times 10 \text{ тыс. руб.}$$

$$X = 11 \text{ тыс. руб.}$$

Теперь поставим вопрос несколько иначе: сколько стоят 10 тыс. руб., которые будут получены через год, при условии, что ставка банковского процента равна 10% годовых? (Такие вопросы представляют интерес для всех инвесторов.) Очевидно, их сегодняшняя, т. е. текущая, стоимость равна той сумме, которую следовало бы в настоящее время положить в банк, с тем чтобы она через год выросла до 10 тыс. руб. Предположим, что это какая-нибудь сумма X. Следовательно:

$$X + 0{,}1 \times X = 10 \text{ тыс. руб.};$$

$$1{,}1X = 10 \text{ тыс. руб.};$$

$$X = \frac{10 \text{ тыс. руб.}}{1{,}1} = 9 \text{ тыс. } 91 \text{ руб.}$$

Таким образом, текущая стоимость 10 тыс. руб., которые будут получены через год, составляет 9 тыс. 91 руб. Текущую стоимость называют еще *приведенной* стоимостью, которая, как мы видим, не измеряет стоимость текущей суммы в какой-то момент в будущем, а позволяет определить, сколько будущая сумма стоит сегодня. Используя технику расчета приведенной стоимости, можно подсчитать сегодняшнюю стоимость той суммы, которая будет получена в будущем. Так изменяется стоимость денег во времени.

Теперь рассмотрим концепцию *будущей стоимости* для более общего случая.

Какова будущая стоимость сегодняшних инвестиций K_0 через n лет, если годовая ставка банковского процента составляет r%?

Через 1 год: $K_1 = K_0 + K_0 \times r = K_0(1 + r)$.

Через 2 года: $K_2 = K_1 + K_1 \times r = K_1(1 + r) = K_0(1 + r)^2$.

Через 3 года: $K_3 = K_2 + K_2 \times r = K_2(1 + r) = K_0(1 + r)^3$. И т. д.

Чтобы определить будущую стоимость инвестиций в объеме K_0 к концу года, рассмотренную процедуру необходимо повторить n раз. Следовательно, будущая стоимость K_n сегодняшних капиталовложений K_0 составит:

$$K_n = K_0(1+r)^n.$$

Общепринятой в финансовом анализе базовой формулой будущей стоимости является следующая:

$$FV = PV(1+r)^n,$$

где FV — будущая стоимость *(Future Value)*;
PV — текущая стоимость *(Present Value)*;
n — число лет;
$(1+r)^n$ — коэффициент будущей стоимости.

Из рассмотренного примера видно, что при расчете будущей стоимости определенной суммы денег используется сложный процент. *Сложный процент* — это начисление "процентов на проценты". Проценты, начисленные по истечении определенного периода (например, года), добавляются к основной сумме и включаются в ту сумму, на которую в следующий период будут начисляться проценты.

Очевидно, что, чем выше ставка процента и чем больше срок начисления процентов, тем выше будущая стоимость (FV) (рис. 13-2).

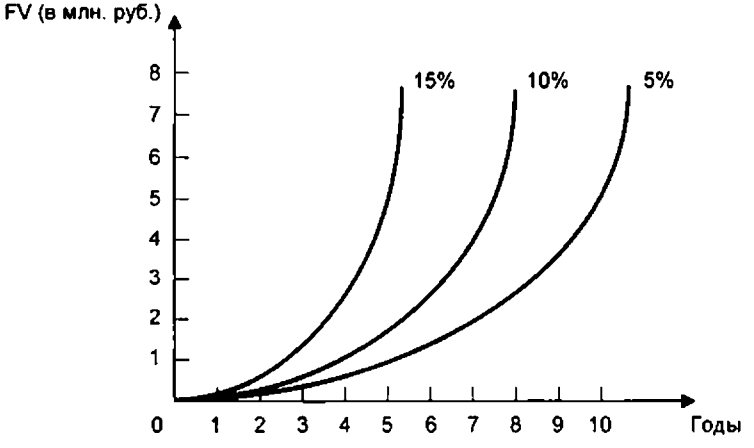


Рис. 13-2. График роста будущей стоимости (FV)

Дж. М. Кейнс называл сложные проценты *магией*. А один из Ротшильдов провозгласил их *восьмым чудом света*. Такое отношение к сложному проценту не случайно. В начале прошлого века английский астроном Фрэнсис Бэйли подсчитал, что британский пенс, инвестированный под 5% годовых при условии начисления сложных процентов в год рождения Христа, принес бы к 1810 г. столько дохода, что его хватило бы для заполнения 357 млн. земных шаров. Бенджамин Франклин был более практичным.

После своей смерти в 1790 г. он оставил по 1000 фунтов двум городам — Бостону и Филадельфии с условием, что они не будут тратить эти деньги в течение 100 лет. Наследство Бостона, эквивалентное примерно 4600 долл., к 1890 г. увеличилось до 332 000 долл.

Поскольку процесс начисления сложного процента может быть достаточно утомительным, существуют *таблицы факторов наращения*. Полный комплект этих таблиц имеется во всех учебниках по финансовому анализу и инвестиционному проектированию. Мы приведем здесь лишь фрагмент такой таблицы. Факторы наращения в таблице показывают сумму, до которой возрос бы первоначальный вклад при различных комбинациях периодов и процентных ставок. Например, определенная сумма, положенная на депозит, по которому выплачиваются 8%, и оставленная на нем на 2 года, возросла бы в 1,166 раза. Это значит, что если сумма депозита составляет 1000 руб., то ее стоимость через 2 года будет равна 1166 руб.

Таблица 13-1

Факторы наращения[1]

Год	Ставка процента					
	5	6	7	8	9	10
1	1,050	1,060	1,070	1,080	1,090	1,100
2	1,102	1,124	1,145	1,166	1,188	1,210
3	1,158	1,121	1,225	1,260	1,295	1,331
4	1,216	1,262	1,311	1,360	1,412	1,464
5	1,276	1,338	1,403	1,469	1,539	1,611

Для упрощения расчета будущей стоимости инвесторы и люди, делающие сбережения, могут использовать "правило 72-х", позволяющее определить срок удвоения суммы денег при данной процентной ставке с начислением процентов раз в год. Для этого необходимо разделить 72 на ставку процента. Например, инвестиции в 10 тыс. руб., приносящие доход 8% в год, удвоились бы через 9 лет (72 : 8).

Другой эмпирической закономерностью является "правило 7–10". Согласно этому правилу сумма удваивается через 10 лет при 7% годовых или через 7 лет при 10% годовых.

Однако следует заметить, что темп инфляции тоже устанавливается по принципу сложного процента. В условиях инфляции эти 20 тыс. руб. через 9 лет будут стоить меньше, чем они стоят теперь.

---

[1] *Бригхем Ю., Гапенски Л.* Финансовый менеджмент: В 2 т. Т. 2. СПб., 1997. С. 630.

Теперь рассмотрим случай, когда на счет в банке положена определенная сумма, а в конце года к ней прибавится еще некоторая сумма, например 5 тыс. руб.

Пусть первоначальная сумма равняется 10 тыс. руб. и ставка процента — 10%. В конце первого года мы получим: FV_1 = 10 тыс. руб. × (1,1) + + 5 тыс. руб. = 16 тыс. руб.

В конце второго года: FV_2 = 16 тыс. руб. + 5 тыс. руб. = 22,6 тыс. руб.

Общая формула определения будущей стоимости при регулярных равных платежах или денежных поступлениях имеет следующий вид:

$$FV_n = \left(X_0 + \frac{x}{r}\right)(1+r)^n - \frac{x}{r},$$

где X_0 — первоначальный депозит;

x — ежегодное приращение.

Такой принцип расчета получил название *постоянного аннуитета* или *постоянной финансовой ренты*. ***Аннуитет*** — это несколько добавлений равного размера к первоначальной сумме (или выплат из первоначальной суммы), производящихся в течение ряда лет (периодов). Когда из первоначальной суммы делаются выплаты, это называется получением *финансовой ренты*.

ПРИМЕР. Предположим, вам досталось по наследству 10 000 долл. и вы хотите иметь стабильный доход в течение 10 лет. Некая страховая компания предлагает такие аннуитеты из расчета 5% годовых. Какова будет сумма вашего ежегодного дохода?

По формуле $FV_n = \left(X_0 + \frac{x}{r}\right) \times (1+r)^n - \frac{x}{r}$ будущая стоимость FV через 10 лет будет равна 0, поскольку вся сумма должна быть вам выплачена. Мы знаем, что X_0 = 10 000 долл.; r = 0,05; n = 10. Необходимо найти x, которое будет *отрицательным*, поскольку эти выплаты равны:

$$0 = \left(1000 - \frac{x}{0{,}05}\right) \times (1{,}05)^n + \frac{x}{0{,}05} = (1000 - 20x) \times (1{,}628894) + 20x;$$

$$32{,}57788x - 20x = 16\,288{,}94;$$

$$12{,}57788x = 16\,288{,}94;$$

$$x = 1295{,}05 \text{ долл.}$$

Таким образом, приобретая аннуитет, вы в течение 10 лет можете получать ежегодно по 1295,05 долл.

Начисление процентов более одного раза в год

Посмотрим на взаимосвязь будущей стоимости (FV) и ставки ссудного процента при различных сроках начисления процентов. Пусть они выплачиваются раз в полгода. В этом случае, если 10 тыс. руб. положены под 10% годовых, FV через 6 месяцев составит:

$$FV_{1/2} = 10 \text{ тыс. руб.} (1 + {}^{0,1}/_{2}) = 10 \text{ тыс. } 500 \text{ руб.};$$

По истечении года: $FV_1 = 10 \text{ тыс. руб.} (1 + {}^{0,1}/_{2})^2 = 11 \text{ тыс. } 25 \text{ руб.}$

Таким образом, чем чаще выплачивается процент в течение периода t, тем больше FV на конец периода. Общая формула расчета FV по истечении n лет, если проценты начисляются m раз, будет иметь следующее выражение:

$$FV_n = X_0(1+r)^{mn}.$$

Если проценты начисляются *поквартально*, тогда в конце 1-го года:

$$FV_1 = 10 \text{ тыс. руб.} (1 + {}^{0,1}/_{4})^4 = 11 \text{ тыс. } 314{,}081 \text{ руб.};$$

по истечении трех лет:

$$FV_3 = 10 \text{ тыс. руб.} (1 + {}^{0,1}/_{4})^{12} = 13 \text{ тыс. } 400 \text{ руб.}$$

Теперь вернемся к ***приведенной* стоимости** и рассмотрим общее правило ее определения.

Какова приведенная (текущая) стоимость капитала FV, который будет получен через n лет, если ставка составляет r % годовых?

Из формулы будущей стоимости $FV = PV(1+r)^n$ следует, что текущая стоимость равна:

$$PV = FV \frac{1}{(1+r)^n},$$

где $\frac{1}{(1+r)^n}$ — коэффициент дисконтирования.

Как видим, принцип дисконтирования *обратен* принципу начисления сложного процента.

ПРИМЕР. Пусть будущий доход составляет 10 тыс. руб., r = 10% годовых. Какова будет дисконтированная стоимость данного дохода, если его получение ожидается через один год?

$$PV_1 = \frac{10 \text{ тыс. руб.}}{1+0{,}1} = 9 \text{ тыс. } 90{,}909 \text{ руб.}$$

Если получение дохода ожидается через два года:

$$PV_2 = \frac{10 \text{ тыс. руб.}}{(1+0{,}1)^2} = 8 \text{ тыс. } 264{,}463 \text{ руб.}$$

Как видим, $PV_2 < PV_1$. Это объясняется тем, что, чем позже ожидается получение дохода и чем больше процентная ставка, тем меньше его текущая (дисконтированная) стоимость (рис. 13-3).

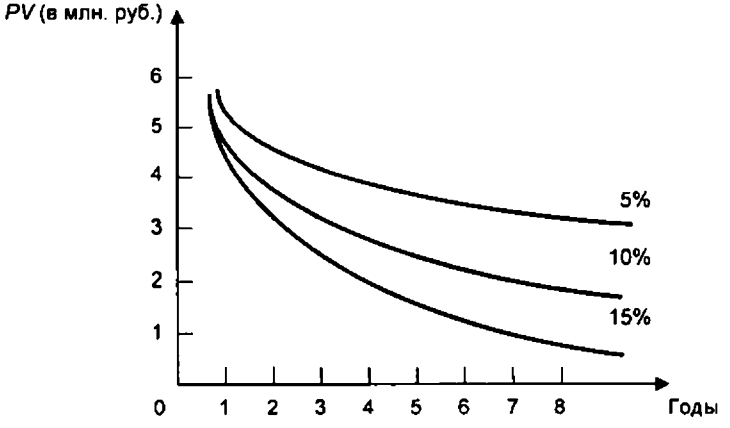


Рис. 13-3. График текущей (дисконтированной) стоимости

Рассмотрим еще один **ПРИМЕР**. Вам предлагают вложить 500 тыс. руб. в строительство дома, который можно будет продать через 5 лет за 600 тыс. руб. Согласитесь ли вы принять это предложение?

Сначала определим, сколько стоит сегодня возможность получить 600 тыс. руб. через 5 лет при ставке банковского процента 5% годовых. Иначе говоря, какую сумму следовало бы положить сегодня в банк, чтобы иметь на счете через 5 лет 600 тыс. руб.? Эта сумма рассчитывается по формуле расчета текущей стоимости:

$$PV = \frac{600 \text{ тыс. руб.}}{(1+0{,}05)^5} = \frac{600 \text{ тыс. руб.}}{1{,}2763} = 470 \text{ тыс. } 109 \text{ руб.}$$

Таким образом, для получения 600 тыс. руб. через 5 лет в банк следовало бы вложить 470 тыс. 109 руб., что меньше суммы предполагаемых инвестиций в строительство дома (500 тыс. руб.).
Теперь определим доход, который можно было бы получить при вложении в банк 500 тыс. руб. на 5 лет при ставке 5% годовых. Он составит

$$FV = PV\,(1+0{,}05)^5 = 500 \text{ тыс. руб.} \times 1{,}2763 = 638 \text{ тыс. } 150 \text{ руб.}$$

Как видим, это больше той суммы, которую можно было бы получить от продажи дома.

Для определения рентабельности (выгодности) инвестиционного проекта вычисляют ***чистую дисконтированную стоимость*** (*NPV*). Для этого необходимо сделать расчет будущих поступлений и выразить их в сегодняшних деньгах, после чего сопоставить дисконтированный доход с сегодняшними капиталовложениями.

В нашем случае дисконтированная стоимость будущего дохода в 600 тыс. руб. составляет 470 тыс. 109 руб. Сегодняшние капиталовложения (I) равны 500 тыс. руб. Таким образом, чистая приведенная стоимость составит:

$$NPV = PV - I = 470 \text{ тыс. } 109 \text{ руб.} - 500 \text{ тыс. руб.} =$$
$$= -29 \text{ тыс. } 891 \text{ руб.}$$

Как видим, чистая дисконтированная стоимость имеет отрицательный знак, что свидетельствует о невыгодности (убыточности) данного инвестиционного проекта. Проект будет рентабельным, если $NPV \geq 0$.

Итак, мы рассмотрели основные методы оценки дохода. Однако этот важный инвестиционный параметр нельзя рассматривать без учета **риска**, т. е. вероятности отклонения величины фактического инвестиционного дохода от ожидаемого. Риск по данным инвестициям непосредственно связан с ожидаемыми доходами, или, другими словами, более рискованные инвестиции должны обеспечивать более высокую прибыль. Каковы же мотивы, заставляющие инвестора рисковать? В общем, инвестор пытается *минимизировать риск* при *данном уровне прибыли* или *максимизировать ее* при *данном уровне риска*. Это связано с тем, что большинство инвесторов не расположены к риску и поэтому в обмен на увеличение риска они требуют более высокой прибыли. Окончательное инвестиционное решение принимается в результате сопоставления рисковых предпочтений инвестора с ожидаемыми данными о прибыли и риске, связанными с данными инвестициями.

Основные выводы

1. Капитал — понятие, используемое для обозначения фактора производства, созданного людьми для повышения производительной силы их труда. Капитал как таковой экономисты отличают от земли (природных ресурсов), которая не создается в экономической системе. Кроме того, понятие "капитал" применяется также для обозначения финансовых активов. Однако экономисты используют понятие капитала и в его физическом смысле — как производительные блага, которые затрачиваются в процессе производства (станки, машины, сырье, материалы, здания и т. п.).

2. Физический капитал неоднороден по своей структуре. Элементы капитала, функционирующие на протяжении длительного времени и окупающиеся за весь срок своей службы, получили название основного капи-

тала. Однократно используемые активы (сырье, материалы), окупающиеся после каждого производственного цикла, называются оборотным капиталом.

3. Основной капитал подвергается амортизации (износу). Отношение ежегодной суммы амортизации к стоимости основного капитала называется нормой амортизации. Кроме физического износа капитал подвергается моральному износу — уменьшению полезных свойств в глазах пользователей. Моральный износ может быть обусловлен как объективными факторами (технический прогресс, перемены в образе жизни), так и чисто субъективными причинами (воздействие моды, рекламы и т. д.). Для уменьшения потерь от морального износа фирмы применяют ускоренную амортизацию, состоящую в повышении нормы амортизации с целью сокращения ее сроков.

4. Амортизационные отчисления являются источником простого воспроизводства основного капитала в условиях стабильных цен. При инфляции амортизационные отчисления обесцениваются и предприятия могут быть освобождены от уплаты налогов на закупки нового оборудования, что по сути представляет собой замену амортизационных отчислений.

5. Процентный доход — это доход на вложенный в бизнес капитал. В основе его лежат издержки альтернативного использования капитала. В неоклассической теории процент является результатом уравновешивания предельной рентабельности капитала (*MRP*) и его предельных издержек (*MRC*), осуществляющегося на рынке капитала. В кейнсианской теории норма процента есть вознаграждение за расставание с деньгами как наиболее ликвидным активом на определенный срок.

6. При осуществлении капиталовложений (инвестиций) исчисляется стоимость денег во времени. Расчет осуществляется по принципу, согласно которому до тех пор, пока существуют альтернативные возможности получения дохода, стоимость денег во времени зависит от того момента, когда ожидается их получение. При расчете стоимости денег во времени используются техника сложного процента и дисконтирование. Сложный процент — это начисление процентов на сумму, включающую уже начисленные в предыдущий период проценты.

   Дисконтирование — это метод, основанный на приведении будущего дохода (или будущих издержек) к их нынешней стоимости. Метод предполагает, что будущие денежные средства будут стоить меньше по сравнению с сегодняшними из-за положительной нормы временных предпочтений (более высокой оценки "настоящих благ" по сравнению с "будущими благами").

   Двумя наиболее известными методами дисконтирования являются методы чистой дисконтированной стоимости (*net present value*) и внутренней ставки дохода (*rate of return*). Операция дисконтирования обратна расчету сложного процента. Она широко используется для оценки проектов, когда затраты и доходы распределены на значительное число лет.

Вопросы для повторения

1. Расскажите, в чем различие между капиталом и инвестициями.
2. Критически оцените марксистскую концепцию капитала и сопоставьте ее с трактовкой капитала в современной экономической теории.
3. Определите, объясните и сопоставьте следующие понятия:
   а) процент;
   б) простой процент;
   с) сложный процент.
4. Опишите, сравните и противопоставьте концепции будущей и приведенной стоимостей. Объясните роль ставки дисконтирования в вычислении приведенной стоимости.
5. Рассчитайте будущую стоимость сегодняшних инвестиций в сумме 7000 долл., которая будет получена:
   а) через два года при 9% годовых;
   б) через пять лет при 12% годовых;
   в) через два года при 10% годовых при полугодовом начислении процентов;
   г) через два года при 12% годовых при ежеквартальном начислении процентов.
6. Определите, сколько нужно инвестировать сегодня, чтобы получить:
   а) 20 000 долл. через 5 лет при 5% годовых;
   б) по 20 000 долл. в течение 5 лет при 5% годовых;
   в) по 5000 долл. в течение 10 лет при 8% годовых.
7. Расскажите, в чем разница между чистой дисконтированной стоимостью и внутренней ставкой дохода.
8. Инвестиции в основной капитал в условиях рыночной экономики имеет смысл осуществлять тогда, когда соблюдаются следующие условия:
   а) внутренняя ставка дохода ниже, чем рыночная ставка процента;
   б) норма прибыли на вложенный капитал такая, что чистая приведенная стоимость будущей прибыли меньше, чем стоимость приобретаемого основного капитала;
   в) предельные затраты на дополнительный капитал должны быть больше, чем стоимость его предельного продукта;
   г) внутренняя ставка дохода выше, чем рыночная ставка процента;
   д) дисконтированная стоимость будущих поступлений выше стоимости покупаемого основного капитала.
9. Дайте определение риска. Объясните, что подразумевается под альтернативой "риск—доход"? Что происходит с требуемой ставкой дохода при увеличении риска?

Задачи, упражнения, тесты

1. В настоящее время фирма "Эриксон", производящая игрушки, использует для формовки станок, который был куплен два года назад. Стоимость этого станка списывается по методу равномерной амортизации до ликвидационной стоимости 3000 руб., а до окончания срока его службы остается еще

6 лет. Его текущая балансовая стоимость составляет 15 600 руб., и сейчас его можно продать за 1800 руб.

Определите, чему равны ежегодные амортизационные отчисления.

Взамен используемого фирме предложен станок стоимостью 48 000 руб. Его расчетный полезный срок службы — 6 лет, а ликвидационная стоимость по оценке составляет 4800 руб. Стоимость этого станка по методу ускоренной амортизации окупается через 5 лет. Замена позволит увеличить выпуск продукции, следовательно, объем реализации возрастет на 6000 руб. в год; при этом гораздо большая производительность нового станка приведет еще и к снижению операционных затрат на 9000 руб. в год. Новый станок потребует увеличения товарно-материальных запасов на 12 000 руб., одновременно возрастет на 3000 руб. кредиторская задолженность.

Подумайте, стоит ли заменять старый станок.

2. Вкладывая средства в ценные бумаги инвестиционной компании, вы должны платить налог с полученной прибыли в размере 30%. Если же вы положили деньги в банк, то сумма процента не облагается налогом.

   Найдите наиболее выгодную схему вложения капитала с 1 января по 31 марта, если налоги платятся в самом конце каждого квартала и услуги на финансовом рынке предлагают две фирмы:

   - инвестиционная компания А на условиях 4,5% ежемесячно на целое число месяцев по вкладу сроком не менее месяца;
   - банк Б при ежемесячной выплате процента, равной 3,0%, при таких же ограничениях.

3. Предполагается, что станок будет служить 3 года, принося ежегодный доход 20 000 руб. Его остаточная стоимость к концу третьего года составит 60 000 руб. Определите цену станка, полностью направляемую на покрытие издержек, если

   а) ставка процента составляет 8;
   б) ставка процента равна 10;
   в) ставка процента равна 8, но ожидаемый темп инфляции составляет 7% в год.

4. Номинальная стоимость акции компании Z составляет 1000 руб., ее текущая рыночная цена равна 6000 руб. Компания выплачивает квартальный дивиденд 200 руб. на акцию. Какова текущая прибыль на акцию компании в годовом исчислении?

5. Банки А и Б предлагают вкладчикам 50% годовых с начислением дохода один раз в полугодие. При этом банк А начисляет доход по простой процентной ставке, а банк Б — по сложной. Какой из банков предлагает вкладчикам более выгодные условия вложения средств на шесть месяцев?

а) Банк А.
б) Банк Б.
в) Выгодность вложений одинакова.

6. Управляющий фирмой должен выбрать лучший способ вложения 100 тыс. руб. Допустим, что он стремится максимизировать прибыль и действует в ситуации полной определенности, т. е. имеет возможность точно рассчитать прибыль по каждому варианту за любой период.

Среди различных вариантов особое внимание, с его точки зрения, заслуживают два проекта. Во-первых, он может закупить партию товара, реализовать ее и на этом закончить свою деятельность; во-вторых, приобрести оборудование, которое будет производить продукцию в течение десяти лет. Кроме того, всегда существует возможность держать деньги в банке, получая доход в виде процентов. Данные по проектам приведены в табл. 13-2.

Таблица 13-2

Данные о проектах

Проект	Текущие затраты (в тыс. руб.)	Доходы (в тыс. руб.)				
		Сегодня	Через 1 год	Через 2 года	...	Через 10 лет
А	–100	+140	—	—	...	—
Б	–100	0	+25	+25	...	+25

Какую прибыль будет максимизировать фирма: краткосрочную ближайшего года или долгосрочную за десять лет?

7. Семья Ивановых должна решить следующую проблему: купить стиральную машину или пользоваться прачечной.

Использование прачечной обходится ей в 20 руб. в неделю.

Стиральная машина стоит 3000 руб.

Процентная ставка в коммерческом банке составляет 10%.

Прочие издержки по использованию стиральной машины (амортизация, электроэнергия) равны 10 руб.

Определите, стоит ли семье Ивановых приобретать стиральную машину.

8. Господин N всегда мечтал иметь собственное кафе. Известно, что издержки, связанные с содержанием кафе, следующие:

- на покупку оборудования (изнашивается за 15 лет) — 850 тыс. руб.;
- на зарплату персоналу — 160 тыс. руб. в год;
- на сырье — 120 тыс. руб. в год.

В настоящее время годовая зарплата господина *N* составляет 25 тыс. руб.

На покупку оборудования он собирается использовать свои сбережения, которые приносят ему 8% годовых. Господин N ожидает ежегодно получать выручку, равную 900 тыс. руб. Является ли покупка кафе выгодной сделкой? Сделайте расчет.

9. Допустим, в вашем университете установлена следующая плата за обучение: вы платите 2 тыс. долл. в год, но плата за обучение будет возрастать на 200 долл. в течение следующих трех лет.

Администрация предлагает студентам сэкономить на оплате обучения и уплатить сразу за четыре года 8 тыс. долл. Экономия, по утверждению администрации, составит 1200 долл.:

во 2-й год — 200 долл.;
в 3-й год — 400 долл.;
в 4-й год — 600 долл.

Примете ли вы данное предложение, если для получения денег ваши родители должны продать акции "Газпрома", обеспечивающие годовой доход в 12%, состоящий из дивидентов и прироста курсовой стоимости акций?

Рекомендуемая литература

Барр Р. Политическая экономия: В 2 т. Т. 2. Тема II. Гл. 3. М., 1994.

Кейнс Дж. М. Избранные произведения. Гл. 13, 14, 16, 17. М., 1993.

Макконнелл К., Брю С. Экономикс: В 2 т. Т. 2. Гл. 31. М., 1992.

Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. Гл. 18. М., 1993.

Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: В 2 ч. Ч. II. Гл. 15. М., 1995.

Харрис Л. Денежная теория. Гл. 15–17. М., 1990.

Хейне П. Экономический образ мышления. Гл. 11. М., 1991.

Шим Дж. К., Сигел Дж. Г. Финансовый менеджмент. Гл. 6, 7. М., 1996.

ГЛАВА 14

РЫНОК ЗЕМЛИ И ЗЕМЕЛЬНАЯ РЕНТА

Ключевые понятия

Абсолютная рента
Дифференциальная рента
Закон убывающей производительности земли
Землевладелец
Земледельческий труд
Земля как фактор производства
Монополия на землю как на объект хозяйства
Монополия на землю как на объект частной собственности
Предложение земли
Спрос на землю несельскохозяйственный сельскохозяйственный
Фермер
Цена земли

14.1. ЗЕМЛЯ КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА

Анализ земли, как и сделанный ранее анализ труда и капитала, необходим главным образом для того, чтобы определить *природу, сущность* и *особенности дохода* от экономической реализации этого фактора производства.

Земля стала объектом экономического анализа в теории французских физиократов. Они считали землю единственным производительным ресурсом, а труд земледельческого рабочего — единственной субстанцией общественного богатства. Промышленность и торговлю физиократы считали бесплодными отраслями человеческой деятельности. При этом не следует думать, что с таким определением совмещалось у них презрение к промышленникам и купцам. "Далекие от того, чтобы быть бесполезными, эти

ремесла составляют прелесть и опору жизни, служат сохранению и благоденствию человеческого рода", — отмечали физиократы.

Такое дифференцированное отношение к земледельческому труду и к деятельности в других сферах общественного производства имело в своей основе *теологические корни*. Возделывание земли рассматривалось как **Божье дело**, между тем как занятие ремеслом было **делом людей**, а потому считалось, что не во власти человека что-нибудь создать.

Вместе с тем фетишизация земли и приложенного к ней труда имела у физиократов и *исторические основания*. В середине XVIII в. Франция оставалась феодальной, аграрной страной, в то время как Англия переживала эпоху промышленного переворота и индустриального развития, что в немалой степени способствовало появлению экономической теории А. Смита и Д. Рикардо, в которой доказывалось, что богатство создается **любым трудом**, а не только земледельческим. В работах английских классиков, а также Ж. Б. Сэя труд работников в любой сфере — сначала в промышленности, потом в торговле, наконец, в свободной профессиональной деятельности — был признан производительным.

Вместе с тем следует отметить, что выделение земли как особого фактора производства является научной заслугой физиократов. "Если разница между земледелием и индустрией, которую думали констатировать физиократы, в значительной степени и воображаемая, — пишут Ш. Жид и Ш. Рист, — то все-таки верно, что земледелие имеет ту особенность, что оно одно приводит в действие силы растительной и животной жизни; **эта таинственная сила... поистине обладает особенностями, в силу которых земледелие отличается от индустрии**; иногда благодаря ей земледелие бывает ниже индустрии, потому что продукт его ограничивается требованиями времени и пространства, но часто оно выше ее, потому что ему одному присуще свойство производить средства пропитания, которыми живы люди"[1].

В чем же заключаются **особенности земли как фактора производства?**

Во-первых, земля в отличие от других факторов производства имеет *неограниченный срок службы* и *невоспроизводима по желанию*.

Во-вторых, по своему происхождению она *природный фактор*, а не продукт человеческого труда.

В-третьих, земля не поддается перемещению, свободному переводу из одной отрасли производства в другую, с одного предприятия на другое, т. е. она *недвижима*.

В-четвертых, земля, используемая в сельском хозяйстве, при рациональной эксплуатации не только не изнашивается, но и *повышает свою производительность*.

---

[1] *Жид Ш., Рист Ш.* История экономических учений. С. 28.

Из этого можно сделать важный вывод: **тот, кто владеет землей или использует ее, получает определенные преимущества**. В связи с этим по поводу землевладения и землепользования возникают особые экономические отношения, порождающие особый доход и особую его экономическую форму — ***земельную ренту***.

14.2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА РЕНТЫ И УСЛОВИЯ ЕЕ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

Основы теории ренты были разработаны английскими классиками А. Смитом и Д. Рикардо в конце XVIII — начале XIX в. Выделение этой категории означало признание объективных экономических законов в такой сфере деятельности, как земледелие, и распространение их на собственников земли.

Следует отметить, что в современной экономической теории понятие ренты не сохранило своего первоначального значения. Например, у Д. Рикардо, разъяснившего наиболее точно законы ренты, она определяется как особый вид дохода, поступающий собственнику земли при распределении общественного продукта.

У современных экономистов, особенно у последователей субъективной школы, понятие ренты шире: ею обозначают любой *дифференцированный доход вообще*, особенно когда этот доход порождается невоспроизводимым по желанию фактором (например, владелец хорошего голоса не может передать его другому; великий художник не может быть заменен никем другим и т. п.). Обладатели таких факторов получают ренту.

Следовательно, **в неоклассической теории рентой является доход, получаемый любым собственником благ, естественно или искусственно ограниченных по сравнению со спросом**. Для выражения этого явления используется и более общая категория — ***экономическая рента***. Вместе с тем и неоклассическая теория рассматривает рентные доходы прежде всего как доходы по поводу землевладения и землепользования. ***Рента,*** следовательно, ***есть форма, в которой земельная собственность реализуется экономически, т. е. приносит доход.***

В чем же состоят различия *в сущности* земельной ренты в трактовке классиков и неоклассиков? Для ответа на этот вопрос выделим основные положения теории ренты Д. Рикардо, которая занимает центральное место в его научном наследии, а также К. Маркса, развившего некоторые положения своего предшественника.

У Д. Рикардо и К. Маркса рента выражает отношения между тремя экономическими субъектами: *земельным собственником, фермером* и *наемным сельскохозяйственным работником*. (Иногда собственник земли

и фермер выступают в одном лице, но типичными являются три фигуры.) Фермер-предприниматель, как и любой другой предприниматель, организует производство с целью получения прибыли, но, арендуя землю у собственника земли, он не может присвоить полученную прибыль полностью. Часть ее фермер должен отдать землевладельцу в виде платы за пользование землей. Эта часть и принимает экономическую форму ренты. (Слово "рента" в переводе с французского *rente* означает "отданная".)

Что является источником этой прибыли? У физиократов и в какой-то мере у А. Смита эта прибыль является продуктом земли, "даром природы". Д. Рикардо опроверг такой подход и показал, что земля не создает ренту. Доказательством того, что плодородие земли, по крайней мере само по себе, никогда не может производить ренту, служат, по его мнению, новые страны или колонии. Если в них земель больше, чем требуется для нужд населения, они не дают никакой ренты даже тогда, когда отличаются высоким плодородием. "Кто подумает покупать право на обработку земли, когда столько земель свободных и, следовательно, готовых к услугам кого угодно?" Так когда же появляется рента? Только тогда, когда "рост населения вынуждает разрабатывать земли низшего качества или хуже расположенные". Вот *узловой момент* теории Рикардо: **рента основана на редкости хороших земель и необходимости прибегать к использованию относительно худших земель**.

Однако возникает вопрос: как этот чисто отрицательный факт — недостаток плодородной земли — может произвести доход? Ведь редкость хороших земель скорее служит *естественной предпосылкой* появления ренты, чем ее источником.

Рикардо показал, что таким источником являются *дополнительные затраты труда* при эксплуатации худших земель, на основе которых формируются рыночные цены земледельческих продуктов. Так что создает ренту не земля, а *труд*, необходимый для производства продуктов на землях наихудшей категории из всех вовлеченных в хозяйственный оборот. Но почему цены формируются в соответствии с издержками производства на худших участках? Ответ прост: никто бы не стал обрабатывать худшие участки, если бы не было условий для возмещения произведенных на них затрат. Значит, те, кто эксплуатирует лучшие земли, несут меньшие издержки и в результате имеют после реализации продукции некий излишек, называемый *дифференциальным (разностным) доходом*. Этот доход при передаче его собственнику земли и принимает форму **дифференциальной ренты**.

Таким образом, невоспроизводимость (ограниченность) лучших земель и их неперемещаемость объективно формируют особый тип монополии в обществе — *монополию на землю как объект хозяйства*. Этой монополией обладают те, кто ведет хозяйство на лучших землях. Существование этой монополии и является *причиной* дифференциального дохода, дос-

тающегося землепользователю и превращающегося в дифференциальную ренту при *условии* его передачи землевладельцу.

Это дало основание не только Д. Рикардо, но и К. Марксу, который тоже глубоко изучал ренту, сказать, что "рента обязана своим происхождением обществу, а не природе".

А как насчет землепользователей худших участков? Теория Д. Рикардо утверждает, что эта категория земель не дает дифференциального дохода, а следовательно, и ренты, потому что она возмещает только расходы по их обработке. Из каких же доходов тогда землепользователи этих участков платят за аренду владельцам земли? Теория Д. Рикардо не дает ответа на этот вопрос. Эта проблема была разработана К. Марксом в теории *абсолютной ренты*.

АБСОЛЮТНАЯ РЕНТА — это та часть дохода предпринимателя-землепользователя, которую он отдает в виде арендной платы собственнику земли. Следовательно, и худшие земли должны приносить определенный доход тем, кто их эксплуатирует. Каков его источник?

Дело в том, что предприниматель, вкладывая свой капитал в земледелие (в добычу природных ископаемых, лесоразработки и т. д.), рассчитывает получить на него *среднюю прибыль*, т. е. такую же, как и всякий другой предприниматель в любой отрасли. Не будь такой возможности, он не стал бы вкладывать свой капитал в землю, а поместил бы его в какую-нибудь иную сферу. Следовательно, *общая прибыль* предпринимателя-землепользователя должна быть *выше* прибыли предпринимателей, занятых в других видах деятельности. В противном случае ему неоткуда брать средства на арендную плату. Откуда берется этот излишек?

К. Маркс объясняет его с помощью такого понятия, как *органическое строение капитала*. **Органическое строение капитала — это соотношение стоимости средств производства и рабочей силы, выраженное отношением**

$$\frac{C \text{ (постоянный капитал)}}{V \text{ (переменный капитал)}}.$$

В сельском хозяйстве, полагал К. Маркс, по причине его относительной отсталости от промышленности органическое строение капитала ниже, чем в индустрии. А это значит, что в нем доля переменного (вложенного в рабочую силу) капитала выше. Но поскольку, согласно концепции К. Маркса, в создании прибыли участвует лишь труд наемных работников, постольку прибыль, созданная в сельском хозяйстве, выше средней прибыли. Этот избыток и является *источником* абсолютной ренты. Поэтому предпринимателю-землепользователю достается *средняя прибыль*, собственнику земли — *абсолютная рента*, а наемному работнику — *заработная плата*.

Таким образом, абсолютная рента, так же как и дифференциальная, связана не с природой земли, а с особыми отношениями собственности, т. е. с фактом существования *монополии на землю как на объект частной собственности*. Абсолютная рента исчезает, если предприниматель становится собственником земли. Однако в отличие от дифференциальной ренты абсолютная рента уплачивается *со всех* арендуемых земель — и лучших, и худших.

Очевидно, что теория абсолютной ренты К. Маркса в том виде, как он ее обосновал, опирается на идеологическую концепцию о том, что прибыль является продуктом труда, а не предпринимательских усилий. Поэтому эта теория, как правило, не рассматривается в современных учебниках экономики, так как считается научно несостоятельной.

Неоклассическая трактовка земельной ренты. За основу объяснения происхождения земельной ренты неоклассики взяли анализ спроса и предложения. Уникальность земли как фактора производства — в ее ограниченности, недвижимости, неперемещаемости. ***Предложение земли*** является *абсолютно неэластичным по цене*, т. е. даже в условиях значительного роста цен предложение земли остается фиксированным. Графически (рис. 14-1) это означает, что кривая предложения земли (S_L) представляет собой линию, параллельную оси ординат:

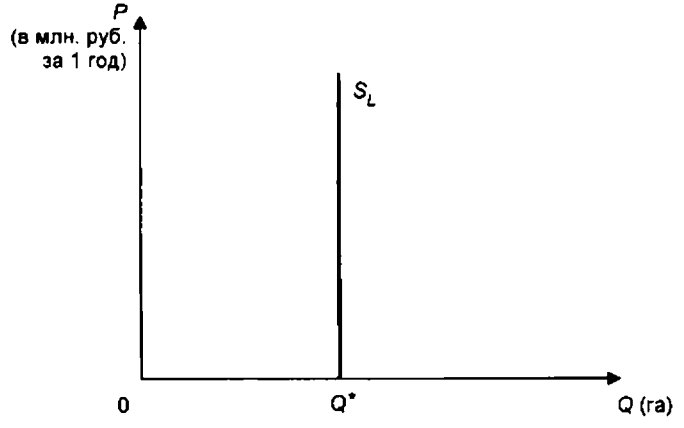


Рис. 14-1. График предложения земли

Фиксированное предложение земли означает, что цены на землю определяются спросом на нее. Как же формируется **спрос на землю**?

Прежде всего следует отметить одну важную особенность: земля используется как в сельскохозяйственных, так и в несельскохозяйственных целях, что обусловливает существование двух видов спроса на землю:

$D_{сх}$ — сельскохозяйственный спрос, $D_{нсх}$ — несельскохозяйственный спрос. Совокупный спрос на землю D_L представляет собой сумму двух указанных видов спроса:

$$D_L = D_{сх} + D_{нсх}.$$

На графике (рис. 14-2) кривые сельскохозяйственного и несельскохозяйственного спроса на землю имеют отрицательный наклон вследствие действия *закона убывающей производительности земли*, но различную эластичность: кривая несельскохозяйственного спроса более эластична, поскольку даже незначительное снижение цены вызывает заметный рост спроса на землю (для жилищного строительства, офисов и т. п.).

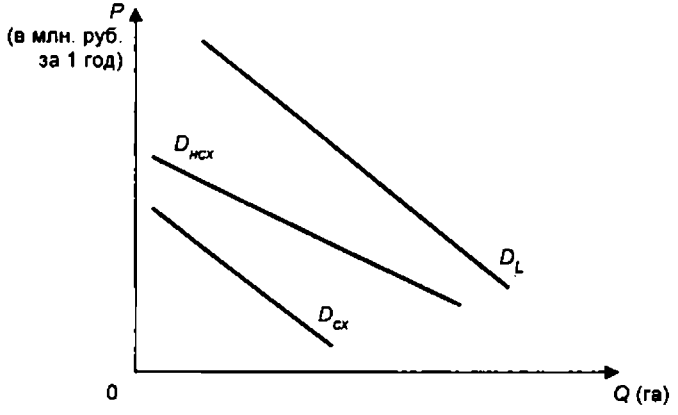


Рис. 14-2. График спроса на землю

Сельскохозяйственный спрос на землю является *производным* от спроса на продовольствие. Он зависит от плодородия почвы, а также от местоположения сельскохозяйственных участков — степени удаленности от центров потребления продовольствия и сырья.

Спрос на продовольствие неэластичен: люди не могут жить без пищи, поэтому спрос на основные продукты питания мало изменяется даже при значительном изменении цен. Это значит, что в результате увеличения предложения продовольствия вероятнее всего снижение цен на него и, наоборот, даже незначительное сокращение объема предложения может вызвать рост цен на продовольствие.

Немаловажным фактором, оказывающим влияние на сельскохозяйственный спрос на землю, является постепенное сокращение доли продовольствия в бюджете потребителя. По мере повышения доходов все бóльшая часть их расходов приходится на непродовольственные блага (жилье, автомобили, путешествия и т. д.). Это выражается в том, что доля сельского хозяйства в национальном доходе сокращается. Поэтому, как

подчеркивает Р. Нуреев, "если численность населения, занятого в аграрной сфере, не будет уменьшаться теми же темпами, что и расходы на сельскохозяйственную продукцию, то доходы этой части населения будут неуклонно подниматься. Естественно, это в конечном счете отражается и на сельскохозяйственном спросе на землю, и на ее предложении"[1].

Что касается **несельскохозяйственного спроса на землю**, то он имеет устойчивую тенденцию к росту. Существует несколько видов несельскохозяйственного спроса на землю: для строительства жилья, объектов инфраструктуры, промышленный спрос и даже инфляционный спрос. При высоких темпах инфляции страхование от обесценивания денег обусловливает рост спроса на недвижимость, в том числе и на землю.

Таковы основные особенности предложения и спроса на землю.

Теперь мы можем построить модель взаимодействия спроса и предложения земли (рис. 14-3). Точка пересечения кривой спроса D_L с кривой предложения S_L соответствует равновесию на рынке земли, т. е. земельной ренте R, которую получает собственник земли.

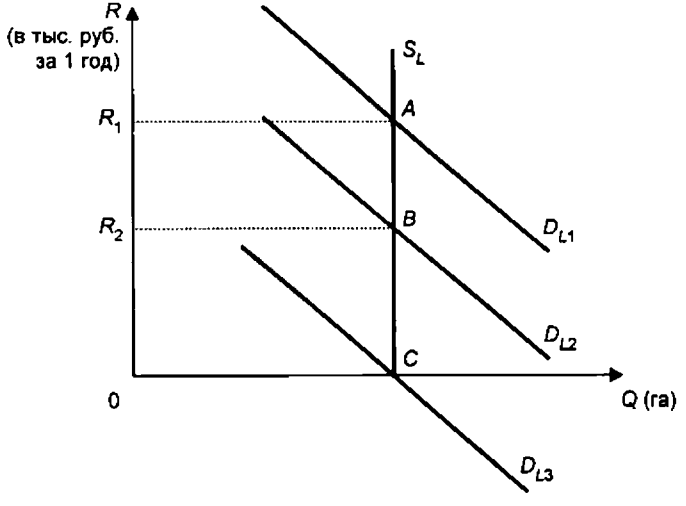


Рис. 14-3. Равновесие на рынке земли: изменения земельной ренты

При спросе на землю D_{L1} рента соответствует площади прямоугольника OR_1AC, при спросе D_{L2} — площади OR_2AC, при D_{L3} рента равна нулю.

Предложенная модель может быть использована прежде всего для иллюстрации размеров дифференциальной ренты. Рента за лучшую землю (R_1) выше, чем за среднюю (R_2), а за среднюю — выше, чем за худшую.

[1] *Нуреев Р.* Рынок капитала и рынок земли // Вопросы экономики. 1996. № 5. С. 136.

Худшая земля, как отмечалось, будет давать ее владельцу лишь абсолютную ренту, в то время как средняя и лучшая обеспечат землевладельцу присвоение наряду с абсолютной и дифференциальной ренты.

Механизм абсолютной ренты может быть представлен на следующем графике (рис. 14-4).

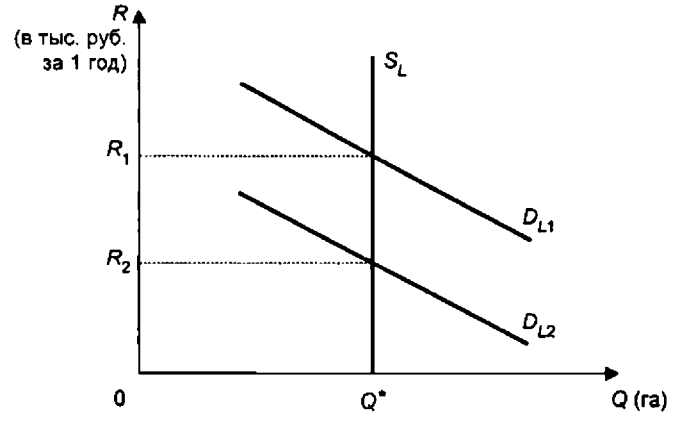


Рис. 14-4. Абсолютная рента

При увеличении спроса на землю (вследствие роста спроса на продовольствие или на жилье) с уровня D_{L1} до уровня D_{L2} абсолютная рента возрастает с R_1 до R_2.

Следовательно, и модель дифференциальной ренты, и модель абсолютной ренты наглядно показывают активную роль спроса. В условиях неэластичного предложения земли рента всецело определяется динамикой и уровнем спроса. А это оказывает прямое влияние на цену земли.

14.3. РЕНТА И ЦЕНА ЗЕМЛИ

Цена земли не тождественна земельной ренте. Если последняя представляет собой *цену услуг земли* как фактора производства, то цена на землю определяется на основе *капитализации ренты*, т. е. представляет собой *дисконтированную стоимость* рентных платежей. Естественно, что, чем выше рента от участка земли, тем выше цена земли.

Допустим, что какой-то участок земли в прошлом году приносил ренту в сумме R_n. Если покупатель желает приобрести этот участок, какую цену он должен уплатить?

Для ответа на этот вопрос необходимо определить альтернативную стоимость полученных за землю денег. Цена земли должна быть равна

сумме денег, положив которую в банк бывший собственник земли получал бы такой же процент на вложенный капитал. Пусть текущая рыночная ставка ссудного процента составляет величину r. Тогда цена земли P_L равна:

$$P_L = \sum \frac{R_n}{(1+r)^n},$$

где $\frac{1}{(1+r)^n}$ — коэффициент дисконтирования.

При этом необходимо учитывать два обстоятельства. Во-первых, поскольку цена земли — это бессрочное вложение капитала, то суммирование начинается с единицы и продолжается до бесконечности. Во-вторых, поскольку $\frac{1}{(1+r)^n}$ становится все меньше с возрастанием n, новое количество, добавляемое к полученной сумме, постепенно приближается к нулю по мере того, как n приближается к бесконечности. Сумма в формуле достигает предела, когда R_n за каждый цикл одинакова. Этот предел равен:

$$P_L = \frac{R}{r},$$

где R — годовая рента;
r — рыночная ставка ссудного процента.

ПРИМЕР. Допустим, что годовая рента, получаемая с 1 га земли, составляет 1000 долл. Если рыночная ставка ссудного процента равна 10%, то максимальная цена, которая будет уплачена за землю, составит:

$$P = \frac{1000}{0{,}1} = 10\,000 \text{ долл.}$$

Таким образом, при данной ставке ссудного процента цены на землю определяются земельной рентой. Сама же земельная рента зависит от двух факторов: во-первых, от различий в плодородии и местоположении и, во-вторых, от спроса на землю. Более плодородные и удобно расположенные земли приносят более высокую ренту; в той же местности, где предложение земли жестко фиксировано, рента целиком зависит от спроса на землю. Только изменения спроса могут изменить ренту.

Основные выводы

1. Термин "земля" используется в экономической теории для обозначения не только земельных угодий, пригодных для выращивания сельскохозяйственных культур, но и таких природных ресурсов, как леса, полезные ископаемые, ресурсы моря и т. д., которые могут быть использованы в процессе производства. Поэтому земля считается отдельным фактором производства.

2. Выделение земли как особого фактора производства является научной заслугой физиократов — французских экономистов середины XVIII в.

3. Особенность земли как фактора производства заключается в том, что она, во-первых, имеет неограниченный срок службы и невоспроизводима по желанию; во-вторых, по своему происхождению она природный фактор, а не продукт человеческого труда; в-третьих, земля не поддается перемещению, свободному переливу из одной отрасли в другую, из одного региона в другой; в-четвертых, земля, используемая в сельском хозяйстве, при рациональной эксплуатации не только не изнашивается, но и повышает свое плодородие.

4. Владельцы или пользователи земли имеют преимущества по сравнению с владельцами других факторов производства, поэтому по поводу землевладения и землепользования возникают особые экономические отношения, порождающие особый доход и особую его экономическую форму — **земельную ренту.**

5. Земельная рента является частным случаем **экономической ренты,** получаемой любым собственником благ, естественно или искусственно ограниченных по сравнению со спросом.

6. Земельная рента порождается редкостью хороших земель и необходимостью использования относительно худших земель.

7. Земельная рента бывает двух видов — дифференциальная и абсолютная. **Дифференциальная рента** является результатом монополии на землю как на объект хозяйства. **Абсолютная рента** имеет в своей основе монополию на землю как на объект частной собственности.

8. Фиксированное предложение земли ведет к тому, что земельная рента определяется спросом на землю. Чем выше рента, тем выше цена земли. Последняя не тождественна земельной ренте. Если земельная рента представляет собой цену услуг земли как фактора производства, то цена на землю определяется на основе капитализации ренты, т. е. представляет собой дисконтированную стоимость рентных платежей.

Вопросы для повторения

1. Почему экономисты считают землю (природные ресурсы) фактором производства?
2. В чем особенности земли как фактора производства? Чем земля отличается от других факторов производства?
3. Экономисты какой школы впервые в истории экономической мысли сделали анализ земли как особого фактора производства?
4. В чем сущность земельной ренты? Чем неоклассическая концепция ренты отличается от концепции земельной ренты экономистов классической школы?
5. Объясните условия и причины возникновения дифференциальной ренты. Что такое абсолютная рента, кто и как объяснил ее происхождение, кто ее присваивает?

6. Каковы экономические функции земельной ренты? Как повлияли бы на экономическое положение:
   а) законодательное ограничение размеров ренты;
   б) полная национализация земельной ренты;
   в) запрещение рентных платежей?
7. Почему предложение земли абсолютно неэластично для любого потенциального покупателя?
8. От каких факторов зависит размер земельной ренты?
9. Что такое цена земли и как определяется ее величина?
10. Выберите правильный ответ.

    А) Цена земли зависит от:
       а) величины ежегодной ренты;
       б) ставки банковского процента;
       в) величины альтернативного дохода покупателя земли;
       г) всех перечисленных условий.

    Б) Земельная рента растет при прочих равных условиях, если:
       а) снижается цена земли;
       б) растет спрос на землю;
       в) сокращается спрос на землю;
       г) предложение земли растет;
       д) все предыдущие ответы неверны.

Задачи, упражнения, тесты

1. Предположим, участок земли продается по цене 300 тыс. руб. Вы считаете, что можете сдавать землю в аренду при ренте 25 тыс. руб. в год. Земля будет приносить этот доход вам и вашим потомкам всегда. Исходя из того, что сегодня ставка ссудного процента равна 10% и вы стремитесь максимизировать доход на ваши 300 тыс. руб., примете ли вы решение о покупке земли?

2. Вам предлагают сдать в аренду участок земли на три года и выбрать один из двух вариантов арендной платы: а) 10 тыс. руб. в конце каждого года; б) 35 тыс. руб. в конце трехлетнего периода. Какой из вариантов вы предпочтете, если банк предлагает 20% годовых по вкладам?

3. Функция объема производства картофеля с используемых площадей описывается уравнением $Q(x) = 100x - 1{,}5x^2$, где Q — количество картофеля с гектара в год (в тоннах); x — количество земли в гектарах. Цена тонны картофеля — 1500 руб. Каков максимальный размер ренты, которую может уплатить фермер за пользование землей, если посевная площадь участка составляет 25 гектаров? Если ставка процента равна 10% годовых, какова будет цена гектара земли?

4. Если арендная плата за землю составляет 7500 руб., а ставка процента 5% годовых, при какой цене участка земли его покупка будет выгодна для фермера:

   а) не более 200 тыс. руб.
   б) не более 500 тыс. руб.
   в) не более 150 тыс. руб.
   г) не более 750 тыс. руб.

Рекомендуемая литература

Долан Э. Дж., Линдсей Д. Е. Микроэкономика. Гл. 11. М., 1994.

Жид Ш., Рист Ш. История экономических учений. Гл. 1. § 1, 2; гл. 2. § 1. М., 1995.

Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. Гл. 18.

Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: В 2 т. Гл. 15. М., 1993.

Сборник задач по экономике / Отв. ред. Ю. Е. Власьевич. Тема 9. М., 1996.

ГЛАВА 15

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА. ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Ключевые понятия

Инвестор	*Предпринимательство*
Капиталист	*государственное*
Коммерсант	*коллективное*
Купец	*частное*
Неопределенность	*Прибыль*
Организация	*бухгалтерская*
Предприниматель	*нормальная*
Предпринимательский	*экономическая*
доход	*Риск*

15.1 СУЩНОСТЬ И ФУНКЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В гл. 9 отмечалось, что предпринимательство представляет собой разновидность трудовых усилий по организации и управлению производством с целью достижения фирмой наилучших результатов. Предпринимательство — неотъемлемый атрибут рыночного хозяйства, главной отличительной чертой которого является свободная конкуренция. Хотя история предпринимательства уходит в глубь веков, современное его

понимание сложилось в период становления и развития капитализма, при котором свободное предпринимательство служит основой и источником процветания.

В докапиталистическую эпоху место предпринимателя в обществе и отношение к нему граждан были неоднозначными. В античные времена и в эпоху господства христианской церковной идеологии деятельность торговца, купца, вообще делового человека признавалась "недостойной", "мерзкой" и "греховной". Аристотель считал более достойным образ жизни философа, нежели деятельность торговца, которому недостает внутреннего покоя. Фома Аквинский утверждал, что профессия купца несет в себе печать морально-этической неполноценности. А в известном в свое время учебнике канонического права "Гратинз" (XII в.) говорилось: "Купец лишь в малой степени угоден Богу или вовсе противен Ему"[1].

Негативное отношение к предпринимателю усугубили также Ветхий завет и учение Иисуса Христа о богатстве. Однако при оценке этих утверждений надо иметь в виду, что под богатством в Библии понималось бесплодное расточительство. Такой взгляд не соответствует современному пониманию богатства как результата творческого вклада в рост благосостояния на базе предпринимательской инициативы. Обогащение одних за счет обнищания других, осужденное в Священном писании, встречается сегодня не столько в странах с развитой рыночной экономикой, сколько в некоторых развивающихся странах, а отчасти и в России. Этому есть несколько причин.

Что касается России, то немалая часть нынешнего поколения российских "деловых людей" формируется по так называемому остаточному принципу. Это люди, не способные к реализации своего интеллектуального потенциала, к конструктивной, созидательной деятельности и вследствие этого выброшенные обществом на периферию духовно-культурной жизни. Их объединяют нравственный нигилизм, полная неспособность к духовному развитию, монетаристская психология и как следствие — паразитический способ существования под флагом предпринимательской деятельности. Поэтому вполне закономерно, что "рост благосостояния современного российского бизнесмена вершится на фоне общего спада производства, обнищания населения, инфляции и развала экономики страны в целом"[2].

Враждебное отношение многих средневековых философов и богословов к предпринимательству было обусловлено тем, что в тот период господствующей формой производства оставалось натуральное хозяйство и предпринимательским функциям пока еще отводилась малозаметная роль. Кроме того, спокойная жизнь и деятельность старательного земледельца

---

[1] *Петер Х. Верхан.* Предприниматель. Минск, 1992. С. 9.

[2] *Кортунов В.* Тип денежного человека // Независимая газета. 1996. 5 дек.

считались идеалом человеческого существования, в то время как образ жизни предпринимателя, связанный с постоянным поиском, ломкой устоявшихся привычек, был прямой противоположностью крестьянскому консерватизму. Характерно, что даже основоположники классической политэкономии не видели особого смысла в существовании предпринимателя, так как, по их мнению, экономические процессы осуществляются сами по себе, по принципу "невидимой руки". По их схеме предприниматель может выступать либо в качестве *собственника* (А. Смит), либо в роли *инвестора* (Д. Рикардо). Иных функций за предпринимателем они не признавали.

Взгляды классиков явились одним из исходных положений марксистской концепции предпринимательства. К. Маркс видел в предпринимателе лишь *капиталиста*, который вкладывает свой капитал в собственное предприятие и на разнице между стоимостью созданной наемными работниками продукции и выплаченной им заработной платой получает прибыль. Это, по мнению К. Маркса, является свидетельством *эксплуататорской сущности* предпринимательства, его социального паразитизма, и поэтому оно должно быть ликвидировано наряду с другими устоями капиталистической системы хозяйства.

Лишь много позже, на рубеже XIX и XX вв., экономисты признали решающее значение предпринимательства для экономического прогресса. А. Маршалл добавил к трем классическим факторам производства — *труду*, *земле*, *капиталу* — четвертый — *организацию*. А Й. Шумпетер в книге "Теория экономического развития" (1912 г.) дал этому фактору современное его название — *предпринимательство*.

Подробную характеристику предпринимательства можно встретить в работах немецкого экономиста В. Зомбарта. Предприниматель, по Зомбарту, — это *завоеватель* (ему свойственны готовность к риску, духовная свобода, богатство идей, воля и настойчивость), *организатор* (умение соединять многих людей для совместной работы) и *торговец* (умение убеждать людей купить свои товары, пробуждать их интерес, завоевывать доверие). Описывая цели предпринимателя, Зомбарт главной среди них считает стремление к процветанию и росту своего дела, а производной — рост прибыли, поскольку без него невозможно процветание.

Однако наибольший вклад в разработку теории предпринимательства, исследование его природы и функций внес именно Й. Шумпетер. Он называл предпринимателем такого организатора производства, который прокладывает новые пути, осуществляет новые комбинации: "Быть предпринимателем — значит делать не то, что делают другие... и не так, как делают другие". К функциям предпринимателя Й. Шумпетер относит:

1) создание нового, еще незнакомого потребителю материального блага или прежнего блага, но с новыми качествами;
2) введение нового, еще не применявшегося в данной отрасли промышленности способа производства;

3) завоевание нового рынка сбыта или более широкое использование прежнего;
4) использование нового вида сырья или полуфабрикатов;
5) введение новой организации дела, например монополии, или, наоборот, преодоление ее[1].

Борясь с ругиной, осуществляя реализацию нововведений и тем самым обеспечивая экономический рост, предприниматель становится, по словам Й. Шумпетера, "созидающим разрушителем". Разработанная Й. Шумпетером идея *творческого предпринимателя* является самым известным и точным определением сути предпринимательства.

Эта характеристика, конечно, не является исчерпывающей. Впоследствии Г. Брифс открыл еще одну важную функцию предпринимателя — контроль за ценами и издержками, а также за рациональным их соотношением. Р. Коуз также выделял этот аспект деятельности предпринимателя. В упоминавшейся ранее статье "Природа фирмы" он подчеркивает, что предприниматель — это лицо, которое в конкурентной системе направляет производство, реализуя тем самым роль механизма цен[2].

В книге Б. Карлофа "Деловая стратегия" приведены основные вехи развития предпринимательства и менеджмента с 5000 г. до нашей эры, когда шумеры изобрели клинопись, открыв тем самым возможность регистрации событий, и вплоть до 50-х годов нашего века, когда психология и наука о поведении человека заняли в бизнесе особое место[3].

Таблица 14-1

Основные этапы развития предпринимательства и менеджмента

Годы	Индивидуум или этническая группа	Основной вклад в развитие менеджмента
1	2	3
5000 до н. э.	Шумеры (*Sumerians*)	Письменность; регистрация фактов
4000	Египтяне (*Egyptians*)	Признание необходимости планирования, организации и контроля
2700	Египтяне (*Egyptians*)	Признание необходимости "честной игры"; доверительные беседы "облегчи свою душу"
2600	Египтяне (*Egyptians*)	Децентрализация в организации управления

[1] *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. С. 169–170.
[2] Теория фирмы / Под общ. ред. В. М. Гальперина. С. 14.
[3] *Карлоф Б.* Деловая стратегия. С. 31–37.

Продолжение табл. 14-1

1	2	3
2000	Египтяне (*Egyptians*)	Признание необходимости письменных запросов; использование рекомендаций "штаба"
1800	Хаммурапи (*Hammurabi*)	Использование свидетелей и письменных документов для контроля; установление минимальной заработной платы; признание недопустимости перекладывания ответственности
1600	Египтяне (*Egyptians*)	Централизация в организации управления
1491	Евреи (*Hebrews*)	Концепции организации, скалярный принцип, принцип исключения
1100	Китайцы (*Chinese*)	Признание необходимости организации, планирования, руководства и контроля
600	Навуходоносор (*Nebuchadnezzar*)	Контроль за производством и стимулирование через заработную плату
500	Менциус (*Mencius*)	Признание необходимости систем и стандартов
500	Китайцы (*Chinese*)	Признание принципа специализации
500	Сунь-Цзы (*Sun Tzu*)	Признание необходимости планирования, руководства и организации
400	Сократ (*Socrates*)	Формулировка принципа универсальности менеджмента
400	Ксенофонт (*Xenophon*)	Признание менеджмента как особого вида искусства
400	Кир (*Cyrus*)	Признание необходимости контактов между людьми, проведения исследований мотивации, составления планов и обработки материалов
350	Греки (*Greeks*)	Использование научных методов; изучение методов труда и рабочего ритма
350	Платон (*Plato*)	Формулировка принципа специализации
325	Александр Великий (*Alexander the Great*)	Создание "штаба"
175	Като (*Cato*)	Использование описаний работ
50	Варрон (*Varro*)	Использование рабочих спецификаций

Продолжение табл. 14-1

1	2	3
20 н. э.	Иисус Христос (*Jesus Christ*)	Единоначалие. Золотое правило. Человеческие отношения
284	Диоклетиан (*Diocletian*)	Делегирование полномочий
900	Аль-Фараби (*Alfarabi*)	Требования к руководителю
1100	Газали (*Ghazali*)	Требования к менеджеру
1340	Л. Пачоли (Генуэзец) (*L. Paccoli (Genoese)*)	Двойная бухгалтерия
1395	Франсиско Ди Марко (*Francisko Di Marco*)	Учет издержек производства
1410	Братья Сорансо (*Soranzo Brothers*)	Использование журнала доходов и гроссбухов
1418	Барбариго (*Barbarigo*)	Формы предпринимательской организации; обработка статистических отчетов
1436	Арсенал Венеции Венецианцы (*Arsenal of Venece Venetians*)	Учет издержек производства; чеки и балансы для контроля; присвоение номеров при инвентаризации; использование метода конвейера, управления кадрами; стандартизация и взаимозаменяемость деталей; контроль товарных запасов; контроль себестоимости
1500	Томас Мор (*Sir Thomas More*)	Призыв к усилению специализации; анализ недостатков плохого менеджмента и руководства
1525	Никколо Макиавелли (*Niccolo Machiavelli*)	Признание принципа массового согласия; признание необходимости ориентации на цель в организации; определение качества руководителя
1767	Джеймс Стюарт (*Sir James Steuart*)	Истоки теории власти; исследование влияния автоматизации
1776	Адам Смит (*Adam Smith*)	Применение принципа специализации к промышленным рабочим; концепции контроля; расчет оплаты труда
1785	Томас Джефферсон (*Thomas Jefferson*)	Концепция взаимозаменяемости частей
1799	Эли Уитни (*Eli Whitney*)	Научные методы; использование методов исчисления себестоимости; контроль качества; концепция взаимозаменяемости частей; признание интервала менеджмента

Продолжение табл. 14-1

1	2	3
1800	Джеймс Уатт (*James Watt*)	Стандартные операции; спецификации; рабочие методы; планирование; стимулирование с помощью оплаты труда; стандартное время; стандартные данные; рождественские праздники для служащих; рождественские премии; страховое общество служащих; ревизии баланса и отчетности
1800	Маттеус Булгон Сохо, Англия (*Matthew Boulton Soho, England*)	
1810	Роберт Оуэн Нью-Ланарк, Шотландия (*Robert Owen New Lanark, Scotland*)	Использование на практике личного опыта; ответственность за подготовку рабочих; строительство домов с удобствами для рабочих
1820	Джеймс Милль (*James Mill*)	Анализ и взаимодействие человеческой мотивации
1832	Чарльз Баббедж (*Charles Babbege*)	Упор на научный подход; признание особой важности специализации; разделение труда; исследование трудовых движений и затрат времени; влияние различных цветов на эффективность труда; исчисление себестоимости
1835	Маршалл, Логлин и др. (*Marshall, Laughlin et al.*)	Признание и обсуждение относительной важности функций менеджмента
1850	Милль и др. (*Mill et al.*)	Интервал контроля; единоначалие; контроль труда и материалов; специализация и разделение труда; стимулирование через оплату труда
1855	Генри Пур (*Henry Poor*)	Принципы организации, связи и информации применительно к железным дорогам
1856	Даниэль К. Мак-Каллум (*Daniel C. McCallum*)	Использование организационных схем для демонстрации структуры менеджмента. Применение систематического менеджмента на железнодорожном транспорте
1871	В. С. Джевонс (*W. S. Jevons*)	Использовал на практике мотивационные исследования; изучал воздействие различных инструментов на рабочего; исследование усталости
1881	Джозеф Вартон (*Joseph Wharton*)	Создал курс предпринимательского менеджмента для колледжа
1886	Генри К. Меткалф (*Henry C. Metcalfe*)	Искусство менеджмента; наука управления
1886	Генри Р. Таун (*Henry R. Towne*)	Наука менеджмента
1891	Фредерик Халси (*Frederick Halsey*)	Схема премиальной оплаты труда

Продолжение табл. 14-1

1	2	3
1900	Фредерик У. Тейлор (*Frederick W. Taylor*)	Научный менеджмент; системный подход; кадровый менеджмент; необходимость кооперации между трудом и менеджментом; высокая заработная плата; равноправие между трудом и менеджментом; функциональная организация; принцип исключительности применительно к цехам; система оценки себестоимости; методические исследования; исследования рабочего времени; определение научного менеджмента; упор на работу менеджера; упор на исследования, стандарты, планирование, контроль и кооперацию
1900	Франк Б. Гилберт (*Frank B. Gilberth*)	Наука мотивационных исследований
1901	Генри Л. Гантт (*Henry L. Gantt*)	Задания и система поощрения; гуманный подход к труду; схемы Гантта; ответственность менеджеров за подготовку рабочих
1910	Хьюго Мантерберг (*Hugo Munsterberg*)	Использование психологии в менеджменте и работе
	Харрингтон Эмерсон (*Harrington Emerson*)	Эффективный инжиниринг; принципы эффективности
1911	Харлоу С. Персон (*Harlow S. Person*)	Организовал первую научную конференцию по менеджменту в Соединенных Штатах; научное признание менеджмента
1911	Дж. К. Дункан (*J. C. Duncan*)	Первый учебник менеджмента для колледжей
1915	Х. Б. Друри (*H. B. Drury*)	Критика научного менеджмента — утверждение первоначальных идей
1915	Р. Ф. Хокси (*R. F. Hoxie*)	Критика научного менеджмента — утверждение первоначальных идей
1915	Ф. В. Харрис (*F. W. Harris*)	Модель экономичной партии товара
1915	Томас А. Эдисон (*Thomas A. Edison*)	Разработка плана военных маневров в целях обнаружения и уничтожения подводных лодок
1916	Генри Файоль (*Henri Fayol*)	Первая всеобъемлющая теория менеджмента; функции менеджмента; принципы менеджмента; обоснование необходимости преподавания менеджмента в учебных заведениях

Продолжение табл. 14-1

1	2	3
1916	Александр Г. Черч (*Alexander H. Church*)	Функциональная концепция менеджмента; первый американец, рассмотревший весь комплекс концепций менеджмента и связавший их в единое целое
1916	А. К. Эрланг (*A. K. Erlang*)	Предвосхитил теорию очередностей
1917	У. Г. Леффингвелл (*W. H. Leffingwell*)	Применил научный менеджмент в ведомствах
1918	К. К. Парсонс (*C. C. Parsons*)	Признал необходимость использования научного менеджмента в ведомствах
1918	Ордвей Тид (*Ordway Tead*)	Применил психологию в производстве
1919	Моррис Л. Кук (*Morris L. Cooke*)	Различные области использования научного менеджмента
1921	Вальтер Д. Скотт (*Walter D. Scott*)	Привнес психологические знания в рекламное дело и работу с кадрами
1923	Оливер Шелдон (*Oliver Sheldon*)	Развил философию менеджмента; принципы менеджмента
1924	Г. Ф. Додж (*H. F. Dodge*)	Использование статистических выводов и теории вероятностей при проведении инспекций и контроле качества с использованием статистических средств
1924	Г. Г. Ромиг (*H. G. Romig*)	
1924	У. А. Шухарт (*W. A. Shewhart*)	
1925	Рональд А. Фишер (*Ronald A. Fisher*)	Различные современные статистические методы, включая бейесовскую статистику, теорию проб и разработку экспериментов
1927	Элтон Майо (*Elton Mayo*)	Социологическая концепция групповых устремлений
1928	Т. К. Фрай (*T. C. Fry*)	Статистические основы теории обслуживания
1930	Мэри П. Фоллетт (*Mary P. Follett*)	Философия менеджмента, основанная на индивидуальной мотивации. Групповой подход к решению проблем менеджмента
1931	Джеймс Д. Муни (*James D. Moony*)	Признание универсальности принципов организации
1938	Честер Барнард (*Chester Barnard*)	Теория организации; социологические аспекты менеджмента; необходимость коммуникации

Продолжение табл. 14-1

1	2	3
1938	П. М. С. Блэкетт и др. (*P. M. S. Blackett et al.*)	Операционные исследования
1943	Линдэлл Урвик (*Lyndall Urwick*)	Сведение воедино и корреляция принципов менеджмента
1947	Макс Вебер (*Max Weber*) Ренсис Ликерт (*Rensis Likert*) Крис Аргирис (*Chris Argyris*)	Сделали упор на психологию, социальную психологию и исследования человеческих отношений в теории организации; включение широкосистемной теории организации
1949	Норберт Винер (*Norbert Wiener*) Клод Шеннон (*Claude Shannon*)	Сделали упор на системный анализ и теорию информации в менеджменте
1951	Франк Абрамс (*Frank Abrams*) Бенджамин М. Селекман (*Benjamin M. Seleckman*)	Научили менеджеров мыслить в категориях искусства управления
1955	Герберт Саймон (*Herbert Simon*) Гарольд Дж. Левитт (*Harold J. Lewitt*) Роберт Шляйфер (*Robert Schlaifer*)	Придали особое значение поведению человека при принятии решений, которое рассматривалось ими как единый, наблюдаемый и измеряемый процесс; повышенное внимание уделяли философии менеджмента
1960	Дуглас МакГрегор (*Douglas McGregor*)	Доказал, что отношение менеджера к своим подчиненным существенно влияет на их поведение и на рабочий климат в организации. В теории X — утверждение приоритета контролирующего менеджера, в теории Y — принцип распределения ответственности
1965	Игорь Ансофф (*Igor Ansoff*)	Подверг сомнению прежние методы долгосрочного планирования и предложил модель стратегического планирования. Позднее сформулировал этот подход в книге "Стратегический менеджмент"
1967	Фред Фидлер (*Fred Fiedler*)	Продолжил разработку теорий руководства, касающихся ориентации соответственно на задания и отношения

Продолжение табл. 14-1

1	2	3
1967	Джеймс Томпсон (*James Thompson*) Джей Гэлбрейт (*Jay Galbraith*) П. Лоренс (*P. Lawrence*) Дж. Лорше (*J. Lorsche*)	Доказали, что не существует единственного, наилучшего пути организации деятельности и провели дальнейшие исследования ситуационных аспектов создания организации
1969	Карл Вейк (*Karl Weick*)	Исследовал организации как интерпретируемые системы
1975	Вильям Оучи (*William Ouchi*) Оливер Вильямсон (*Oliver Williamson*)	Развитие теории фирмы. Несовершенства рынка — причина существования фирм
1975	Генри Минцберг (*Henry Mintzberg*)	Рассмотрел организационные структуры от машинной бюрократии до "адхоккратии"
1975	Геральд Саланчик (*Gerald Salancik*)	Теории властных структур внутри и между организациями
1976	Розмари Стюарт (*Rosemary Stewart*)	Альтернативы и ограничения действий менеджера в разнообразных ситуациях и различия между отдельными видами управленческих задач
1980	Майкл Портер (*Michael Porter*)	Выдвинул новые идеи конкурентной стратегии, конкурентоспособности, потребительских свойств продукции и ресурсов, выраженных через себестоимость
1982	Джон Коттер (*John Kotter*) Джон Габарро (*John Gabarro*)	Исследование работы высших руководителей. Различные характеристики и их восприятие во времени
1982	Теренс Дил (*Terence Deal*) Алан Кеннеди (*Alan Kennedy*)	Создали концепцию корпоративной культуры как важнейшего фактора, влияющего на поведение организации и корпоративное развитие
1985	Том Петерс (*Tom Peters*)	Отношение к потребителям как к людям, а к персоналу организации как к важному ресурсу развития бизнеса

Таким образом, в современной научной литературе утвердился однозначный взгляд на предпринимательство как на важнейший экономический ресурс, приводящий в движение остальные факторы производства и вносящий тем самым свой вклад в успех экономического развития.

Чтобы получить полное представление о предпринимательстве как факторе производства, остановимся еще на одном аспекте данной проблемы — экономическом содержании предпринимательской деятельности.

15.2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

С точки зрения экономической определенности предпринимательство может быть рассмотрено: как экономическая категория; как метод хозяйствования; как тип экономического мышления.

В характеристике предпринимательства как **экономической категории** центральной проблемой является установление его *субъектов* и *объектов*. Субъектами предпринимательства могут быть прежде всего частные лица (организаторы единоличного, семейного, а также более крупного производства). Деятельность таких предпринимателей осуществляется как на основе собственного труда, так и с привлечением наемного. Предпринимательская деятельность может осуществляться также группой лиц, связанных между собой договорными отношениями и экономическими интересами. Субъектами коллективного предпринимательства выступают акционерные общества, арендные коллективы, кооперативы и т. д. В отдельных случаях к субъектам предпринимательства относят и государство в лице его соответствующих органов. Таким образом, в рыночной экономике **существуют три формы предпринимательской деятельности**: *государственная*, *коллективная*, *частная*, каждая из которых занимает свое место в хозяйственной системе.

Объектом предпринимательства является осуществление наиболее эффективной комбинации факторов производства с целью максимизации дохода. Создание всевозможных новых способов комбинации экономических ресурсов, по мнению Й. Шумпетера, является главной задачей предпринимателя и отличает его от обычного хозяйственника. Предприниматели комбинируют ресурсы с целью изготовления нового, неизвестного потребителям блага; внедрения новых способов производства (технологий) и коммерческого использования уже существующего товара; освоения нового рынка сбыта; освоения новых источников сырья; проведения реорганизации в отрасли для создания своей монополии или подрыва чужой[1].

Для предпринимательства как **метода ведения хозяйства** главными условиями являются *самостоятельность* и *независимость* хозяйствующих субъектов, наличие у них определенных свобод и прав — на выбор

[1] *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. С. 169–170.

вида предпринимательской деятельности, источников финансирования, разработку производственной программы, доступ к ресурсам, сбыт продукции, установление цен на нее, распоряжение прибылью и т. д. Самостоятельность предпринимателя следует понимать в том смысле, что над ним нет руководящего органа, указывающего, что производить, сколько тратить, кому и по какой цене продавать и т. д. Но предприниматель все время находится в зависимости от рынка, динамики спроса и предложения, уровня цен, т. е. от сложившейся системы товарно-денежных отношений.

Вторым условием предпринимательства является *ответственность за принимаемые решения*, их последствия и связанный с этим риск. Риск всегда связан с неопределенностью, непредсказуемостью. Даже самый тщательный расчет и прогноз не могут устранить фактор непредсказуемости, он является постоянным спутником предпринимательской деятельности.

Третий признак предпринимательства — *ориентация на достижение коммерческого успеха*, стремление к увеличению прибыли. Но такая установка не является самодовлеющей в современном бизнесе. Деятельность многих предпринимательских структур выходит за рамки решения чисто экономических задач, они принимают участие в решении социальных проблем общества, жертвуют средства на развитие культуры, образования, здравоохранения, охрану окружающей среды и т. д.

Предпринимательство как **особый тип экономического мышления** характеризуется совокупностью оригинальных взглядов и подходов к принятию решений, которые реализуются в практической деятельности. Центральную роль здесь играет личность предпринимателя. Предпринимательство — это не род занятий, а склад ума и свойство натуры. Быть предпринимателем — значит делать не то, что делают другие, считал Й. Шумпетер. "Нужно обладать особым воображением, даром предвидения, постоянно противостоять давлению рутины. Нужно быть способным найти новое и использовать его возможности. Нужно уметь рисковать, преодолевать страх и действовать не в зависимости от происходящих процессов — самому эти процессы определять"[1].

Предпринимателем в его деятельности движет воля к победе, желание борьбы, особый творческий характер его труда.

Что касается интеллекта предпринимателя, то он, по мнению Й. Шумпетера, сильно ограничен и избирателен: он направлен на весьма узкий круг явлений, которые предприниматель изучает досконально. Ограниченность кругозора не позволяет предпринимателю сравнивать много различных вариантов достижения своей цели и предаваться долгим колебаниям.

---

[1] *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. С. 199.

В отечественной литературе предпринимательство также рассматривается через призму хозяйственного искусства, экономического и организационного творчества, свободного проявления инициативы, новаторства, готовности к риску и т. д. ради получения прибыли. И это вполне естественно: ведь управление есть своего рода "искусство возможного", тем более что речь идет об управлении и организации производства в условиях возрождения рыночного, конкурентного хозяйства, где индивидуальные склонности, навыки, смекалка играют не последнюю роль.

15.3. ПРИБЫЛЬ — ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ УСЛУГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Под прибылью понимается разница между доходами, полученными предприятием от продажи товаров, и расходами, произведенными им в процессе производственной и сбытовой деятельности. Таким образом, в отличие от заработной платы, процента и ренты прибыль не является своеобразной равновесной ценой, установленной в договорном порядке, а выступает в качестве *остаточного дохода*. Такой взгляд утвердился в науке не сразу. Прибыль долгое время не отличали от зарплаты и от процента на капитал. Впервые различие между прибылью и зарплатой провел Д. Рикардо, а независимость прибыли от процента на капитал обосновал Ж. Б. Сэй. **Современные экономисты трактуют прибыль как вознаграждение за выполнение функции предпринимателя, т. е. как доход от фактора предпринимательства**. Раскроем природу этого вида дохода. Прибыль как разница между объемом продаж и издержками имеет две формы: бухгалтерскую и экономическую. **Бухгалтерская прибыль** рассчитывается путем вычета из полученного дохода так называемых *внешних*, или *бухгалтерских, издержек* (т. е. денежных расходов фирмы на сырье, материалы, зарплату, оборудование и т. д.). Фирма выплачивает эти деньги внешним поставщикам, покупая необходимые ей ресурсы на рынке.

Однако кроме бухгалтерских, явных издержек существуют и неявные, скрытые издержки, которые также должны учитываться фирмой при оценке экономических результатов ее деятельности, — это платежи за ресурсы, которыми владеет или использует фирма. Они получили название, как ранее уже говорилось, *альтернативных издержек*, т. е. издержек упущенных возможностей: фирма может использовать в производственном процессе свое помещение и оборудование, свой денежный капитал, свой земельный участок и т. п. Хотя она не оплачивает эти издержки, фактически они существуют, так как при *альтернативном использовании* эти ресурсы могли бы принести ей определенный доход. Поэтому эти скрытые издержки

также необходимо вычесть из общего дохода при определении прибыли фирмы. В этом случае мы получим **экономическую (чистую) прибыль**.

Всегда ли фирма получает экономическую прибыль? Ответ должен быть отрицательным, и не только потому, что издержки могут количественно превышать доход или равняться ему. Дело в другом. В условиях свободной конкуренции переливы капитала из отрасли в отрасль в поисках более высокого дохода приводят к выравниванию альтернативной стоимости различных вариантов капиталовложений. В этом случае полные издержки фирмы совпадают с полной выручкой и экономическая прибыль исчезает. Согласно знаменитой формуле Л. Вальраса, "при режиме свободной конкуренции нормальная ставка прибыли равна нулю".

Значит ли это, что предприниматель, организовавший дело, не получит никакого дохода? Разумеется, нет, поскольку в полные издержки входит и альтернативная стоимость услуг предпринимателя, которая и является платой за его труд по организации и ведению дела. В экономической теории она получила название **нормальной прибыли**. Размер этой прибыли определяется доходом, который предприниматель мог бы получать, работая по найму. Это *нижняя граница* дохода предпринимателя, так как при доходе ниже этого предела предприниматель будет заинтересован отказаться от своей деятельности и принять более выгодное для него предложение о работе по найму.

Таким образом, в условиях совершенной конкуренции, т. е. в статичной экономической системе, функционирующей по замкнутому кругу, нет места экономической прибыли: предприниматель не получает прибыли и не терпит убытков; его доход — плата за управление.

Но вознаграждение предпринимательства происходит не только из нормальной прибыли, которая входит в экономические издержки, но и из возможного *излишка дохода*, превышающего явные и неявные издержки, т. е. из экономической прибыли. Как же возникает этот излишек, откуда берется экономическая прибыль в конкурентной системе, если все факторы производства — труд, капитал, земля, предпринимательство — компенсируются?

Дело в том, что в реальной действительности, как отмечалось ранее, рынки отличаются некоторым несовершенством конкуренции: всегда ощущается нехватка информации, имеется дифференциация однородной продукции, выпуск новых, неизвестных ранее изделий, концентрация производства в руках немногих фирм, позволяющая осуществлять контроль над объемами продаж и ценами, тайный сговор производителей и т. д. Одним словом, экономика находится в состоянии непрерывного развития, динамических преобразований, что придает ей известную **неопределенность** и обусловливает бóльшую или меньшую степень **монополизации**.

В решающей мере такое состояние экономической системы обусловлено действиями предпринимателей, ищущих свое место на рынке и использующих его в своих интересах. Это ведет к нарушению сложившегося

рыночного равновесия, и на какой-то период одни предприниматели оказываются в более выгодном положении, чем другие, их конкуренты, и стремятся реализовать эту выгоду с пользой для себя. Но эта выгода далеко не явная, не очевидная. Предприниматель всегда идет на риск, когда решает начать какое-то новое дело, осуществить какие-то инновации, купить какие-либо ценные бумаги, поставить на неизвестный рынок свою продукцию и т. д. Это и порождает состояние неопределенности, в котором приходится искать правильные решения, просчитывать множество вариантов и... *рисковать*. Естественно, в такой ситуации прибыль не гарантируется, но стремление к ее получению заставляет предпринимателя просчитывать возможные варианты с максимальной точностью и в конечном счете добиваться своего. "Без развития нет прибыли; без прибыли нет развития. Прибыль является вознаграждением за нововведения" (*Й. Шумпетер*).

Таким образом, если предпринимательство выступает как фактор, нарушающий равновесие рынка, смещающий кривые спроса и предложения в иное положение под воздействием инноваций, то **прибыль не может выступать как равновесная цена**.

Получение наиболее активными, удачливыми предпринимателями прибыли как избыточного дохода, с одной стороны, не может происходить долго, так как рядом с новаторами неизменно появляются имитаторы, которые присваивают их прибыли и тем самым выравнивают условия хозяйствования. Но с другой стороны, причины, порождающие прибыль, постоянно воспроизводятся: у новаторов нет иного пути, чтобы продолжать получать прибыль, кроме беспрерывных нововведений. "Прибыль рождается из новшеств и является вознаграждением, которое побуждает предпринимателя к постоянным нововведениям" (*Р. Барр*). Это значит, что стремление к получению прибыли является мощным фактором экономического прогресса, так как нововведения стимулируют инвестиции, рост производства, занятости, а в конечном счете и повышенные благосостояния.

Вместе с тем предпринимательство связано не только с получением прибыли, но и с возможными убытками. Последние являются такой же реальностью в рыночной экономике, как и прибыли. Поэтому угроза убытков и банкротства служит таким же мощным стимулом эффективного хозяйствования, как и получение прибыли.

Основные выводы

1. Предпринимательство представляет собой особую форму ведения хозяйства, которая опирается на самостоятельную инициативу индивида, творческий подход к делу, ответственность за результаты и последствия своей деятельности. Предприниматель как центральная фигура предпринимательской деятельности соединяет в рамках фирмы труд, капитал и природ-

ные ресурсы с целью производства необходимых потребителям товаров и услуг и получения прибыли. В этом своем качестве предпринимательство выступает как важнейший *экономический ресурс*, приводящий в движение остальные факторы производства и вносящий тем самым свой вклад в успех экономического развития.

2. В экономической теории понятие "предприниматель" появилось в XVIII в. и долгое время ассоциировалось с понятиями "собственник" и "капиталист". В дальнейшем в научных исследованиях и в практике хозяйственной деятельности утверждается мысль о том, что между предпринимателем и собственником нет жесткой связи, что предпринимательство в своей основе не является функцией только собственника, в нем могут участвовать лица, непосредственно не являющиеся субъектами права собственности. Предприниматель — это такой организатор производства, который прокладывает новые пути, осуществляет новые комбинации экономических ресурсов, создает новые, еще не знакомые потребителю материальные блага, завоевывает новые рынки сбыта, ищет новые формы организации производства.

3. Вознаграждением за предпринимательство является *предпринимательский доход*. В практике хозяйствования его трудно выделить, тем не менее это не абстрактная экономическая категория. Предпринимательский доход — это та плата, которую получает предприниматель за свои организаторские способности по объединению и использованию экономических ресурсов, за риск убытков от использования этих ресурсов, за инновации и монопольную рыночную власть.

4. Предпринимательский доход делится на две части: *нормальную* и *экономическую прибыль*. Размер нормальной прибыли определяется гарантированным доходом предпринимателя, который он мог бы получить от альтернативной деятельности. К экономической прибыли относятся плата за риск, неопределенность инноваций, монопольная власть. Эта часть предпринимательского дохода не гарантируется, но стремление к ее получению заставляет предпринимателя идти на беспрерывные нововведения, что стимулирует инвестиции, рост производства, занятости и в конечном счете повышение благосостояния. Чем удачливее и талантливее предприниматель, тем больше размер предпринимательского дохода.

Вопросы для повторения

1. Что такое предпринимательская способность?
2. Кто из видных экономистов участвовал в создании и разработке экономической теории предпринимательства?
3. В каких формах осуществляется предпринимательская деятельность?
4. Что характеризует предпринимательство как способ ведения хозяйства и как особый тип экономического мышления?
5. Что такое предпринимательский доход и чем он отличается от доходов на другие факторы производства?

6. Чем определяется размер нормальной прибыли предпринимателя?
7. Что такое экономическая прибыль и всегда ли фирма ее получает?
8. Почему угроза убытков и банкротства служит таким же важным стимулом эффективного хозяйствования, как и получение прибыли?

Задачи, упражнения, тесты

1. Программист Сидоров, зарабатывавший в месяц 15 тыс. руб., решил открыть свое дело и вложил в него имевшиеся сбережения в сумме 300 тыс. руб. Ожидаемая ставка дохода должна составить 50%. Ставка налога равна 15% полученной прибыли. Альтернативная стоимость денег составляет 22%. Правильное ли решение принял г-н Сидоров, занявшись предпринимательской деятельностью?

2. Пенсионерка М. планирует заняться продажей деловых журналов "Эксперт" по 3,5 руб. за штуку. Она может приобретать журналы у оптовиков по 2,1 руб. и возвращать непроданные журналы за полную стоимость. Аренда палатки обойдется в 700 руб. в неделю.

   Ответьте на следующие вопросы.

   а) Каков предел рентабельности ее бизнеса?
   б) Каким будет предел рентабельности, если арендная плата повысится до 1050 руб.?
   в) Каким станет предел рентабельности, если удастся увеличить цену реализации с 3,5 до 3,85 руб.?
   г) Каким будет предел рентабельности, если закупочная цена журналов повысится с 2,1 до 2,38 руб.?
   д) Сколько журналов должно быть продано для получения прибыли в сумме 490 руб. в неделю?
   е) Какой прибыли можно ожидать при различных объемах продаж?
   ж) Если пенсионерка М. пожелает продавать два вида товара: 400 шт. обычных деловых журналов "Эксперт" (цена реализации — 3,5 руб., закупочная цена — 2,1 руб.) и 500 шт. журналов для женщин (цена реализации — 6,0 руб., закупочная цена — 3,92 руб.), то чему будут равны предел рентабельности каждого из этих товаров и общий предел рентабельности всего ее бизнеса?

3. Фирма *Z*, специализирующаяся на производстве продуктов питания для кошек, выпускает консервы "Вискас". Структура затрат фирмы следующая:

аренда здания	120 тыс. руб. в месяц
амортизация оборудования	20 тыс. руб. в месяц
расходы жести на 1 консервную банку	15 руб.
этикетка	5 руб.

фонд зарплаты директора, бухгалтерии и отдела кадров вместе с отчислениями на соцстрах	100 тыс. руб. в месяц
затраты на оплату труда вместе с отчислениями на соцстрах рабочих	2 тыс. руб. — при производстве первой тысячи банок; 8 тыс. руб. — при производстве второй тысячи; при производстве третьей — на 4 тыс. больше, чем второй тысячи; при производстве четвертой — на 2 тыс. больше; пятой — на 6 тыс. больше; шестой — на 10 тыс.; седьмой — на 14 тыс.; восьмой — на 34 тыс.; девятой — на 54 тыс.; десятой — на 74 тыс. больше, чем предыдущей.

Затраты на содержание здания завода и заводоуправления составляют 30 тыс. руб. в месяц.

Цена килограмма сырья для производства консервов — 160 руб. Прибыль составляет 20% бухгалтерских издержек. Учитывая, что емкость консервной банки составляет 250 г, а предприятие действует в условиях чистой конкуренции, дайте ответы на вопросы:

а) сколько тысяч банок консервов должна произвести фирма *Z*, чтобы при цене 15 руб. за банку получить максимальную прибыль?
б) при какой цене фирма получит нулевую экономическую прибыль? Какой объем производства этому соответствует?

Рекомендуемая литература

Агеев А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. Введение, гл. 1. М., 1991.

Барр Р. Политическая экономия: В 2 т. Т. 2. Гл. 4. М., 1994.

Бусыгин А. В. Предпринимательство. Кн.1. М., 1994.

Верхан П. Х. Предприниматель. Минск, 1992.

Гинс Г. К. Предприниматель. Ч. I, III, IV. М., 1997

Курс экономической теории / Под ред. М. Н. Чепурина, Е. А. Киселевой. Гл. 8, гл. 9, § 4. Киров, 1996.

Майтель Шломо. Экономика для менеджеров. Гл. 1, 3, 4, 8, 9. М., 1996.

Морган Дж. М. Руководство по изучению учебника С. Фишера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензи "Экономика". Гл. 7. М., 1997.

Сборник задач по экономике / Отв. ред. Ю. Е. Власьевич. Раздел II. Тема 5. М., 1996.

Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. Гл. 7. М., 1993.

Шумпетер Й. Теория экономического развития. М., 1982.

Экономика. 2-е изд. / Под ред. А. С. Булатова. Гл. 2, 10, §5. М., 1997.

СЛОВАРЬ
микроэкономических категорий, понятий и терминов

Акция — бессрочная ценная бумага, закрепляющая за совладельцем право на получение дивиденда (дохода) и как минимум формальное право на участие в управлении компанией. Различают акции именные и на предъявителя, обычные и привилегированные.

Акция именная выписывается на имя определенного владельца и регистрируется в реестре АО.

Акция на предъявителя свободно продается и покупается на рынке ценных бумаг.

Акция обыкновенная дает право голоса на собрании акционеров; доход по такой акции выплачивается по результатам работы АО за год и не гарантируется.

Акция привилегированная гарантирует определенный доход вне зависимости от итогов работы АО; не дает права голоса на собрании акционеров.

Альтернативная стоимость выбора — потенциальный доход, получаемый при лучшем (из всех прочих) способе использования ресурсов, от которого отказываются.

Анализ частичного равновесия определяет равновесные цену и количество товара на одном рынке, игнорирует воздействие изменения этих величин на данном рынке на цены и товарные объемы на других рынках.

Антиинфляционная политика — совокупность методов и инструментов государственного регулирования, направленных на снижение темпов инфляции.

Антимонопольное законодательство — законы, запрещающие деятельность и укрепление монополий.

Банк — экономический институт, занимающийся привлечением и размещением денежных средств.

Банковский процент (ссудный процент) — цена кредита, используемая в качестве стимула коммерческой деятельности.

Бартер — обмен товарами без посредства денег.

Безработные — та часть трудоспособного населения, представители которой на определенную дату не имели работы и прилагают усилия по ее поиску.

Бизнес-план — комплексный план развития фирмы, который является отчетным документом и главным обоснованием инвестиций.

Биржа фондовая — организатор торговли на рынке ценных бумаг, не совмещающий деятельность по организации торговли с иными видами деятельности.

Бумаги коммерческие — долговые расписки корпорации, обязующейся вернуть деньги с определенным процентом.

Бюджетное ограничение указывает на то, что расходы не должны превышать доходы.

Бюджетный дефицит — превышение расходов бюджета над его доходами.

Бюджетный избыток — превышение доходов бюджета над его расходами.

Вальраса закон — выражает модель общего экономического равновесия; если все функциональные рынки, кроме одного, находятся в равновесии, то и на последнем рынке также будет достигнуто равновесие.

Валюта: 1) денежная единица страны, один из элементов ее денежной системы; 2) денежные знаки иностранных государств и выраженные в них кредитные и платежные средства; 3) национальные деньги, используемые особым способом в международном платежном обороте.

Вексель — особый вид письменного долгового обязательства, дающий его владельцу право требовать по истечении определенного срока уплаты обозначенной в нем суммы.

Вексель переводной (тратта) — письменный приказ держателя векселя (трассанта) плательщику (трассату) об уплате обозначенной в векселе суммы денег третьему лицу (акцептанту), принимающему на себя обязательство по платежу или гарантирующему оплату по векселю.

Вексель простой — обязательство выдавшего его лица уплатить определенную сумму держателю векселя в указанный срок.

Великая депрессия — период самого глубокого кризиса в истории мировой экономики (1929–1933 гг.).

Величина стоимости — свойство товара, выражающее количество труда, необходимого для его производства.

Венчурная фирма — коммерческая научно-техническая организация, специализирующаяся на создании, освоении производства, внедрении новых видов продукции и применении новых технологий на основе использования венчурного (рискового) капитала.

Венчурный капитал — деньги, которые могут быть использованы для капиталовложений, сопряженных с высокой степенью риска.

Внебиржевой оборот ценных бумаг — покупка и продажа ценных бумаг вне фондовых бирж.

Внебюджетные фонды — денежные средства государства, имеющие целевое назначение и не включенные в государственный бюджет.

Внешние эффекты (экстерналии) — издержки или выгоды от производственных операций, не учтенные в ценах.

Внутренняя миграция трудовых ресурсов — межрегиональное перемещение трудоспособного населения в поисках более высоких заработков в рамках одной страны.

Внутренняя миграция трудовых ресурсов безвозвратная (на постоянное жительство и работу) вызывает территориальное перемещение трудовых ресурсов.

Внутренняя миграция трудовых ресурсов маятниковая характеризуется ежедневными, еженедельными или ежемесячными поездками людей от места постоянного жительства до места работы, расположенных в разных населенных пунктах, и обратно.

Внутренняя миграция трудовых ресурсов сезонная предполагает их перемещение к месту временной работы и жительства на несколько месяцев, что обусловлено сезонным ритмом производства (сельское хозяйство, строительство, промыслы).

Внутренняя миграция трудовых ресурсов эпизодическая — деловые поездки, командировки, характеризующиеся нерегулярностью по времени и по направлению.

Война цен — последовательное снижение цен конкурирующими фирмами на олигополистическом рынке с целью завоевания рынка.

Выигрыш потребителя, потребительский выигрыш — разница между максимальной ценой, которую готов заплатить потребитель за дополнительную единицу товара, и его рыночной ценой; суммарный выигрыш потребителя по отношению к определенному количеству товара составляет разность между максимальной суммой денег, которую готов отдать потребитель за это количество, и действительными расходами на него, соответствующими текущей рыночной цене на товар.

Выигрыш производителя — разность между рыночной ценой единицы продукции и минимальной ценой, необходимой для того, чтобы получить дополнительную единицу товара (при минимальной заинтересованности в ее производстве).

Государственный бюджет — централизованный фонд денежных ресурсов, которым располагает правительство страны для содержания государственного аппарата, вооруженных сил, выполнения необходимых социально-экономических функций.

Государственная индексация доходов — система мер, компенсирующая (в установленной степени) снижение реальных доходов в результате роста стоимости жизни.

Государственное регулирование экономики — целенаправленный координирующий процесс управленческого воздействия правительства на отдельные сегменты внутренних и внешнего рынков посредством микро- и макроэкономических инструментов в целях достижения сбалансированного роста общей экономической системы.

Государственные закупки — приобретение федеральными и местными органами власти товаров и услуг, производственных ресурсов.

Двусторонняя монополия — рыночная структура, при которой торговлю на рынке ведут только один покупатель и один продавец; возможность диктовать цену имеют и тот, и другой.

Демпинговое ценообразование — практика продажи продукции по цене, намеренно установленной на уровне, достаточно низком для того, чтобы вытеснить из отрасли конкурентов.

Дефицит — разность между требующимся (имеющим спрос) и предлагаемым на рынке количеством товара, когда требуемый объем товара при данной цене превышает предлагаемый.

Дискриминация на рынках труда имеет место, когда работодатели практикуют наем на условиях неравной платы за услуги одинаково производительных работников.

Дифференциация продукта имеет место, когда товар, продаваемый на рынке, не является стандартизированным.

Долгосрочная кривая рыночного предложения показывает соотношение между ценой и количеством предлагаемого товара для точек, в которых отрасль находится в равновесии.

Долгосрочный период — настолько длительный период, что у производителей есть достаточно времени для изменения всех факторов производства, используемых для изготовления продукта.

Дуополия — рыночная структура, при которой два продавца, защищенные от вступления на рынок других продавцов, являются единственными, кто предлагает на рынке стандартизированный товар, не имеющий близких заменителей.

Естественная монополия — фирма, которая в состоянии удовлетворять весь рыночный спрос на продукт с меньшими, чем при производстве такого же количества продукции большим числом фирм, издержками.

Естественная олигополия имеет место, когда небольшое число фирм могут поставлять на рынок весь необходимый объем продукции, имея в долгосрочном плане средние издержки более низкие, чем их имело бы большее количество фирм-поставщиков.

Закон предложения состоит в том, что, чем выше при прочих равных условиях цена на товар, тем больше стремление продавцов товара предлагать его на рынке.

Закон спроса констатирует, что отношение между ценой и количеством товара, который потребители хотят и могут приобрести, таково, что, чем меньше цена товара, тем выше на него спрос.

Закон убывающей предельной производительности утверждает, что при большем объеме используемого переменного производственного ресурса при неизменных других ресурсах и технологии предельный продукт этого ресурса будет, вероятнее всего, уменьшаться.

Заработная плата номинальная — денежная сумма, выплаченная работнику.

Заработная плата повременная — система заработной платы, при которой плата за труд устанавливается в зависимости от часовой ставки и производительности труда рабочего.

Заработная плата реальная — то количество товаров, которое работник может приобрести на денежную сумму выплаченной ему заработной платы при данном уровне цен на товары.

Заработная плата сдельная — система заработной платы, при которой плата за труд устанавливается в зависимости от ставки за одно изделие и производительности труда рабочего.

Землевладение — экономическое отношение, в котором земля выступает не как полная собственность, а как условие хозяйствования.

Землепользование — экономическое отношение, включающее два момента: применение земли как средства производства и присвоение созданного продукта.

Избыточное предложение — разность между количеством товара, предлагаемым на рынке, и его объемом, пользующимся спросом, когда предлагаемый товарный объем при данной цене превышает требуемый.

Издержки — денежное выражение используемых производственных ресурсов, с помощью которых осуществляются производство и реализация продукции.

Издержки бухгалтерские — фактические расходы факторов производства для изготовления определенного количества продукции по ценам их приобретения.

Издержки валовые — сумма постоянных и переменных затрат.

Издержки долгосрочные — минимальные издержки производства товара, когда все факторы производства переменны.

Издержки неявные — стоимость ресурсов, используемых в производстве, не являющихся покупными.

Издержки переменные — те издержки, общая величина которых в данный период находится в непосредственной зависимости от объема производства и реализации. Полностью включаются в стоимость продукции данного производственного цикла.

Издержки постоянные — такие издержки, сумма которых в данный период не зависит непосредственно от величины и структуры производства и реализации.

Издержки предельные — дополнительные затраты, которые несет фирма при производстве каждой дополнительной единицы продукции.

Издержки производства предприятия — денежные затраты предприятия на потребленные в производстве средства производства и выплату заработной платы.

Издержки средние — совокупные издержки в расчете на единицу выпуска продукции.

Издержки экономические — альтернативная стоимость любого ресурса, выбранного для производства товара, равная его стоимости при наилучшем из всех возможных вариантов использования.

Издержки явные — альтернативные издержки, которые принимают форму непосредственных денежных платежей поставщикам факторов производства и промежуточных товаров.

Изменение объема предложения — изменение количества предлагаемого к продаже товара при изменении цены на него и постоянстве всех прочих факторов; движение вдоль кривой предложения.

Изменение относительной цены товара — изменение цены товара по отношению к среднему уровню цен на все прочие товары.

Изменение предложения — смещение всей кривой предложения в ответ на воздействие любых факторов, кроме изменения цены на товар.

Изменение спроса отражает изменение в количестве приобретаемого товара в зависимости от уровня цены на него; движение вдоль кривой спроса.

Изменение спроса на производственный ресурс — смещение всей кривой спроса на рассматриваемый ресурс, вызванное любыми факторами, помимо цены ресурса.

Износ материальный — процесс утраты основным капиталом потребительских свойств и стоимости.

Износ моральный — устаревание средств производства под воздействием НТП.

Износ физический — утрата средствами труда физических свойств вследствие их эксплуатации или атмосферного воздействия.

Изокванта — кривая, отражающая все сочетания ресурсов, которые могут быть использованы для выпуска данного объема продукции.

Изокоста — кривая, отражающая все сочетания трудового и капитального факторов производства, имеющие одинаковую стоимость.

Импорт — совокупность товаров и услуг, приобретаемых в других странах.

Импортные квоты — ограничения на количество иностранных товаров, которое может быть реализовано в стране.

Инвестирование — процесс воспроизводства или увеличения основного капитала; отражает приток нового капитала в определенном году.

Инвестиции — стоимость товаров, приобретаемых предпринимателями для пополнения запаса капитала.

Индекс Херфиндаля измеряет концентрацию рынка, сначала определяя рыночную долю каждой фирмы в процентах поставок товара для продажи, а затем суммируя квадраты рыночных долей каждой фирмы.

Инновации — любые изменения, нововведения в товарах и услугах, технологиях и факторах производства.

Интернализация внешнего эффекта происходит тогда, когда предельные частные издержки или выигрыши, связанные с обращением товара на рынке, отражают действительные общественные предельные издержки либо выигрыши.

Капитал — денежные суммы, используемые с целью организации производства товаров и услуг. Под капиталом также понимаются деньги, используемые для оплаты деловых операций. Капитал — всякая сумма денег, приносящая предпринимательский доход.

Капитал фиктивный — бумажный символ (в виде ценной бумаги) реального капитала.

Карта (кривых) безразличия — метод описания предпочтений потребителя с помощью совокупности его кривых безразличия.

Карта изоквант — совокупность изоквант, указывающих максимально достижимые объемы выпуска продукции, обеспечиваемые любой данной комбинацией применяемых ресурсов.

Картель — форма монополии, при которой ее участники, сохраняя производственную самостоятельность, договариваются между собой о ценах, разделе рынка, обмене патентами с целью получения монопольной прибыли.

Квазирента — доход, обусловленный ограниченным предложением какого-либо фактора производства. Это разница между доходом на вложенный капитал и расходами на поддержание и возмещение инвестиций в основной капитал, незаменимый в краткосрочном периоде.

Кейнсианство, неокейнсианство — направление экономической теории, в котором предполагаются относительная негибкость цен, несовершенства различных функциональных рынков, отсутствие механизма саморегуляции рыночной экономики и необходимость государственного вмешательства.

Классическая школа рассматривает экономику как саморегулирующуюся систему, равновесие в которой достигается за счет свободного изменения относительных цен, а объем производства определяется естественными факторами и не зависит от денежной политики.

Коллективные договоры заключаются профсоюзом с работодателями; профсоюз выступает как представитель своих членов.

Коллективный выбор — экономические решения, принимаемые через избранные политические органы.

Конкурентная фирма — предлагает товар на рынке с совершенной конкуренцией.

Конкурентное равновесие в долгосрочном периоде — объем выпуска и рыночная цена, которые позволяют фирмам в отрасли получать нулевую экономическую прибыль.

Конкуренция — экономическое соревнование за достижение лучших результатов в какой-либо деятельности, борьба товаропроизводителей за более выгодные условия хозяйствования, долю рынка и прибыли, получение конкретного заказа.

Конкуренция монополистическая имеет место, когда продавцы конкурируют, предлагая дифференцированный товар на рынке, куда возможен вход новых продавцов.

Конкуренция недобросовестная — использование нерыночных форм конкурентной борьбы: рекламы недоброкачественных товаров, распространения ложных сведений о конкурентах, незаконного использования товарного знака и т. п.

Конкуренция несовершенная — характеристика рынка, где два или более продавцов, обладая некоторым (ограниченным) контролем над ценой, конкурируют между собой за продажи.

Конкуренция неценовая ведется с помощью методов, отличных от изменения продажных цен на продукцию, конкурирующими фирмами.

Конкуренция совершенная — характеристика рынка, где много фирм продают стандартный товар и ни одна из них не имеет достаточной доли, чтобы контролировать рынок и цены.

Консорциум — временное добровольное соглашение между несколькими фирмами, банками, компаниями для совместного осуществления какого-либо проекта, финансирования крупного мероприятия при строительстве дорогостоящего объекта и т. п.

Консорциума лидер — фирма или организация, координирующая работу консорциума и представляющая его интересы перед лицом покупателя, заказчика и третьими сторонами.

Контрактная теория занятости — концепция, основанная на синтезе неоклассических представлений с кейнсианскими. В основе данной теории лежит положение о том, что между работниками и предпринимателями заключается соглашение — "имплицитный контракт", который соблюдается ими не потому, что этого требует юридический договор, а потому, что это экономически обоюдовыгодно.

Концепция гибкого рынка труда постулирует необходимость дерегламентации рынка труда, перехода к более гибким, функционально индивидуализированным и нестандартным формам занятости (частичная занятость, неполный рабочий день или неделя, краткосрочный контракт, надомничество).

Концерн — наиболее распространенная форма корпорации в области промышленности, отличительной особенностью которой является многоотраслевой характер деятельности. Особенности концерна: сочетание жесткого централизованного управления в сфере капиталовложений с широкой хозяйственной самостоятельностью предприятий, отделений и филиалов, а также с децентрализацией управления.

Кооператив — ассоциация людей или предприятий, целью которой является выполнение определенных предпринимательских функций для своих членов. Создаются в промышленном и аграрном производствах, а также в сфере услуг.

Корпорация — распространенная форма организации предпринимательской деятельности, предусматривающая сосредоточение функций управления предприятием в руках верхнего эшелона профессиональных управляющих, работающих по найму.

Корпорация открытая — корпорация, акции которой свободно продаются всем желающим.

Краткосрочная кривая предложения — часть кривой предельных издержек фирмы, расположенная выше точки минимума кривой ее средних переменных издержек.

Краткосрочный период — отрезок времени, в течение которого фирма не может изменить общие размеры основного капитала: сооружений, количество машин и оборудования, используемых в производстве.

Кредит — отношения, которые складываются между кредитором и должником по поводу движения ссудного капитала; сделка, предусматривающая обращение капитала в чужом предприятии.

Кредит банковский — предоставляемая банками предпринимателям и другим заемщикам денежная ссуда.

Кредит государственный — заем денежных средств государством у населения и других субъектов, оформленный в виде государственных займов, целевых беспроцентных займов, казначейских обязательств.

Кредит коммерческий — отсрочка платежа, предоставляемая продавцом покупателю при продаже товара.

Кредит-лизинг — безденежная форма кредита, форма аренды с передачей в пользование машин, оборудования и других материальных средств с последующей постепенной выплатой их стоимости.

Кредитная сделка — купля-продажа с отсроченным платежом.

Кредитного регулирования принцип постулирует зависимость процесса производства от кредита.

Кредитный механизм — экономический механизм реализации собственности на ссудный фонд, выступающий в той или иной организационной форме кредитных отношений, адекватных данному уровню развития производительных сил.

Кривая безразличия графически отражает набор потребительских корзин, между которыми потребитель не делает различия.

Кривая "доход-потребление" соединяет все точки равновесия на карте кривых безразличия потребителя по мере изменения его дохода; кривая показывает, как с изменением дохода изменяется потребительская корзина, состоящая из товара X и расходов на все прочие товары и услуги.

Кривая Лаффера — закономерность, доказывающая, что поступления доходов в бюджет при повышении ставки налогов происходят только до некоторого критического уровня ставок налогов, а затем начинают сокращаться вследствие падения деловой активности по причине снижения стимулов к предпринимательству.

Кривая потребительских возможностей показывает, как изменяется полезность блага для потребителей при всех возможных эффективных вариантах распределения ресурсов и продукции.

Кривая предложения — график, отражающий соотношение между ценой и предлагаемым количеством товара в единицу времени.

Кривая предложения труда с обратным наклоном или загибающаяся назад имеет место, когда эффект замещения при изменениях заработной платы превышает эффект изменения дохода не только при относительно невысоком уровне заработной платы.

Кривая производственных возможностей показывает максимальное количество любого товара, которое может быть произведено в некоторой экономической системе при данном объеме производства всех других товаров, данном количестве ресурсов и данной технологии.

Кривая рыночного спроса строится из кривых индивидуального спроса на определенный товар путем суммирования объемов товара, на которые потребители предъявляют спрос при различных возможных ценах.

Кривая спроса отражает обратное соотношение между ценой (P) и количеством товара (Q), которое покупатели хотят и могут приобрести в соответствии с законом спроса.

Кривая спроса на производственные ресурсы — кривая, показывающая, как изменяется объем требуемых производственных ресурсов с изменением цены на них при постоянстве всех прочих факторов спроса на эти ресурсы.

Кривая "цена—потребление" — кривая, соединяющая все точки потребительского равновесия при изменении цен.

Кривая Энгеля показывает зависимость между денежным доходом потребителя и количеством товара X; при этом доход откладывается на вертикальной оси, а количество товара, приобретаемого за определенный период, — на горизонтальной оси.

Ликвидность — способность актива обращаться в деньги.

Личный доход (ЛД) — размер дохода, который население может потратить на личное потребление и уплату налогов.

Личный фактор производства — производительная сила совместного труда, определенная кооперация отдельных рабочих сил, т. е. совокупная рабочая сила в определенной общественно комбинированной форме.

Макроэкономика — часть экономической теории, рассматривающая функционирование экономики как единого целого.

Макроэкономическая политика — экономическая политика государства, направленная на решение основных проблем национального хозяйства.

Международная миграция капитала — перемещение средств, приносящих их собственнику доход, из страны в страну.

Менеджмент — форма управления предприятием в условиях рыночной экономики. Основные функции менеджмента — принятие решений и их реализация.

Меновая стоимость — свойство товара, выражающее определенное количественное соотношение его обмена на другой товар.

Метод "затраты—выпуск" используется при анализе и прогнозировании процесса производства; анализируются связи между объемами конечного спроса на продукцию в отраслевом разрезе и общим объемом и отраслевой структурой создаваемого продукта.

Миграция трудовых ресурсов — свободное перемещение рабочей силы из одних регионов в другие с целью поиска и получения работы.

Микроэкономика — наука об отдельных звеньях экономики, уделяющая основное внимание рыночным процессам.

Монетаризм — направление экономической мысли, в котором большое внимание уделяется анализу роли денег и денежно-кредитной политики в установлении рыночного равновесия, борьбе с инфляцией и безработицей.

Монополист — продавец, который контролирует значительную часть предложения какого-либо товара.

Монополия — исключительное право на продажу какого-либо продукта или осуществление определенного вида деятельности.

Монопольная власть — способность воздействовать на цену товара и диктовать условия на рынке, что обеспечивается концентрацией производства и реализации значительной части данного вида продукции.

Монопсония — тип рыночной структуры, при которой существует монополия единственного покупателя определенного товара.

Налог (сбор, пошлина и другие платежи) — обязательный взнос в бюджет или во внебюджетный фонд, осуществляемый плательщиками в порядке и на условиях, определенных законом.

Налога ставка — величина налога на единицу обложения.

Налоги косвенные — налоги на определенные товары и услуги, взимаемые через надбавку к цене (например, акцизы).

Налоги прямые — налоги, которые уплачиваются налогоплательщиком.

Налоговая система — совокупность взимаемых в государстве налогов, сборов, пошлин и других платежей, а также форм и методов их построения.

Население занятое — та часть трудоспособного населения, которая работает в рыночных структурах.

Население институциональное — та часть трудоспособного населения, которая действует в нерыночных структурах, т. е. в таких институтах государства, как армия, полиция, госаппарат.

Население неинституциональное — та часть трудоспособного населения, которая не занята в нерыночных структурах.

Население трудоспособное — все те, кто по возрасту и по состоянию здоровья способны работать.

Натуральное хозяйство — элементарная форма организации экономики; состоит из разрозненных хозяйств, каждое из которых опирается на собственные ресурсы производства и обеспечивает себя всем необходимым для жизни.

Научно-техническая революция (НТР) — относительно быстрые революционные изменения в технике, приводящие к смене технологического способа производства.

Научно-технический прогресс (НТП) — процесс сознательного создания людьми инноваций, начинающийся от зарождения идей и кончающийся их коммерческой реализацией.

Национализация — передача в государственную собственность контроля отрасли или предприятия, которые раньше находились в частной собственности.

Несовершенная конкуренция происходит, когда два или более продавца, каждый из которых имеет определенную степень контроля над ценой, конкурируют за продажи на рынке.

Нормальные товары — товары, потребляемые с ростом дохода потребителей в большем количестве.

Облигация — вид ценной бумаги на предъявителя, представляющий долговое обязательство заемщика, которое гарантирует кредитору возврат через обусловленное в облигации время нарицательной стоимости облигации и регулярное (один или два раза в год) получение дохода в виде процента по твердой или меняющейся ставке.

Общая экономическая теория исследует закономерности и факторы экономического роста как в пофазной динамике воспроизводства: производстве, распределении, обмене и потреблении, так и в более длительном периоде общественного развития ("длинная волна").

Общее экономическое равновесие — состояние экономики, при котором на всех рынках одновременно достигнуто равенство спроса и предложения и

хозяйственные агенты не заинтересованы в изменении объемов покупок или продаж.

Общество акционерное — предприятие, уставный капитал которого разделен на определенное число акций. Акционеры рискуют получить убытки только в пределах стоимости своих акций.

Общество акционерное закрытое — такое АО, акции которого распределяются только среди его учредителей.

Общество акционерное открытое — такое АО, которое имеет право проводить открытую подписку и продажу выпускаемых им акций.

Общество с дополнительной ответственностью — такое общество, участники которого несут ответственность в одинаковом для всех размере, кратном стоимости их вкладов.

Общество с ограниченной ответственностью — общество, имеющее уставный фонд, разделенный на доли, размер которых определяется учредительными документами, и несущее ответственность по своим обязательствам только в пределах стоимости своего имущества. Все имущество общества принадлежит его участникам, а само оно во многом аналогично акционерному обществу.

Ограниченность — несоответствие между желанием иметь определенное количество товаров и услуг и средствами для удовлетворения этого желания.

Ожидания — оценки хозяйственных субъектов будущей хозяйственной конъюнктуры.

Олигополия — рынок, на котором господствующее положение занимают несколько крупных фирм.

Олигопсония — тип рыночной структуры, при которой существует группа покупателей определенного товара.

Оптимальное распределение ресурсов по Парето имеет место, когда невозможно улучшить благосостояние одних, не нанося ущерба благосостоянию других.

Отрасль — группа конкурирующих фирм, продающих на рынке определенный товар.

Отрицательный внешний эффект — стоимость использования ресурсов, не отраженная в цене продукта; отрицательные внешние эффекты могут возникать как в производстве, так и в потреблении товаров, обмениваемых на рынках.

Парадокс прибыли — положительная экономическая прибыль возникающая в процессе перераспределения ресурсов, которое в итоге приводит к снижению экономической прибыли до нуля.

Партнерство — форма организации бизнеса, при которой два или более лиц договариваются о владении предприятием и об управлении им.

Патент — монополия на использование нового товара или идеи в течение определенного количества лет.

Перераспределение доходов — государственное регулирование доходов посредством фискальной политики.

Планирование — определение целей деятельности фирмы, главных направлений и средств их достижения.

Платежный баланс — соотношение между валютными поступлениями в страну и платежами, которые государство осуществляет за границей за определенный промежуток времени.

Позитивный экономический анализ показывает воздействие изменений в экономической политике или экономических условиях на такие поддающиеся оценке явления, как объемы производства, продаж, цены и личные доходы.

Полезность — термин, используемый экономистами для характеристики степени удовлетворения потребителей, которое они получают при потреблении товаров или услуг либо ведении какой-либо деятельности.

Положительный внешний эффект — выигрыш, не отраженный в ценах.

Постоянный эффект роста масштаба производства, или постоянный эффект масштаба, существует, когда выпуск продукции увеличивается в той же пропорции, в которой возрастает потребление ресурсов.

Потребительная стоимость — свойство товара, выражающееся в его полезности, способности удовлетворять какую-либо человеческую потребность.

Потребление — расходы населения на покупку товаров текущего и длительного пользования и оплату услуг.

Права собственности — привилегия владения ограниченными ресурсами.

Предельная внешняя полезность — предельный выигрыш, получаемый третьими сторонами, помимо покупателей или продавцов товара.

Предельная индивидуальная полезность — дополнительный выигрыш, получаемый покупателями товара.

Предельная норма замещения товара *X* товаром *Y* — количество товара *Y*, которым потребитель готов пожертвовать, чтобы получить еще одну единицу товара *X*, оставаясь на данной кривой безразличия.

Предельная норма технологического (технического) замещения товара капиталом — мера количества труда, которую может заменить дополнительная единица капитала без увеличения или уменьшения объема выпуска продукции.

Предельная норма трансформации — количество одного товара, от которого надо отказаться, чтобы получить каждую дополнительную единицу другого товара, оставаясь на той же кривой производственных возможностей.

Предельная полезность — дополнительный выигрыш (выгода, доход), получаемый при производстве еще одной единицы продукции или совершении еще одной операции.

Предельная полезность товара измеряется степенью готовности потребителя пожертвовать возможностью потратить доход на другие товары ради приобретения еще одной единицы товара X, оставаясь при этом на той же кривой безразличия; степенью желания заплатить за дополнительную единицу товара X.

Предельная прибыль — добавочная прибыль, получаемая от продажи дополнительной единицы продукции.

Предельная чистая окупаемость инвестиций — разность между предельной окупаемостью инвестиций (r) и ставкой ссудного процента (i).

Предельные издержки (затраты) на ресурсы — дополнительные издержки, необходимые, чтобы использовать добавочную единицу ресурса после того, как определенный его объем уже оплачен и используется.

Предельные издержки (затраты) на ресурсы для монопсонии — дополнительные издержки на приобретение добавочной единицы ресурса, когда фирма имеет власть монопсонии.

Предельные издержки, предельные затраты — дополнительные затраты на производство еще одной единицы товара или совершение операции; изменение в совокупных издержках, связанное с изменением объема выпуска продукции.

Предельные индивидуальные издержки — дополнительные затраты, которые несет фирма при производстве еще одной единицы товара.

Предельные общественные издержки — дополнительные затраты, которые несут фирмы и любые третьи по отношению к рыночным сделкам лица, когда производится еще одна единица товара.

Предельные условия эффективного объема выпуска товара достигаются, когда предельный выигрыш от производства товара равен его предельным издержкам.

Предельный анализ — техника анализа процесса принятия решений людьми, стремящимися максимизировать свой чистый выигрыш.

Предельный доход — изменение дохода в результате продажи дополнительной единицы товара.

Предельный доход от предельного продукта производственного ресурса — предельный продукт ресурса (фактора производства), умноженный на предельный доход, полученный от этого дополнительного продукта.

Предельный общественный выигрыш — дополнительный выигрыш от производства еще одной единицы товара, получаемый покупателями товара и третьими по отношению к рыночному обмену лицами.

Предельный продукт переменного ресурса — изменение при постоянстве прочих факторов доли этого ресурса в совокупном продукте, соответствующее изменению в объеме его использования.

Предложение — количество товара, которое продавцы хотят и могут продавать по установленным ценам.

Предмет труда — все то, на что человек воздействует в процессе труда.

Предпочтения — результаты ранжирования потребителями своих альтернативных возможностей.

Предприниматель — активный субъект рыночной экономики, обладающий всеми необходимыми качествами для создания новых комбинаций ресурсов и факторов производства с целью производства новых товаров и получения прибыли, действующий в условиях неопределенности и риска и несущий ответственность за самостоятельно принимаемые решения.

Предпринимательская фирма — организация, учрежденная и функционирующая с целью извлечения прибыли ее собственниками посредством предложения на рынке товаров и услуг.

Предпринимательский доход — прибыль за вычетом ссудного процента и платежей в бюджет (налоги и др.).

Предпринимательство — инициативная, творческая, самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода. Предпринимательство осуществляется от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность.

Предпринимательство индивидуальное — форма предпринимательства, при которой владельцем предприятия является один человек.

Предприятие унитарное — коммерческая организация, не имеющая права собственности на предоставленное владельцем имущество. В форме унитарных предприятий действуют только государственные и муниципальные предприятия.

Препятствия для входа на рынок — ограничения, не позволяющие новым продавцам товара выйти на рынок, монополизированный какой-либо фирмой; необходимы для поддержания монопольного положения последней в долгосрочном плане.

Прибыль — разница между продажной ценой товара и издержками производства.

Прибыль балансовая — разница между выручкой от реализации продукции и суммой материальных затрат, амортизации и заработной платы.

Прибыль бухгалтерская — часть дохода, остающаяся после возмещения стоимости затрат всех факторов производства, кроме капитала (явных издержек).

Прибыль монопольная — разница между монопольной ценой и издержками производства.

Прибыль нераспределенная — прибыль корпорации, не распределяемая между акционерами и часто используемая для финансирования основных ее проектов при расширении производства.

Прибыль нормальная — вознаграждение предпринимателя, достаточное для поддержания выбранного направления деятельности.

Прибыль совокупная — доход, получаемый фирмой от производства и реализации товаров.

Прибыль учредительская — доход, получаемый учредителями открытого акционерного общества, составляющий разницу между продажной ценой акций и величиной уставного капитала.

Прибыль экономическая — разница между валовым доходом (валовой выручкой) и экономическими издержками выпуска данного объема продукции.

Принцип равной полезности обобщает условия, необходимые для достижения потребителем равновесия, и указывает на то, что потребитель в состоянии равновесия распределяет расходы на все товары и услуги так, что уравнивает предельную полезность расходов в расчете на единицу их стоимости.

Присвоение — конкретный общественный способ овладения вещью.

Проблема "зайцев" — возникает, когда потребители занижают оценку стоимости и свою оплату общественного блага в надежде получить выгоду за счет усилий и оплаты его другими потребителями, заплатив цену меньшую, чем получаемый "зайцами" предельный выигрыш.

Продукт — результат производственной деятельности (товар или услуга), получаемый в обмен на что-либо. Обладает двумя свойствами: потребительной стоимостью и стоимостью.

Производительные силы общества — средства производства и люди, обладающие определенными навыками и опытом.

Производный спрос — спрос на производственные ресурсы, зависящий от спроса на продукцию, для изготовления которой используются эти ресурсы.

Производственная функция — зависимость максимально возможного объема производства от данного набора производственных ресурсов.

Производственные ресурсы — используемые в производстве труд, капитал и природные факторы.

Производственный кооператив — добровольное объединение граждан для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанный на их личном труде и объединении их паевых взносов.

Производство — процесс воздействия человека на вещество природы в целях создания материальных благ и услуг, необходимых для развития общества.

Промежуточный продукт (ПП) — результат производственного процесса, используемый в течение определенного времени в дальнейшем производстве.

Профсоюзы — организации, создаваемые для того, чтобы представлять интересы работников в переговорах о трудовых контрактах, касающихся заработной платы, профессиональных льгот и условий труда (а также представляющие работников при контроле за выполнением этих контрактов).

Рабочая сила — индивидуальная способность к труду — свойство личности человека, его важнейший атрибут.

Равновесие потребителя — сочетание приобретаемых товаров и услуг, при котором полезность для потребителя максимизируется и одновременно выполняется его бюджетное ограничение.

Равновесие производства — состояние, при котором любое производство достигает цели максимизации прибыли.

Равновесие рыночное — наблюдается, когда предложение товара соответствует спросу на него и отсутствует тенденция изменения рыночной цены.

Разгосударствление — передача имущества из государственной собственности в иную: муниципальную, частную, коллективную, кооперативную, акционерную, смешанную.

Распределение Парето-оптимальное — состояние экономической системы, когда никакое перераспределение ресурсов не может улучшить положение ни одного из участников хозяйственного процесса, не ухудшая при этом положения других.

Рента — один из видов дохода на собственность, плата собственнику за использование природного ресурса.

Рента дифференциальная — избыточная прибыль, возникающая в результате применения более высокой естественной производительной силы, а не капитала.

Рента монопольная — дополнительный доход, который появляется при продаже товаров по монопольным ценам.

Рента экономическая — разница между платой за услуги ресурса и альтернативной стоимостью ресурса, предложение которого неэластично.

Рентабельность — отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости активов, издержкам производства.

Ресурсы — все, что затрачивается в процессе производства товаров и услуг.

Реформирование — эволюционный переход от одной модели экономической системы к другой.

Риск коммерческий — риск, возникающий в процессе реализации товаров и услуг, закупленных предпринимателем.

Риск производственный — риск, связанный с производством и реализацией товаров и услуг.

Рынок — экономическая форма обмена продуктами, которые выступают в качестве товаров; при этом производители и потребители выступают в качестве продавцов и покупателей.

Рынок кредитных ресурсов — особая сфера товарно-денежных отношений, в которой объектом купли-продажи выступает ссудный капитал.

Рынок труда — рынок производительной силы труда как товара, равновесная цена и количество которого определяются соотношением спроса и предложения.

Рынок ценных бумаг вторичный — сделки купли-продажи ранее выпущенных бумаг, обращение ценных бумаг.

Рынок ценных бумаг первичный — размещение новых выпусков ценных бумаг, эмитентами которых являются корпорации, правительство, муниципальные органы.

Рыночное равновесие существует, когда не наблюдается тенденции к изменению рыночной цены и обращающегося на рынке количества товара.

Сальдо торгового баланса — разница между стоимостью импорта и экспорта за определенный промежуток времени.

Сальдо торгового баланса активное (положительное) — состояние торгового баланса, при котором экспортные поступления превышают расходы на импорт.

Сальдо торгового баланса пассивное (отрицательное) — состояние торгового баланса, при котором экспортные поступления меньше расходов на импорт.

Свободный вход (выход) — характеристика рынка, когда фирмы могут в любой момент начать (прекратить) операции на рынке.

Сегмент рынка — часть, группа потребителей, товаров или предприятий, которые выделяются на основе определенных общих признаков.

Сегментация рынков — разделение потребителей данного товара на отдельные группы, предъявляющие к товару неодинаковые требования.

Система социальной защиты — система государственных гарантий компенсации рисков, в том числе риска потери или снижения доходов.

Слияние горизонтальное — объединение компаний, занятых в одной хозяйственной отрасли.

Слияние конгломератное — объединение в одной управленческой структуре предприятий, технологически не связанных между собой.

Собственность — отношения между людьми по поводу присвоения вещей, прежде всего средств производства.

Совершенная конкуренция существует, когда много фирм продают стандартизированный товар и ни одна фирма не располагает достаточно большой долей рынка, чтобы влиять на его цену.

Совершенная мобильность производственных ресурсов означает, что поставщики производственных ресурсов могут мгновенно реагировать на различия в ценах на эти ресурсы в различных местностях или отраслях (при различных направлениях использования ресурсов).

Совершенная ценовая дискриминация существует, когда монополия взимает с каждого покупателя разную цену.

Совершенно конкурентный рынок — рынок, на котором выполняются условия совершенной конкуренции.

Совершенно конкурентный рынок производственных ресурсов — рынок, на котором действуют много покупателей и продавцов производственных ресурсов и где ни один из них не может воздействовать на цену ресурса.

Совокупная внешняя полезность — выигрыш на единицу товара, умноженный на общее число предлагаемых единиц товара.

Социальная цена монополии — показатель потерь в чистой полезности, происходящих из-за уменьшения доступности (предложения) товара, когда монополия максимизирует свою прибыль.

Спрос — то количество товара, которое могут и желают приобрести потребители при данной цене.

Средства производства — вся совокупность средств и предметов труда.

Средства труда — вещи или комплекты вещей, при помощи которых человек обрабатывает предметы труда.

Стоимость — свойство товара, определяемое затратами труда на его производство.

Структура рынка — число покупателей и продавцов на рынке, доля их в объеме покупаемого и продаваемого товара, степень контроля за рынком и ценами.

Таблица спроса — таблица, показывающая, как количество товара, которое приобретают потребители, увеличивается каждый месяц с уменьшением цены на товар.

Тарифы — налоги, взимаемые с импортируемых товаров.

Теорема Коуза утверждает, что если операционные издержки бесконечно малы, то внешние эффекты могут быть интернализированы правительством путем установления права собственности на использование ресурсов и разрешения свободной торговли этими правами.

Теория игр моделирует поведение лиц или организаций с противоположными интересами.

Технология — способы воздействия человека на предмет труда.

Товар — вещь, обладающая определенной полезностью, зримая и осязаемая. Имеет стоимость и потребительную стоимость.

Товар Гиффена — низкокачественный товар, для которого эффект изменения дохода превышает эффект изменения замещения этого товара другими при изменении его цены.

Товарищество — ассоциация предпринимателей и профессионалов, действующая в интересах делового сообщества.

Товарищество на вере (коммандитное) — общество, в котором наряду с полными товарищами имеется один или несколько участников-вкладчиков (коммандитистов), которые несут ответственность только в пределах внесен-

ных ими вкладов и не принимают участия в предпринимательской деятельности. Коммандитисты получают часть прибыли товарищества в соответствии с их долей в совокупном капитале.

Товарищество полное — коммерческая организация, участники которой (полные товарищи) занимаются предпринимательской деятельностью и несут ответственность принадлежащим им имуществом.

Товарное производство — форма организации хозяйства, основанная на общественном разделении труда, предполагающая специализацию производителей на производстве какого-либо товара или услуги.

Торговый баланс — соотношение стоимости вывозимых из страны (экспортируемых) и ввозимых в страну (импортируемых) товаров и услуг за определенный период (обычно год).

Транзитивность — свойство предпочтений, предполагающее, что если потребитель предпочитает потребительскую корзину товаров *A* потребительской корзине *B* и также предпочитает корзину *B* корзине *C*, то он должен отдавать предпочтение корзине *A* перед корзиной *C*.

Транснациональные корпорации (ТНК) — корпорации, которые занимаются предпринимательской деятельностью на территории более чем одной страны.

Трансферные платежи — форма перераспределения государственных расходов; безвозмездные государственные выплаты населению (пенсии, пособия и т. п.).

Трест — монополистическое объединение определенного типа по производству какого-либо товара.

Труд — целенаправленная деятельность людей, связанная с видоизменением веществ и сил природы и приспособлением их для удовлетворения своих потребностей.

Трудовые ресурсы — часть населения страны в трудоспособном возрасте, обладающая физическими и умственными способностями, неоходимыми для работы в народном хозяйстве.

Увеличивающийся эффект роста масштабов производства, увеличивающийся эффект масштаба действует, когда объем производства (выпуск) растет в большей пропорции, чем увеличивается использование производственных ресурсов.

Уменьшающийся эффект роста масштабов производства или уменьшающийся эффект масштаба преобладает, когда объем производства (выпуск) возрастает в пропорции меньшей, чем объем используемых ресурсов.

Уравнение обмена доказывает, что совокупные расходы равны стоимости всех товаров и услуг, производимых хозяйством страны: $MV=PQ$, где M — предложение денег; V — скорость обращения; P — уровень цен на товары и услуги; Q — количество продукции.

Уровень жизни — обеспеченность населения жизненно необходимыми благами, степень удовлетворения потребностей людей в этих благах.

Ускоренная амортизация — порядок, при котором правительство разрешает производить амортизационные отчисления в размерах, существенно превышающих действительный износ основного капитала; по существу, означает налоговую субсидию предпринимательству.

Услуги — нематериальные блага, обладающие определенной полезностью; являются товарами и производятся врачами, юристами, банками, финансовыми компаниями и др.

Участие работников в прибылях и создание рабочей собственности — система организации оплаты труда, направленная на повышение заинтересованности работников в конечных результатах; работники получают часть прибыли / собственности в зависимости от стажа и прочих заслуг помимо и сверх заработной платы.

Факторы производства — производственные ресурсы; включают природные, людские ресурсы, капитал и предпринимательство.

Физический износ — процентное выражение износа капитала за год.

Фирма — организация, которая производит товары и услуги; может действовать в форме частного предприятия, товарищества или АО.

Фирма-партизан — фирма, которая быстро входит на рынок, когда может заработать экономическую прибыль, и покидает его, когда это становится невозможным (или ранее этого, обнаружив уменьшение прибылей).

Функция издержек описывает отношение между объемом производства и его минимально возможными издержками.

Функция полезности — соотношение между потребляемыми количествами товаров и услуг и полезностью, получаемой потребителем; способ выражения предпочтений потребителя.

Функция спроса — взаимозависимость между количеством товаров, приобретаемых потребителями, ценой его единицы и всеми другими факторами спроса.

Х-неэффективность — прирост издержек выше их минимально возможного уровня.

Цена — денежное выражение стоимости; отражает часть дохода, которой нужно пожертвовать для получения единицы желаемых товаров и услуг.

Цена входного барьера — установление монополией (олигополией) низкой цены на товар, препятствующей вхождению на рынок новых продавцов.

Цена замены — общая стоимость товаров и услуг, которые нужно отдать в обмен на другие товары и услуги.

Цена монопольная — максимальная цена, по которой монополии могут реализовать определенный объем продукции при данном спросе.

Ценная бумага — документ, удостоверяющий в установленном порядке имущественные права, реализация или передача которых возможна только при его предъявлении.

Ценовая война — конкуренция на олигополистическом рынке путем последовательного снижения цен; одно из многих возможных последствий олигополистической конкуренции; ценовые войны выгодны потребителям, но отрицательно сказываются на прибылях продавцов.

Ценовая дискриминация — продажа продукции одинакового качества различным покупателям по разным ценам.

Ценовый лидер — фирма-олигополист, устанавливающая цену, которой придерживаются другие фирмы.

Ценовый порог, цена нижнего предела — минимальная цена, установленная законом; минимальная законодательно установленная заработная плата является примером ценового порога в отношении цены труда.

Ценовый потолок — максимальная цена, законодательно установленная для данного товара.

Ценообразование демпинговое — продажа товаров по низким ценам, уровень которых позволяет вытеснить конкурента с рынка.

Частичная монополия присутствует на рынке, когда на нем есть ценовый лидер, устанавливающий монопольную цену на основе своих предельного дохода и предельных издержек, другие же продавцы на рынке при этой цене являются лишь принимающими цену.

Частичное равновесие — равновесие между спросом и предложением товара на одном рынке без учета воздействия равновесных цены и объема предложения на нем на цены и количество товаров на других рынках.

Частная собственность — право индивидуального владения и в том числе основа системы свободного предпринимательства. Гарантирует право отдельных людей владеть, пользоваться и распоряжаться вещами.

Человеческие ресурсы — ресурсы труда, которые в рыночной экономике являются важнейшим фактором производства.

Человеческий капитал — созданный в результате инвестиций и накопленный человеком определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые целенаправленно используются в той или иной сфере общественного воспроизводства, содействуют росту производительности труда и эффективности производства и тем самым ведут к росту заработков данного человека.

Чистая монополия — единственный продавец продукта, не имеющего близких заменителей.

Чистая монопсония — единственная фирма, которая потребляет все предложенные на рынке ресурсы, имеющие мало или не имеющие вовсе альтернативных возможностей применения; существует, когда фирма в состоянии влиять на цену ресурса, который она приобретает.

Чистое общественное благо — товар или услуга, которые потребляются коллективно всеми потребителями независимо от того, платили они за них или нет.

Чистый частный товар — товар, каждая единица которого может быть произведена и продана потребителям так, что она приносит полезность лишь исключительно данному покупателю.

Чрезмерное бремя налога — разность между денежной величиной выигрыша потребителя, утерянного в результате введения налога, и суммой уплаченного налога.

Экономика — общественная наука, которая анализирует, каким образом общество при ограниченности ресурсов распределяет их, с тем чтобы удовлетворить свои потребности.

Экономика рыночная — экономическая система, в которой экономические решения на национальном уровне определяют решения, принимаемые отдельными продавцами и покупателями на рынке.

Экономика смешанная — экономическая система, которая объединяет элементы общественной собственности на средства производства с элементами частной собственности, а также сочетающая принципы рыночной экономики с централизованно-плановым управлением.

Экономика традиционная — экономическая система, распределение ограниченных ресурсов в которой происходит в соответствии с обычаями; темпы изменений и развития в ней крайне невысоки; люди занимаются тем же, чем прежде занимались их родители; бóльшая часть товаров потребляется там же, где производится.

Экономическая интеграция — процесс совмещения элементов экономики различных стран в форме широкого межгосударственного объединения, действующего в соответствии со специальными соглашениями и обладающего собственной организационной структурой, представленной руководящими и иными учреждениями.

Экономическая модель — система предположений, служащих установлению взаимозависимости между экономическими переменными.

Экономическая прибыль — разница между валовым доходом и экономическими издержками определенного объема выпуска продукции.

Экономическая рента — разность между платежами за производственные ресурсы и минимальной платой, в обмен на которую поставщики этих ресурсов готовы их предоставлять.

Экономические отношения — определенные связи и отношения, в которые независимо от воли и сознания вступают люди в процессе общественного воспроизводства.

Экономические переменные — показатели количества (такие, как объем готовой продукции) или суммы денег (такие, как цены), которые могут принимать различные значения.

Экономический закон — наиболее существенные, устойчивые, постоянно повторяющиеся объективные причинно-следственные связи и взаимозависимости экономических явлений и процессов.

Экономический человек — главный творческий субъект рыночной экономики, который имеет свободу выбора и принимает рациональные и оптимальные решения с учетом всех имеющихся условий, возможностей и информации в соответствии со своими индивидуальными предпочтениями, интересами и целями.

Экономия от масштаба производства — снижение удельных затрат на единицу продукции благодаря производству их в массовом масштабе.

Экспорт — совокупность проданных другим странам товаров и услуг.

Экспортные субсидии — компенсации экспортерам продукции, которые позволяют им продавать свою продукцию за рубежом по более низкой цене, чем внутри страны.

Эластичность перекрестная — процентное изменение потребляемого количества товара X в ответ на каждый процент изменения потребления товара Y.

Эластичность по цене — показатель реакции объема предложения или спроса на товар на каждый процент изменения его цены.

Эластичность предложения по цене — процент изменения предложения данного товара на рынке при изменении цены на 1%.

Эластичность спроса по доходу — процент изменения спроса на данный товар в ответ на изменение дохода на 1%.

Эластичность спроса по цене — процент изменения спроса на данный товар при изменении цены на 1%.

Эмиссия ценных бумаг — выпуск новых ценных бумаг в обращение.

Эмиссия ценных бумаг (андеррайтинг) — размещение ценных бумаг по публичной подписке через посредников.

Эмиссия ценных бумаг (частное размещение ценных бумаг) — договор эмитента напрямую с группой институциональных инвесторов о покупке последними всего выпуска ценных бумаг.

Эффект дохода — изменение в потреблении товара в ответ на изменение в его цене, рассматриваемое только как результат изменения реального дохода потребителя (способности его приобрести больше или меньше данного товара) в связи с движением цены на товар.

Эффект изменения взаимозаменяемости товара или услуги, эффект замещения — изменение цены по отношению к ценам других товаров; изменение в объеме покупок товара (за период), которое наблюдалось бы, если бы

реальный доход потребителя был таким, что от изменения цены его благосостояние и не понижалось, и не повышалось.

Эффективность достигается, когда ресурсы распределены таким образом, что при использовании получают максимально возможный суммарный чистый выигрыш.

Эффективность производства достигается, когда невозможно перераспределить используемые производственные ресурсы, с тем чтобы нарастить выпуск одного продукта без уменьшения выпуска каких-либо иных продуктов.

Эффективность распределения достигается, когда определенное количество продуктов, произведенных за известный период, распределяется среди потребителей так, что невозможно повысить благосостояние ни одного из потребителей, не понизив благосостояния какого-либо другого потребителя.

Эффективный выпуск — объем производства, при котором уже невозможно увеличить чистый выигрыш от потребления единицы товара, предлагая его в большем или меньшем количестве.

Эффекты обратной связи — изменения в ценах и объемах предложения товаров на одних рынках в ответ на изменения цен на рынках связанных товаров.

Юридическое лицо — организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом.

Станислав Николаевич ИВАШКОВСКИЙ

МИКРОЭКОНОМИКА

Учебник

Гл. редактор *Ю. В. Луизо*
Зав. редакцией *Г. Г. Кобякова*
Редактор *М. О. Воронина*
Художник *Н. Н. Сенько*
Компьютерная подготовка оригинал-макета *Ю. С. Лобанов, Т. А. Лобанова*
Технический редактор *Л. А. Зотова*
Корректоры *Ф. Н. Морозова, Л. М. Малова*

ЛР № 064377 от 04.01.96 г.

Подписано в печать 23.07.98. Формат 70 × 100 $^{1}/_{16}$.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 33,8. Уч.-изд. л. 26,06. Тираж 6000 экз. Заказ № 2051. Изд. № 97

Издательство "Дело"
117571, Москва, пр-т Вернадского, 82

Московская типография № 2 Комитета Российской Федерации по печати
129085, Москва, проспект Мира, 105