

Л. Л. Савелло, М. А. Иванова
Б. А. Карташов, Г. Н. Андреев

МИКРОЭКОНОМИКА

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАМЫШИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Л. Л. Савелло, М. А. Иванова,
Б. А. Карташов, Г. Н. Андреев

МИКРОЭКОНОМИКА

Экономические основы деятельности фирмы

Учебное пособие

РПК «Политехник»
Волгоград
2006

ББК 65.042. 1 я 73
М 59

Под редакцией доктора экономических наук,
профессора Л. С. Шаховской

Рецензент: д. э. н., профессор Н. Н. Лебедева,
д. э. н., профессор А. Н. Ларионов

МИКРОЭКОНОМИКА. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ:
Учеб. пособие / Савелло Л. Л., Иванова М. А., Карташов Б. А., Андреев Г. Н.;
Под ред. Л. С. Шаховской / ВолгГТУ. Волгоград. 2006. – 80 с.

ISBN 5–230–04734–8

Детально изложены основные аспекты экономической деятельности фирмы. Рассматриваются вопросы структуры рынка с точки зрения разной степени свободы конкуренции. Подробно раскрываются особенности рынков ресурсов и вопросы ценообразования.

Предназначено для студентов направления 521600 (080100.62) «Экономика», специальности 060500 (080109.65) «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 061100 (080507.65) «Менеджмент организации».

Ил. 38. Табл. 4. Библиогр.: 54 назв.

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Волгоградского государственного технического университета.

ISBN 5–230–04734–8

© Волгоградский
государственный
технический
университет, 2006

Лариса Леонидовна Савелло
Мира Анатольевна Иванова
Борис Алексеевич Карташов
Генри Николаевич Андреев

МИКРОЭКОНОМИКА
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ

Учебное пособие

Редактор М. И. Просондеев
Темплан 2006 г., поз. № 49.
Подписано в печать 28. 09. 2006 г. Формат 60×84 ¹/₁₆.
Бумага листовая. Гарнитура "Times".
Усл. печ. л. 5,0. Усл. авт. л. 4,75.
Тираж 100 экз. Заказ №

Волгоградский государственный технический университет
400131 Волгоград, просп. им. В. И. Ленина, 28.
РПК «Политехник»
Волгоградского государственного технического университета
400131 Волгоград, ул. Советская, 35.

Содержание

Глава I. Экономические основы деятельности фирмы:	
издержки, доход, прибыль.....	3
1.1. Производственная функция предприятия.....	3
1.2. Концепция издержек производства.....	8
1.3. Понятие издержек производства и их виды.....	8
1.4. Издержки производства в краткосрочном периоде.....	10
1.5. Издержки производства в долгосрочном периоде.....	13
1.6. Доход и прибыль фирмы.....	15
Глоссарий.....	19
Глава. II. Структура рынка.....	21
2.1. Классификация рыночных структур.....	21
2.2. Рынок совершенной конкуренции.....	23
2.3. Несовершенная конкуренция и её формы.....	27
2.4. Показатели монопольной власти.....	41
2.5. Государственное регулирование рынка: антимонопольное законодательство.....	44
Глоссарий.....	45
Глава III. Рынки ресурсов и ценообразование на них.....	46
3.1. Особенности рынка ресурсов и их функции.....	46
3.2. Виды рынка ресурсов.....	48
3.3. Основы теории производства и предельного продукта.....	53
3.4. Заработная плата как цена ресурса за труд.....	56
3.5. Процент и капитал. Фактор времени и дисконтирование.....	61
3.6. Экономическая рента.....	63
3.7. Прибыль и предпринимательский доход.....	65
3.8. Доходы населения. Распределение и перераспределение доходов.....	66
3.9. Социальная защита населения.....	71
Глоссарий.....	73
Литература.....	75

Глава I

Экономические основы деятельности фирмы: издержки, доход, прибыль

1.1. Производственная функция предприятия

Для анализа производственного процесса необходимы факторы производства в определенном количестве. Зависимость максимального объема производимого продукта от затрат используемых факторов называется производственной функцией:

$$Q = f(K, L, M),$$

где Q – максимальный объём продукции, который возможно произвести при заданной технологии и определённых факторах производства; K – затраты капитала; L – затраты труда; M – затраты сырья, материалов.

Для укрупненного анализа используется производственная функция, называемая функцией Кобба-Дугласа:

$$Q = k \times K^{\alpha} \times L^{\beta} \times M^{\gamma},$$

k – коэффициент пропорциональности; α, β, γ – показатели эластичности объёма производства соответственно по K – затраты капитала; L – затраты труда; M – затраты сырья, материалов, или коэффициент прироста Q , приходящийся на 1 % прироста соответствующего фактора. Причем $\alpha + \beta + \gamma = 1$.

Несмотря на то, что для производства конкретного продукта требуется сочетание разных факторов, произведённая продукция обладает рядом общих свойств:

1) факторы производства являются взаимодополняемыми. Это значит, что данный процесс производства возможен только при наборе определённых факторов (например, для производства обуви надо иметь помещение, специальное оборудование, сырьё, труд рабочих). Отсутствие одного какого-то фактора делает невозможным производство запланированного продукта;

2) существует и взаимозаменяемость факторов. В процессе производства один фактор может быть заменён в определённой пропорции другим (например, при производстве обуви мы можем заменить один материал другим). Это совсем не означает возможность полного исключения из производственного процесса какого-либо фактора.

В любом случае необходима земля, где находится предприятие, необходимо какое-то оборудование и труд рабочих. Различные комбинирования факторов производства дают разные объёмы произведенной продукции. При этом существует определённый предел роста объёма производства при увеличении одного фактора, когда остальные остаются неизменными. Это свойство получило название закона убывающей производительности (отдачи). Этот закон характерен для производственной функции с одним переменным фактором:

$$Q = f(x, y),$$

где x – переменный, y – постоянный фактор.

Например, у фермера все факторы производства: земля, машины, работники, семена – постоянны из года в год, а количество применяемых удобрений меняется. В зависимости от этого и меняется величина получаемого продукта. Вначале, с увеличением переменного фактора отдача увеличивается, затем увеличение продукта замедляется, а, начиная с определенного момента, объем применяемых удобрений растет, а величина получаемого продукта падает. Дальнейший рост переменного фактора уже не дает прироста продукции. Любое выбранное фирмой сочетание факторов производства выражает определенную технологию произ-

водства, использование которой сказывается на объеме выпуска.

Предположим, фирма использует только 2 фактора производства труд и капитал (рис. 1.1).

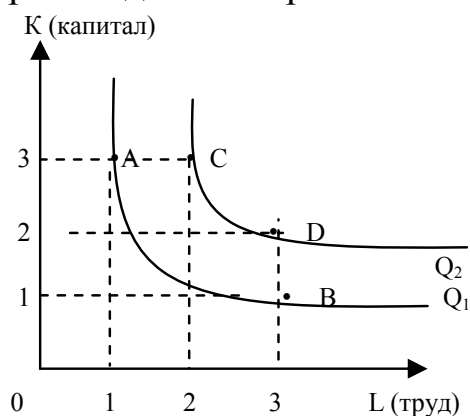


Рис. 1. 1. Структура издержек производства

Кривая, которая отражает все сочетания факторов производства, использование которых обеспечивает одинаковый объем выпуска продуктов – называется *изоквантой*. Так, на изокванте в т. А $Q_1 = 55$ ед., что достигается благодаря использованию – 1 ед. L и 3 ед. K; в т. В $Q_1 = 55$ ед. – при использовании 1 ед. K и 3 ед. L.

На изокванте $Q_2 = 75$ ед. получим в т. С – при использовании 3 ед. K и 2 ед. L и в т. D при 2 ед. K и 3 ед. L.

Набор изоквант, каждая из которых показывает максимальный выпуск продукции, достигаемый при использовании определённых сочетаний факторов, образует *карту изоквант*. Руководствуясь такой картой, руководитель фирмы выбирает такие сочетания факторов, которые позволяют ему *min* издержки и *max* продукцию. В реальных производственных процессах встречаются 2 исключительных случая в конфигурации изоквант (рис. 1.2):

- а) когда 2 фактора (x и y) идеально взаимозаменяемы;
- б) когда они жёстко взаимодополняют друг друга.

Каждый предприниматель, приобретая факторы для организации производства, имеет определённые ограничения в средствах. Графически они выглядят как бюджетная линия потребителя, и называется *изокоста*, её также называют линией равных затрат предприятия. Она полностью обладает всеми свойствами бюджетной линии потребителя (рис. 1.3).

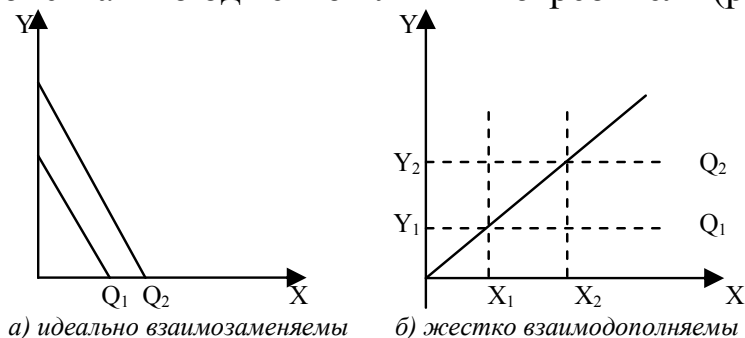
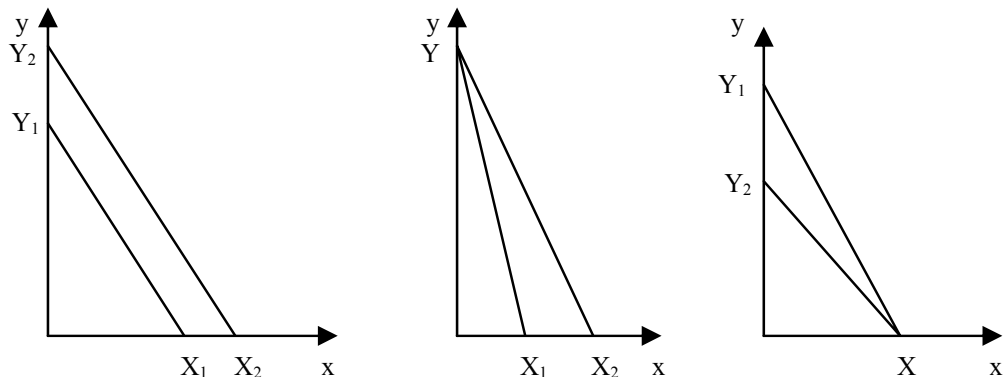


Рис. 1.2. Конфигурация изоквант



а) при неизменных ценах; б) при изменении цены на фактор x ; в) при изменении цены фактор Y

Рис. 1.3. Варианты расположения изокост

Действуя тем же методом, как при определении равновесия потребителя, совместим карту изовконт с изокостой и точка касания покажет наибольший объём производства при заданных бюджетных возможностях (рис. 1.4).

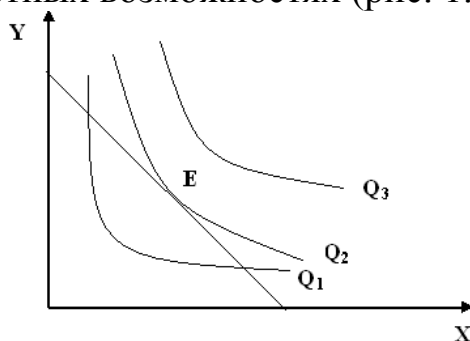


Рис. 1.4. Равновесие потребителя

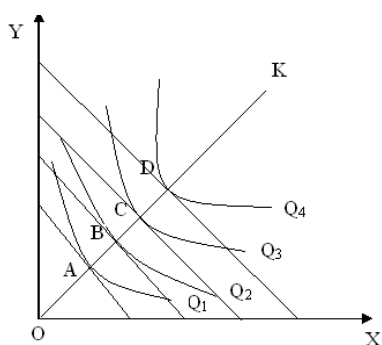


Рис. 1.5. Траектория экономической деятельности фирмы

Для того, чтобы увидеть перспективу развития предприятия в долгосрочном периоде, необходимо представить как увеличится объём производства и затрат на приобретение факторов на каждом этапе роста объёма производства. Соединим точками касания изоквант с

изокостами, получим траекторию экономической деятельности фирмы или производственной деятельности предприятия изоклиная линия ОК (рис. 1.5).

Анализ производственной функции может быть продолжен после определения новых понятий общего, среднего и предельного продукта.

Общий продукт (TR) – общее количество произведённого продукта, которое изменяется по мере увеличения использования переменного фактора. Средний продукт (AR) – это отношение общего продукта к количеству используемого в производстве переменного фактора $AR = \frac{TR}{X}$.

Предельный продукт (MR) – это количество дополнительного продукта, полученного при использовании дополнительной единицы переменного ресурса: $MR = \Delta TR / \Delta X$.

Рассмотрим график этой функции с одним переменным фактором (рис. 1.6):

а) кривая общего продукта TR, которая изменяется в зависимости от величины переменного фактора X. На кривой TR отмечены три точки: В – точка перегиба, С – точка касательной, совпадающей с линией, соединяющей данные точки с началом координат, D – точка максимального значения TR. Возьмем т. А, которая движется по кривой TR. Соединив точку А с началом координат, получим линию ОА. Опустив перпендикуляр из т. А на ось ОХ, получим ΔOAM , где $\text{tg } \angle \alpha$

есть отношение сторон AM к OM , т. е. выражение среднего продукта.

$$AR = \operatorname{tg} \angle \alpha = \frac{AM}{OM} = \frac{TR}{X}.$$

Далее проведя через точку A ещё касательную, получим $\angle \beta$, tg которого будет выражать предельный продукт MR , т. к. это есть (Δ) приращение общего продукта при бесконечно малом Δ переменной величины X .

$$MR = \operatorname{tg} \angle \beta = \frac{AM}{LM} = \frac{\Delta TR}{\Delta X}.$$

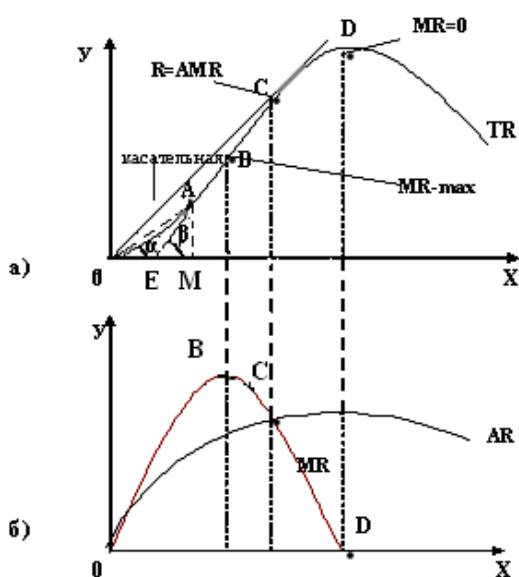


Рис. 1.6. Производственная функция с одним переменным фактором

При сравнении двух ΔLAM и ΔOAM видно, что до определённого момента $\operatorname{tg} \angle \beta$ по величине больше $\operatorname{tg} \angle \alpha$, следовательно, предельный продукт (MR) больше среднего продукта (AR). Когда т. A совпадает с т. B , $\operatorname{tg} \angle \beta$ принимает максимальное значение и предельный продукт MR достигает наибольшей величины

(см. рис. 1.6, б).

Когда т. A совпадает с т. C , значения среднего и предельного продукта равны. При дальнейшем увеличении фактора X $\operatorname{tg} \angle \beta$ будет уменьшаться, а при совпадении т. A с т. D

будет равно нулю. Далее общий продукт будет уменьшаться, а предельный продукт будет отрицателен. Это видно на нижней части графика (см. рис. 1.6, б). Предельный продукт (MR), достигнув максимального значения в т. В, постепенно начинает уменьшаться и в т. С пересекается с кривой среднего продукта (AR), который в этой точке имеет максимальное значение.

Из графика видно, что убывает и предельный продукт и средний продукт, но MR – более быстро. В точке максимального общего продукта (TR) предельный продукт (MR) равен нулю (т. D).

Из приведённого анализа можно сделать вывод, что наиболее эффективное использование переменного фактора (X) происходит на отрезке от т. В до т. С (см. рис. 1.6, б). Здесь предельный продукт (MR), достигнув своего максимального значения, начинает уменьшаться, а средний продукт (AR) ещё возрастает. Именно на этом отрезке на каждую дополнительную единицу затраченного переменного фактора производитель получает наибольший прирост общего продукта.

Когда средний продукт достигает своего максимального значения, эффективность переменного фактора в производстве уменьшается. Участок кривой общего продукта (TR) ниже т. С показывает более низкую эффективность использования переменного фактора. Например, если фермер будет бесконечно увеличивать применение минеральных удобрений на своём участке, то он всё равно не соберёт такого урожая, который накормит всю страну.

1.2. Концепция издержек производства

Исследованием издержек производства занимались классики политэкономии. Так, А. Смит – ввел понятие *абсолютных издержек*, Д. Рикардо – автор теории сравнительных издержек. Под термином «издержки» они понимали средние общественные затраты на единицу продукции.

Согласно марксистской теории издержки производства – это то, что стоит товар капиталисту, т. е. сумма всех расходов на приобретение средств производства и рабочей силы. К. Маркс разграничил издержки производства как затраты труда и затраты капитала.

Маржиналисты (К. Менгер, Ф. Визер) издержки рассматривали как психологические явления, основанные на предельной полезности. По их мнению, сумма, уплачиваемая фирмой за факторы производства, определяется предельной полезностью, которой они обладают с точки зрения продавца.

Австрийский теоретик Ф. Визер разработал субъективную теорию издержек или альтернативных возможностей, согласно которой действительные издержки производства данного товара равны наивысшей полезности тех благ, которые общество могло бы получить, если бы по-другому использовало затраченные производственные ресурсы.

Согласно *институциональной теории* издержек Дж. Кларк занимался проблемой накладных расходов и рассматривал различные типы издержек: индивидуальные и общественные, краткосрочные и долгосрочные. Дж. Гобсон ввел понятие человеческих издержек, которые измеряются качеством и характером трудовых усилий.

Неоклассическая концепция издержек (А. Маршалл) рассматривает их как совокупность затрат на приобретение факторов производства.

В последнее время широкую известность приобрела теория трансакционных издержек (Р. Коуз), разработанная представителями неоинституционализма. Сюда относят издержки обращения, т. е. расходы по реализации товаров (Р. Эрроу). Они считают, что функция рынка заключается в экономии трансакционных издержек.

1.3. Понятие издержек производства и их виды

Поскольку все виды ресурсов ограничены и редки, любое решение о производстве какого-либо товара предполагает отказ от использования тех же видов ресурсов для выполнения другого какого-то изделия.

К. Маркс все расходы на производство товаров разделил на 1) издержки производства и 2) издержки обращения.

Таким образом, издержки – это денежное выражение затрат на производство и реализацию продукции. Рассмотрим их:

а) *издержки производства* – это расходы (денежные траты), которые необходимо осуществить для создания товаров. Они покрывают оплату материалов (сырья, топлива, электроэнергии), заработной платы работников, амортизацию, расходы, связанные с управлением производства. При продаже товаров стоимость товара превращается в денежную выручку. Одна часть ее компенсирует издержки производства (затраты, связанные с производством товаров), другая дает прибыль, т. е. то, ради чего организуется процесс производства. Значит, издержки производства меньше стоимости товаров на величину прибыли.

$$\text{Выручка} = \text{Затраты} + \text{Прибыль}.$$

б) *издержки обращения* по К. Марксу связаны с процессом реализации товаров и делятся на: *чистые и дополнительные*.

- *чистые издержки* – это затраты, связанные с куплей – продажей в чистом виде, они меньше стоимости товара, и возмещаются после продажи товаров из прибыли (зарплата продавцов, содержание торговых помещений и т. д.).

- *дополнительные издержки обращения* – затраты на упаковку, сортировку, транспортировку и хранение товаров. Этот вид издержек обращения есть затраты, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения. Они входят в стоимость товара, увеличивая ее и возмещаются после продажи товара из суммы выручки.

Современная рыночная экономика предполагает, что предприниматель ждет дохода от всех своих издержек, чтобы

иметь устойчивое положение на рынке. Поэтому все издержки представляют собой *альтернативные затраты* и называются *вмененными издержками*, т. к. использование их для производства одного товара – это отказ от их использования для производства других товаров.

Все альтернативные издержки, которые несет фирма в процессе производства могут быть либо *явными (внешние)*, либо *неявными (внутренние)*.

Внешние издержки (явные) – денежные платежи поставщикам факторов производства, промежуточных изделий и деловых услуг. Это заработная плата рабочих и служащих, расходы на сырье, материалы, взносы банкам и другим финансовым учреждениям, расчеты за транспортные услуги (т.е. плата за ресурсы поставщикам).

В процессе производства фирмы также используют *ресурсы, принадлежащие ей самой. Это внутренние издержки (неявные)*. Это денежный капитал, оборудование, станки, предпринимательский талант владельца фирмы, а также некоторые преимущества фирмы (местоположение, престижность торговой марки и т. д.).

В качестве одного из элементов *внутренних издержек* рассматривают и так называемую *нормальную прибыль* предпринимателя, т. е. вознаграждение за выполняемые им функции. В противном случае он мог бы положить свои деньги в банк и получать по ним проценты. Кроме того, он отказался от заработка, который мог бы иметь, работая в другой фирме.

Нормальная прибыль – это та минимальная плата, которая необходима, чтобы удержать предпринимателя его предпринимательские способности и его денежные средства в данном предприятии. Издержки производства, включающие нормальную прибыль, называются *экономическими издержками*, которые не равны бухгалтерским издержкам, т. к. в бухгалтерские издержки совсем не входит прибыль предпринимателя (нормальная прибыль).

С позиции экономиста к издержкам производства следует относить не только фактические затраты, осуществленные в денежной форме, но и неоплачиваемые фирмой издержки. Кроме того, существуют *безвозвратные издержки* – издержки, которые осуществляются фирмой один раз и не могут быть возвращены ни при каких обстоятельствах (например, надпись – реклама на стене предприятия, которое продается другой фирме). Безвозвратные издержки не являются альтернативными и не учитываются в текущих издержках фирмы.

Количество некоторых факторов производства и их комбинации на фирме можно изменить сравнительно быстро, а количество других факторов для своего изменения требуют время. С этой точки зрения различают издержки производства в краткосрочном и долгосрочном периоде.

4.4. Издержки производства в краткосрочном периоде

В краткосрочном периоде количество некоторых производственных факторов остается неизменным, количество других изменяется. Соответственно и издержки в этом периоде подразделяются на *постоянные и переменные*.

Постоянными называются такие издержки (TFC), величина которых не меняется в зависимости от изменения объема производства (они связаны с существованием производственного оборудования фирм). Это затраты на эксплуатацию зданий, сооружений и оборудования, административно-управленческие расходы, арендная плата, страховые расходы (взносы) и т. д. Они должны быть оплачены, даже если фирма ничего не производит. Графически это – линия TFC параллельная оси абсцисс (рис. 1.7).

Переменными называются издержки (расходы) (TVC), величина которых меняется в зависимости от объёма производства. К ним относятся затраты на сырьё, топливо, энергию, транспортные услуги, большая часть трудовых ресурсов и т. д. Чтобы решить руководителю фирмы, сколько выпускать продукции, необходимо знать, как вырастут переменные издержки с ростом объема выпуска. На рис. 1.7 кривая TVC показывает динамику переменных издержек. Эта кривая, воз-

растающая, т. к. любое увеличение производства связано с ростом всех переменных издержек.

Общие издержки (ТС) – это сумма постоянных и переменных издержек при каждом данном объеме производства. При нулевом объеме производства общая сумма издержек будет равна

сумме только постоянных издержек. Затем, при производстве каждой дополнительной единицы продукции общая сумма издержек меняется на ту же величину, что и сумма переменных издержек.

На рис. 1.7 это кривая ТС. В соответствии с определением она полностью повторяет линию переменных издержек (TVC), но сдвигается от нее вверх на величину постоянных издержек. Различие между постоянными и переменными издержками имеет существенное значение для бизнесмена. Переменные издержки – это те, которыми он может управлять и их величина может быть изменена в течение краткосрочного периода, путем изменения объема производства.

И хотя для производителей вовсе не безразлична общая сумма издержек, они не меньше беспокоятся и о *средних издержках, т. е. издержках в расчете на единицу продукции*. Они также делятся на средние постоянные, средние переменные и средние общие издержки.

Средние постоянные издержки (AFC) определяются путем деления всех постоянных издержек на количество производимой продукции (Q), т. е.

$$AFC = \frac{TFC}{Q}.$$

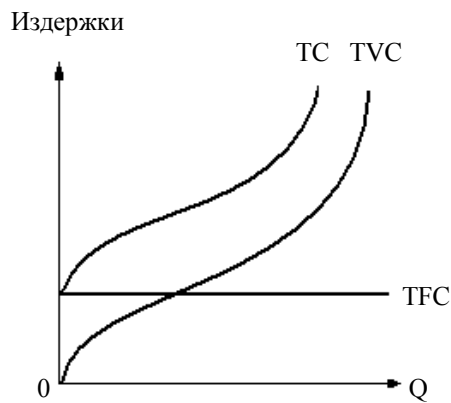
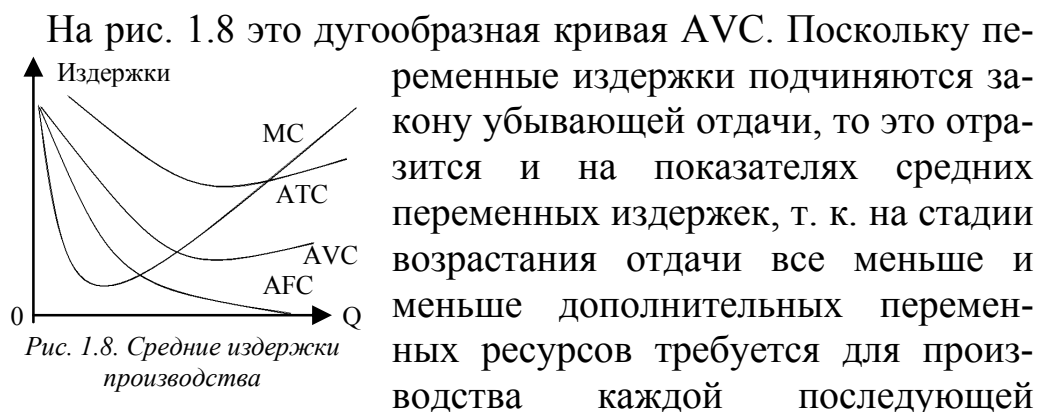


Рис. 1.7. Структура издержек производства

Поскольку сумма постоянных издержек независима от объема производства, то с увеличением количества произведенной продукции она будет падать. Графически это выглядит следующим образом: (рис. 9.8) это кривая AFC.

Средние переменные издержки (AVC) определяются аналогичным образом – путём деления всех переменных издержек (TVC) на количество произведённой продукции (Q):

$$AVC = \frac{TVC}{Q}.$$



единицы продукции, то и переменные издержки в расчете на единицу продукции будет снижаться. Однако, достигнув своего минимума, они затем начнут возрастать, поскольку убывание отдачи обусловит необходимость использования большего количества переменных ресурсов для производства каждой дополнительной единицы продукции.

Средние общие издержки можно рассчитать либо путем деления суммы общих издержек (TC) на количество произведенной продукции (Q), либо, проще, путем сложения AFC и AVC, т. е.

$$ATC = \frac{TC}{Q} = AFC + AVC$$

(на рис. 1.8 это кривая ATC, полученная путем сложения по вертикали AFC и AVC).

Теперь нам остается рассмотреть еще одну очень важную концепцию издержек производства – *концепцию предельных издержек*.

Предельными издержками (МС) называются дополнительные или добавочные издержки, связанные с производством каждой дополнительной единицы продукции. Их можно определять изменением суммы издержек, которые явились результатом производства этой единицы, т. е.

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\text{изменение } TC (\text{прирост})}{\text{изменение } Q (\text{прирост})}$$

На рис. 1.8 график предельных издержек – это кривая МС, которая сначала опускается вниз, а затем круто идет вверх. Это отражает тот факт, что переменные (и общие издержки) сначала увеличиваются убывающими темпами, а затем нарастающими.

Изменение цен на ресурсы и производственные технологии приведет к смещению издержек. Так, рост ТФС сместит кривую вверх, а т. к. эти издержки являются составной частью общих издержек ТС, то и кривая ТС тоже сместится вверх.

Что же касается кривых *переменных и предельных* издержек, то на них рост постоянных издержек никак не отразится. С другой стороны, возрастание переменных издержек (удорожание труда), вызовет смещение вверх кривых средних переменных, общих и предельных издержек, но никак не может отразить положение кривой ТФС.

Большое влияние на величину издержек оказывает изменение технологий. Если они вызовут удешевление производственных факторов или повышение их производительности, то соответственно кривые издержек сместятся вниз.

1.5. Издержки производства в долгосрочном периоде

Долгосрочный период характеризуется тем, что фирма в состоянии изменить количество всех используемых производственных факторов. В этот период одни фирмы могут покинуть отрасль, другие войти в нее. Т. к. в долгосрочном периоде переменный характер всех примененных

факторов производства позволяет фирме использовать самые оптимальные варианты их сочетания, то это отразится и на величине изменения ее средних издержек.

Например, фирма решила увеличить объем производства и расширить свои мощности. Что будет с ее издержками? Как правило, на начальном этапе расширения производства они будут снижаться, а затем, когда вовлечутся новые мощности, станут больше (рис. 1.9).

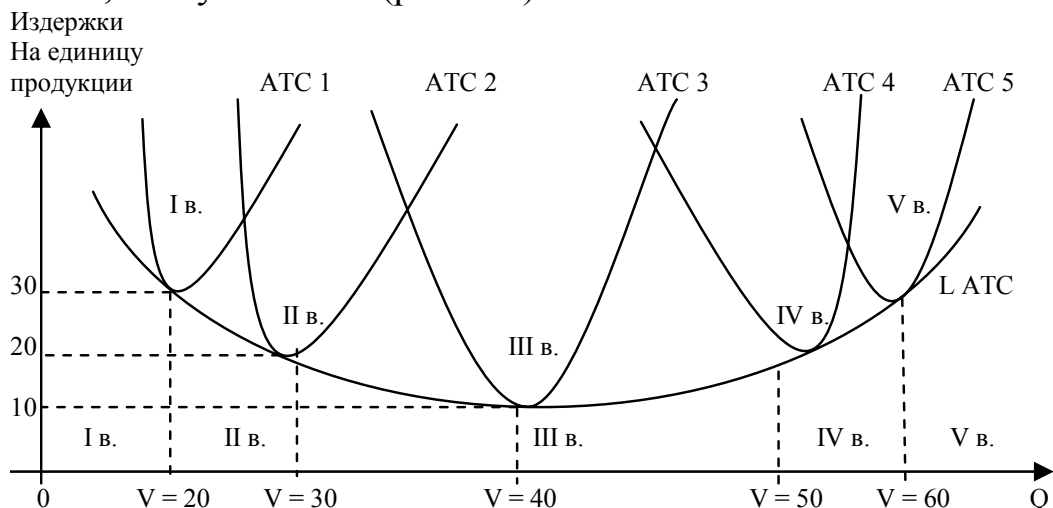


Рис. 1.9. Кривая долгосрочных средних издержек (L ATC)

На графике представлено 5 различных вариантов (I–V) размеров предприятий, рассчитанных на производство различных объемов продукции при наименьших средних общих издержках (ATC), т. е. ATC 1, ATC 2, ..., ATC 5. Эти варианты фирма может рассматривать как ступени своего роста. На каких-то промежутках своей деятельности фирма не меняет производственные мощности, а использует то, что имеет, т. е. можно полагать, что на каждой ступени фирма функционирует в краткосрочном периоде. Поэтому кривая, описывая ее издержки на данном этапе, будет кривой краткосрочных средних издержек. Кривая ATC 1 описывает краткосрочные средние издержки для самого малого предприятия. (I в.), это значит, что предприниматель ставит цель получить объем продукции, не превышающий 20 единиц. Да, но этот объем продаж может быть произведен и на большем предприятии, но тогда увели-

чатся средние общие издержки, т. к. увеличиваются производственные мощности. Значит, выбор II варианта размера предприятия предполагает расширение объема выпуска от 20 до 30 единиц продукции и т. д.

Каждой точке на кривой долгосрочных L АТС соответствует конкретный размер предприятия со своей собственной кривой АТС. Кривая долгосрочных средних издержек АТС является касательной (огибающей) для всех возможных кривых краткосрочных АТС. Кривая долгосрочных АТС показывает наименьшие издержки производства любого заданного объема выпуска при условии, что фирма располагала необходимым временем для изменения всех своих факторов производства.

На рис. 1.9 видно, что наращивание производственных мощностей предприятия будет сопровождаться уменьшением средних общих издержек на производство единицы продукции вплоть до достижения размеров предприятия, соответствующих III в. Дальнейшее наращивание объема производства стремится к увеличению долгосрочных средних общих издержек. Почему кривая АТС имеет дугообразную форму? Это можно объяснить с помощью *эффекта масштаба*. Выделяют положительные и отрицательные эффекты.

Положительный эффект: если при каком-то временном интервале долгосрочные средние издержки уменьшаются с увеличением объема выпуска продукции, то имеет место экономия, обусловленная увеличением масштабов производства. Графически это нисходящая часть кривой L АТС. Например, увеличение количества применяемых ресурсов на 10 % вызвало рост объема выпуска на 12 %. Этот период времени с объема выпуска $0Q_1$, соответствует варианту I расширения фирмы (рис. 1.10). Существует ряд факторов, обуславливающих эффект экономии.

а) углубление специализации производства, которая приводит к увеличению производительности труда;

б) Неделимость производства. Всякая фирма должна

Издержки
на единицу
продукции

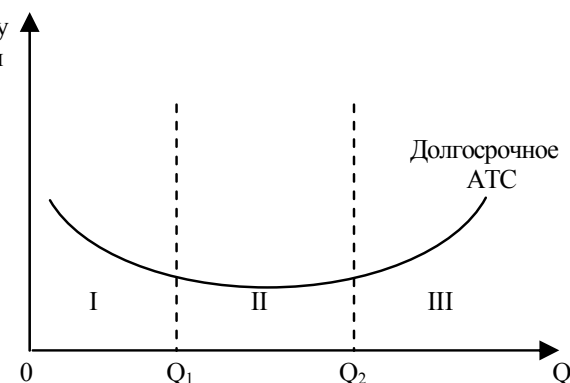


Рис 1.10. Варианты расширения фирмы

иметь минимальный объем ресурсов. По мере увеличения фирмы, затраты на такие ресурсы не увеличиваются, поэтому величина издержек на единицу продукции снижается;

в) применение новых технологий. На больших предприятиях, в условиях большого объема производства высока эффективность применения новой техники, чего не могут себе позволить малые предприятия;

г) производство побочной продукции. Большие фирмы могут использовать неизбежные отходы для вспомогательного производства, что снижает долгосрочные средние издержки.

Если на определенном временном интервале производства долгосрочные средние общие издержки производства при увеличении объема выпуска растут, то имеет место ущерб от роста масштабов производства, т. е. имеет место *отрицательный эффект масштаба*. Графически это восходящая часть кривой L АТС. Например, увеличение количества применяемых ресурсов на 10 % ведет к росту объема выпуска на 7 %. Этот интервал с объемом выпуска свыше $0Q_2$ соответствует III варианту функционирования расширяющейся фирмы.

Причиной отрицательного эффекта могут быть:

а) технические факторы. Так, крупное производство требует соответствующей сырьевой базы, а срывы поставок ведут к повышению издержек производства;

б) организационные причины. Рост административно-управленческого аппарата, оторванность «верхних» этажей управления от производства, потеря гибкости ведут к увеличению средних общественных издержек.

Если же в течение определенного времени долгосрочные средние издержки не реагируют на изменения объема выпуска, т. е. остаются неизменными, то фирма будет иметь *постоянный эффект от изменения масштаба производства*. (Например, рост количества применяемых ресурсов на 10 % вызвал увеличение объема производства тоже на 10 %). Этот временной интервал отвечает варианту II функционирования расширяющейся фирмы.

В настоящее время все большее значение приобретает особый вид издержек – транзакционные – это издержки по защите своих выгод в условиях рыночной экономики:

- издержки поиска информации о ценах и рынках сбыта;
- издержки по ведению переговоров, заключению контрактов, оформлению сделок;
- издержки по разработке стандартов, охране фирменных знаков и торговых марок;
- издержки по защите прав собственности с помощью юридической системы и т. д.

1.6. Доход и прибыль фирмы

Итог хозяйственной деятельности – доход. Это определенная денежная сумма, получаемая фирмой в результате производства и реализации продукции за определенный период времени. В категории «доход» отражается экономическая результативность деятельности фирмы, ее хозяйственной политики, выбора стратегических и тактических решений. Динамика дохода, его величина свидетельствуют о степени эффективности деятельности фирмы, общественном признании производимой ею продукции и о месте и роли

фирмы на рынке. Различают общий, средний и предельный доход.

Общий (валовой) доход (TR) – это общая сумма денежной выручки, полученная фирмой в результате реализации продукции.

$$TR = P \cdot Q,$$

где P – цена реализации единицы продукции; Q – количество единиц продукции.

Средний доход (AR) – величина денежной выручки, приходящейся на единицу реализуемой продукции. Он равен цене единицы продукции.

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{(P \cdot Q)}{Q} = P.$$

Расчет среднего дохода применяют при изменяющихся ценах в течение какого-то временного интервала или в тех случаях, когда ассортимент выпускаемой продукции состоит из нескольких товаров или услуг.

Предельный доход (MR) – приращение валового дохода, полученное в результате производства и реализации дополнительной единицы продукции.

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q},$$

где ΔTR – прирост валового дохода в результате реализации дополнительной единицы продукции; ΔQ – прирост объема производства и реализации на единицу продукции.

Как правило, *валовый доход* фирмы состоит из: 1) выручки от реализации продукции и 2) внереализационных доходов.

Выручка от реализации продукции – это денежные средства, которые поступают на счет фирмы от реализации продукции. *Внереализационные доходы* – денежные средства, получение которых не связано с непосредственной производственной деятельностью фирмы: проценты по вкладам, дивиденды, полученные штрафы, пени, доходы от валютных операций и т. д.

От величины дохода зависит прибыль фирмы. Современная экономическая теория трактует прибыль как доход от использования всех факторов производства – труда, капитала, земли и предпринимательства.

Но в то же время прибыль – понятие не однозначное, т. к. существует нормальная прибыль как элемент внутренних издержек, обусловленный природой бизнеса. Поэтому предприниматель рассматривает нормальную прибыль как отдачу от вложенного капитала, как предпринимательский доход. (Нормальная прибыль – элемент издержек.)

$$\Pi_p = TR - TC$$

Существует два подхода к определению прибыли *бухгалтером и экономистом*.

Бухгалтерская прибыль – есть разница между валовым доходом и внешними издержками (это явные фактические издержки – заработная плата, затраты на сырье, топливо, вспомогательные материалы).

$$\Pi_{\text{прибыль бухгалтерская}} = B_{\text{валовой доход}} - I_{\text{издержки бухгалтерские (явные)}}$$

В экономической теории и практике совокупность постоянных и переменных издержек относят к хозяйственным издержкам.

$$\Pi_{\text{прибыль экономическая}} = B_{\text{валовой доход}} - I_{\text{издержки экономические (внешние + внутренние)}}$$

Хозяйственные совокупные издержки вместе с нормальной прибылью составляют *экономические затраты* (издержки). ($\Pi_{\text{бух}} > \Pi_{\text{экон}}$). Так как прибыль есть разница между выручкой от реализации и денежных издержек, т. е. $\Pi_p = TR - TC_2$, то очевидно фирма стремится максимизировать эту разность.

Производство каждой дополнительной единицы увеличивает общие издержки на величину предельных издержек (МС), но одновременно и увеличивает и общую выручку на величину *предельного дохода* (MR). Пока предельный доход больше предельных издержек, общая прибыль растет, и фирма увеличивает объем производства, т. е. $MR > MC$ – объем производства увеличивается, прибыль растет.

Как только предельные издержки превысят предельный доход, общая прибыль снижается: $MR < MC$ – прибыль уменьшается.

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q},$$

где ΔTR – изменение дохода, ΔQ – изменение выпуска

Следовательно, величина прибыли достигает своего максимума при таком выпуске продукции, при котором предельная выручка (MR) равна предельным издержкам (MC).

Прибыль максимальна при Q, когда $MR = MC$.

Разность между общей выручкой и экономическими издержками образует экономическую или чистую прибыль.

Чем объяснить существование экономической прибыли? Если она есть излишек над нормальной прибылью, то ее существование связано с определенным воздействием предпринимателя на хозяйственную сферу, что придает динамизм экономике. Поэтому верно суждение, что существование экономической прибыли – есть результат предпринимательской деятельности субъекта, его умения оптимально скоординировать использование факторов производства, найти им наилучшее применение. Для фирмы важен вопрос размера прибыли. Существует абсолютный и относительный показатели прибыли.

Абсолютная величина прибыли выражается понятием *масса прибыли*. Но эта масса ни о чем не говорит. Поэтому эта величина должна сопоставляться с годовым оборотом фирмы или величиной ее капиталов.

Относительным показателем прибыли является *норма прибыли (рентабельность)*, демонстрирующая степень отдачи факторов производства, применяемых в процессе производства. Различают рентабельность производства и рентабельность конкретного вида продукции.

Рентабельность производства показывает степень отдачи всего авансированного капитала, в качестве которого вы-

ступают основные производственные фонды (ОПФ) и оборотные средства (Об.С).

$$P_{\text{производства}} = \frac{П_{\text{бал.}}}{К_{\text{аван.}}} \times 100 \%, \quad P_{\text{производства}} = \frac{П_{\text{бал.}}}{ОПФ + Об.С} \times 100 \%.$$

Показателем, характеризующим *эффективность текущих затрат фирмы*, выступает рентабельность продукции.

$$P_{\text{продукции}} = \frac{П_{\text{бал.}}}{С_{\text{прод.}}} \times 100 \%,$$

где $С_{\text{прод.}}$ – себестоимость продукции.

Она показывает степень выгодности производства той или иной продукции. Основными путями повышения рентабельности является удешевление элементов авансированного капитала, снижение текущих затрат производства продукции. Основой этому является широкое внедрение результатов НТП, ведущее к повышению производительности труда и снижению себестоимости продукции.

Сущность прибыли проявляется в ее функциях: учетной, стимулирующей, распределяющей.

- *Стимулирующая функция прибыли* проявляется в том, что она является мощным генератором экономики. Именно стремление к увеличению прибыли лежит в основе большинства нововведений. На величину прибыли влияют количество произведенной продукции, уровень производственных издержек, скорость оборота капитала, уровень производительности труда, уровень цен и т.д.

- *Распределительная функция.* Прибыль служит источником накопления и развития производства, источником материального поощрения работников. В рыночной экономике прибыль – основа развития предпринимательской деятельности.

- *Учетная функция прибыли* – это важный критерий эффективности предпринимательской деятельности. Основные показатели: масса и норма прибыли (рентабельность).

Ранее отмечалось, что основная цель предпринимательской деятельности – *максимизация прибыли. Это не совсем*

так. В западной экономической теории существует несколько теорий оптимизации деятельности фирмы. Так, согласно одной из них целью фирмы должна быть не максимизация прибыли, а объем продаж. Перед фирмой ставится задача достижения, и удержания на возможно большем временном интервале определенного уровня прибыли. В этом случае фирма будет ориентироваться на среднеотраслевую норму прибыли, являющуюся результатом внутриотраслевой конкуренции.

Но в условиях конкуренции объективно не все фирмы могут обеспечить себе постоянную и достаточную прибыльность.

ГЛОССАРИЙ

1. Бухгалтерская прибыль – есть разница между валовым доходом и внешними издержками.

2. Вмененные издержки – альтернативные издержки использования ресурсов, являющихся собственностью фирмы.

3. Внешние издержки (явные) – денежные платежи поставщикам факторов производства, промежуточных изделий и деловых услуг. Это заработная плата рабочих и служащих, расходы на сырье, материалы, взносы банкам и другим финансовым учреждениям, расчеты за транспортные услуги. Это плата за ресурсы поставщикам.

4. Внутренние издержки (неявные) – это альтернативные издержки использования ресурсов, принадлежащих владельцам фирмы. Это денежный капитал, оборудование, предпринимательский талант владельца фирмы и некоторые ее преимущества.

5. Издержки обращения по Марксу – связаны с процессом реализации товаров и делятся на а) чистые и б) дополнительные:

а. Чистые издержки – затраты, связанные с куплей-продажей в чистом виде, они меньше стоимости товаров, и возмещаются после продажи товаров из прибыли (заработная плата продавцов, содержание торговых помещений и т. д.);

б. Дополнительные издержки обращения – затраты на упаковку, сортировку, транспортировку и хранение товаров. Этот вид издержек обращения есть затраты, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения. Они входят в стоимость товаров, увеличивая ее, и возмещаются после продажи товаров из суммы выручки.

6. Издержки производства – сумма затрат фирмы на производство товаров и услуг, проданных в течение определенного периода времени.

7. Изокванта – кривая, показывающая все сочетания ресурсов, которые могут быть использованы для выпуска данного объема производства.

8. Изокоста – кривая, которая изображает ограничения средств, необходимых для приобретения факторов производства.

9. Нормальная прибыль – это та минимальная плата, которая необходима, чтобы удержать предпринимательские способности владельца фирмы и его денежные средства в данном предприятии.

10. Общие издержки (валовые) – это сумма постоянных и переменных издержек при каждом данном объеме производства. При нулевом объеме производства общая сумма издержек будет равна сумме только постоянных издержек. Затем, при производстве каждой

дополнительной единицы продукции общая сумма издержек меняется на ту же величину, что и сумма переменных издержек.

11. **Общий (валовой доход)** – общая сумма денежной выручки, полученной фирмой в результате реализации продукции: произведение цены на количество продукции.

12. **Переменные издержки** – расходы, величина которых меняется в зависимости от объема производства. К ним относятся затраты на сырье, топливо, энергию, транспортные услуги, большая часть трудовых ресурсов и т. д.

13. **Постоянные издержки** – такие издержки, величина которых не меняется в зависимости от изменения объема, производства. Это затраты на эксплуатацию зданий, сооружений и оборудования, административно-управленческих расходов, арендная плата, страховые расходы (взносы) и т. д.

14. **Предельные издержки** – дополнительные или добавочные издержки, связанные с производством еще одной дополнительной единицы продукции. Их можно определять изменением суммы издержек, которые явились результатом производства этой единицы.

15. **Предельный доход MR** – приращение валового дохода, полученное в результате производства и реализации дополнительной единицы продукции.

16. **Рентабельность** – показатель экономической эффективности бизнеса, характеризующий соотношение дохода и затрат за определенный период времени.

17. **Средние валовые издержки** – величина совокупных издержек в расчете на единицу продукции, рассчитываются как отношение совокупных издержек к объему выпускаемой продукции и равны сумме средних постоянных и средних переменных издержек.

18. **Средние переменные издержки** – величина переменных издержек в расчете на единицу продукции, определяется как отношение переменных издержек к объему выпускаемой продукции.

19. **Средние постоянные издержки** – величина постоянных издержек в расчете на единицу продукции, рассчитывается как отношение суммы постоянных издержек к объему выпускаемой продукции.

20. **Средний доход AR** – величина денежной выручки, приходящейся на единицу реализуемой продукции.

21. **Экономическая прибыль** – разность между валовым доходом и всеми издержками фирмы (явными и неявными).

22. **Эффект масштаба** – выигрыш, получаемый в результате снижения издержек производства на единицу продукции по мере увеличения ее выпуска.

Глава II

Структура рынка

2.1. Классификация рыночных структур

Рынок – это организационная структура, где встречаются покупатели и продавцы, производители и потребители и где в результате их взаимодействия устанавливаются цены товаров и объем продаж. *С позиции структурной организации рынка* определяющее значение имеет количество производителей (продавцов) или покупателей, участвующих в процессе обмена. Именно структура связей между ними определяет тип взаимодействия спроса и предложения. В зависимости от целей экономического исследования может быть предложено несколько различных классификаций типов рыночных структур.

Признаком, положенным в основу этой классификации, является степень влияния отдельного продавца (или покупателя) на рыночную цену. Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является понятие *конкуренция*. В общем случае конкуренция между производителями – это тип взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объема продаж товаров на рынке. Аналогично можно определить конкуренцию между потребителями как взаимоотношения по поводу формирования цен и объема спроса на рынке.

Конкуренция бывает 2-х видов: *совершенная конкуренция*, если ни один из продавцов (покупателей) не способен оказать существенное влияние на цену товара и, если это условие не соблюдается, то конкуренция является *несовершенной*.

Несовершенная конкуренция в свою очередь подразделяется на *чистую монополию, монополистическую конкуренцию, олигополистическую конкуренцию и монополию* (рис. 2.1). Кроме того, существуют внутриотраслевая и межотрас-

левая; первая – за рынки сбыта продукции, вторая – за наиболее выгодное вложение капитала.



Рис. 2.1. Виды конкуренции

Кратко охарактеризуем эти модели конкуренции.

1. *Совершенная (чистая) конкуренция.* В условиях чистой конкуренции существует большое число фирм, производящих стандартные, однородные товары. В этих условиях любая фирма может вступить на рынок или покинуть его, здесь почти нет контроля над ценами.

2. *Чистая монополия* – это рынок где одна фирма является единственным продавцом продукта или услуги, заменителей которым не существует. Проникновение на рынок других фирм заблокировано и осуществляется полный контроль над ценами.

3. *Монополистическая конкуренция* характеризуется сравнительно большим числом продавцов, которые производят дифференцированный продукт, т. е. такой, качественные характеристики которого отличаются от аналогичного продукта других фирм. При этом доступ на рынок не ограничен, а контроль за ценами ограничен.

4. *Олигополия (олигополистическая конкуренция)* отличается небольшим числом продавцов и эта «немногочисленность» означает, что решение об определении цен и объема продаж является взаимозависимым, т. е. каждая фирма испытывает на себе влияние решений, принимаемых ее конкурентами и должна учитывать эти решения в своем собственном поведении в области ценообразования и определения объема

производства. Продукты могут быть стандартизированы (сталь, алюминий) или дифференцированы (автомобили, пишущие машинки). Как правило, вступление в олигополию — дело очень сложное.

5. *Монопсония*. Ситуация на рынке, когда на нём имеется только один покупатель. Монопольная власть ведёт к тому, что он является создателем цены. Монопсония характерна для рынка факторов производства, например, для рынка труда, когда фирмы могут воздействовать на ставку заработной платы.

6. *Монополия, практикующая дискриминацию*. Обычно под этим понимается практика компаний состоящая в назначении разных цен для разных покупателей. Дискриминация в области цен имеет место в пассажирских авиаперевозках, во врачебной практике, в адвокатских услугах и т. д.

7. *Двусторонняя монополия*. Рынок, на котором одному покупателю, не имеющему конкурентов, противостоит один продавец-монополист. Двусторонние монополии встречаются на рынке труда, где сталкиваются две монопольные силы — профсоюзы и предпринимательские организации.

8. *Дуополия*. Рыночная структура, в которой действуют только две фирмы производители определенного вида продукта. Каждая из них действует самостоятельно. Частный случай олигополии.

Перечисленные рыночные структуры имеют различную степень распространения в реальной действительности.

Совершенная конкуренция в настоящее время — скорее научная абстракция, чем фактическое состояние рынка. В настоящее время к ней приближены с известной долей условности, рынок зерна и ценных бумаг. Чистая монополия также крайне редка. Наиболее массовыми рыночными структурами является монополистическая конкуренция и олигополия. Выпечка хлеба, производство шампуней, розничная торговля и многие др. виды деятельности осуществляются в условиях монополистической конкуренции. В то время как львиная

доля промышленного производства находится в руках компаний, которые формируют олигопольный рынок: автомобильной, металлургической, табачной промышленности, станкостроительного производства и другие. Рассмотрим теперь более подробно процесс установления цен и объём выпуска фирмами, действующими на некоторых из перечисленных рынков.

2.2. Рынок совершенной конкуренции

Совершенная конкуренция играет особую роль в экономической теории. Дело в том, что она позволяет построить некую идеальную модель функционирования экономики в сравнении, с которой можно изучить реальные рыночные структуры.

Существование совершенной конкуренции (СК) определяется следующими предпосылками:

1. Большое количество мелких продавцов и покупателей, ни один из которых не имеет заметного влияния на рыночную цену и количество предлагаемого товара.

2. Каждый продавец производит однородную продукцию, которая ничем не отличается от продукции других продавцов.

3. На чисто конкурентном рынке отдельные фирмы осуществляют незначительный контроль над ценой продукции, т. к. в условиях СК каждая фирма производит настолько малую часть от общего объёма производства, что снижение или увеличение ее выпуска не будет оказывать существенного влияния на общее предложение, а, следовательно, и на цену продукта.

4. Отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасли нового производителя и свободного выхода из отрасли, т. е. нет никаких препятствий — законодательных, технологических, финансовых и т. д.

Кривая спроса, с которой сталкивается отдельная конкурентная фирма, совершенно эластична. Рассмотрим ос-

новые параметры деятельности фирмы в условиях СК с помощью графика (рис. 2.2, а).)

Так как фирма может продать дополнительную единицу продукции по постоянной цене, кривая ее предельного дохода MR в условиях СК совпадает с ее кривой совершенно эластичного спроса D, (т. е. предельный доход равен цене продукции). Кривая спроса может совпадать с кривой среднего дохода (AR). $TR/Q = P = AR$. Кривая общего дохода фирмы (TR) имеет прямую, восходящую линию, т. к. каждая добавочная единица продаж увеличивает общий доход на постоянную величину, равную цене. Ее наклон постоянен (т. к. постоянен предельный доход). Для всего же рынка (рис 2.2. б) кривая D имеет отрицательный наклон, а кривая S – положительный.

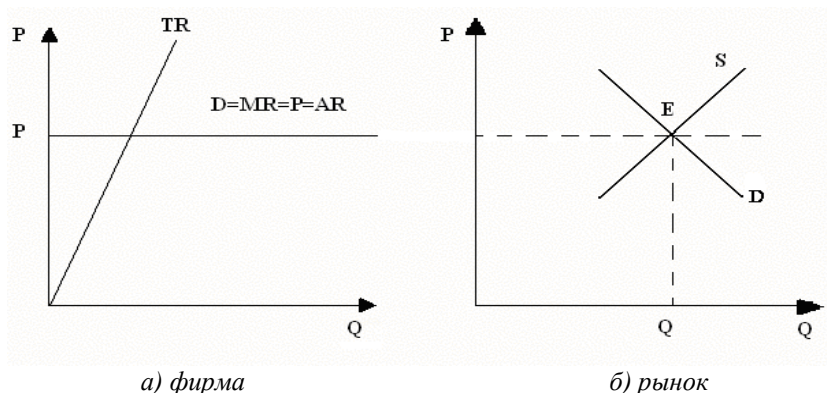


Рис. 2.2. Рынок совершенно конкуренции

Пересечение кривых D и S даёт точку рыночного равновесия, которая соответствует рыночной цене и равновесному объёму продаж. На конкурентном рынке реализуется максимальный объём продаж. Поскольку экономическая прибыль определяется как разница между доходом и издержками, то это и указывает направление нашего анализа $\text{Прибыль} = TR - TC$.

Существует 2 подхода (принципа) к определению объема выпуска, при котором фирма будет получать максимальную прибыль или минимальные убытки.

1. Сравнение общего дохода и общих издержек – Прибыль = $TR - TC$.

2. Сравнение предельного дохода и предельных издержек MR и MC .

Оба эти подхода применимы не только к чисто конкурентной фирме, но и к фирме, функционирующей в условиях любой из рыночных структур. Рассмотрим их.

1. *Принцип сопоставления общего дохода и общих издержек.* При фиксированной рыночной цене перед производителем стоят 3 взаимосвязанных вопроса:

1. Следует ли производить? Если «да», то, какое количество продукции? Какая прибыль или убыток будут получены?

При сравнении общих издержек и общего дохода фирме имеет смысл производить такое количество продукции, которое обеспечит ей максимальный доход или минимальные убытки.

Пример: фирма производит обувь по цене \$ 40. В этом случае количество продукции, общие издержки и общий доход представлен в табл. 2.1.

Любое производство за пределами этих точек повлечет за собой убытки. Любое производство в пределах точек В и D принесет экономическую прибыль (рис. 2.3).

Таблица 2.1

Количество продукции	Общие издержки	Общий доход	Прибыль (убытки)
0	35	0	-35
1	59	40	-19
2	75	80	5
3	95	120	25
4	120	160	40
5	150	200	50
6	190	240	50
7	245	280	35
8	330	320	-10

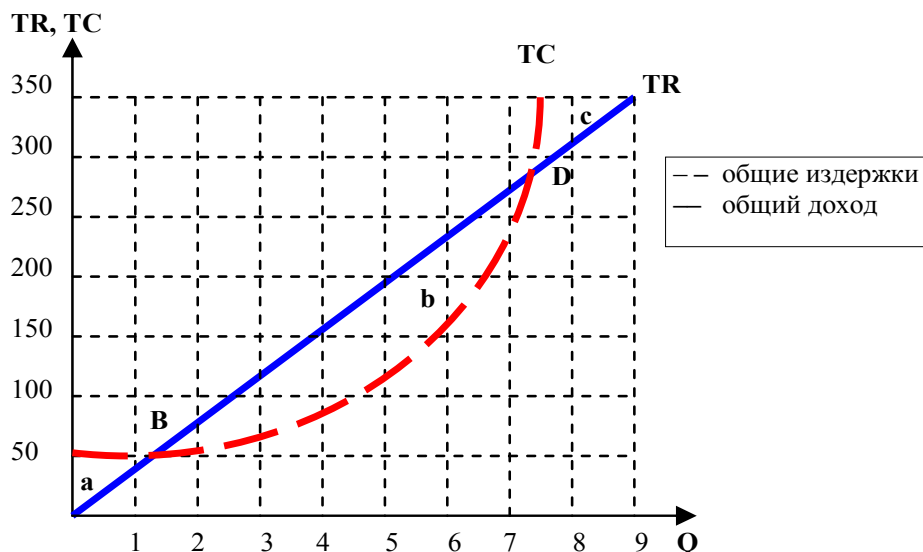


Рис. 2.3. Сопоставление общего дохода и общих издержек

Максимальная прибыль достигается там, где разница по вертикали между кривыми общего дохода и общих издержек является наибольшей. (В нашем примере это производство 6-ти пар обуви при максимальной прибыли – \$ 50, см. табл. 2.1) $TR - TC = 240 - 190 = 50$ (прибыль). Но фирма получает \$ 50 прибыли, выпуская и 5 пар обуви. При этом экономисты считают, что для фирмы более выгодно продать большее количество обуви, т. е. 6 пар.

2. *Принцип сопоставления предельного дохода с предельными издержками.* Сопоставим предельный доход и предельные издержки по обувной фабрике (табл. 2.2).

Из табл. 2.3 видно, что предельные издержки равны предельному доходу ($MC = MR$) при производстве 6-й пары обуви. Именно в этом случае прибыль максимальна.

Таблица 2.2

Количество продукции	Предельные издержки	Предельный доход	Прибыль (убытки)
0	24	40	-35
1	16	40	-19
2	20	40	5
3	20	40	25
4	25	40	40

5	30	40	50
6	40	40	50
7	55	40	35
8	85	40	-10

Предположим, что цена одной пары обуви постоянна и равна \$ 40. Но цены могут упасть, и тогда доход фирмы снизится (рис 2.4). В т. L цена равна \$ 40, если ATC равна \$ 30, тогда прибыль равна \$ 10 (40–30).

Как долго фирма должна производить продукт в условиях падения цен и когда ей следует прекратить свое существование? Для этого понадобятся данные о средних постоянных и средних переменных издержках, которыми мы будем оперировать (табл. 2.3).

Таблица 2.3

Количество продукции	Постоянные издержки	Переменные издержки	Общие издержки	Предельные издержки	Средние издержки	Средние переменные издержки	Средние постоянные издержки
0	35	0	35	0	0	0	0
1	35	24	59	24	59	24	35
2	35	40	75	16	38	20	18
3	35	60	95	20	32	20	12
4	35	85	120	25	30	21	9
5	35	115	160	30	30	23	7
6	35	155	190	40	32	26	6
7	35	210	245	55	35	30	5
8	35	295	330	85	41	37	4

Допустим, что цена одной пары обуви упадет до \$ 30, тогда оптимальным количеством продукции является 5 единиц (см. график) – это точка Н. Здесь средние издержки минимальны, они равны цене, а прибыль равна 0 (30–30).

Точка Н, в которой происходит пересечение кривой средних издержек ATC с кривой предельных издержек MC, называется *критической*, ниже которой фирма несет убытки при продолжении производства. Пусть цена упала до \$ 25 за одну пару (точка Y на кривой MC). Здесь фирму ожидает убыток (25 – 30 = -5), т. к. цена в \$ 25. при производстве 4-х пар обуви не покрывает средние общие издержки в \$ 30 (см. табл. 10.2). Стоит ли ей продолжать производить продукт? – Да!

Хотя фирма и несет убытки, ей необходимо продолжить производство, т. к. цена равная \$ 25, превышает средние переменные издержки $AVC = \$ 20$, если бы она прекратила свое существование, то ей бы пришлось возмещать постоянные издержки (в нашем примере $FC = \$ 35$), а так она понесет убыток только \$ 20. Общий доход равен 4 пары * \$ 25 = \$ 100. Прибыль = 100 - 120 = -20 – фирма несет убыток при общих издержках = 120 (30*4).

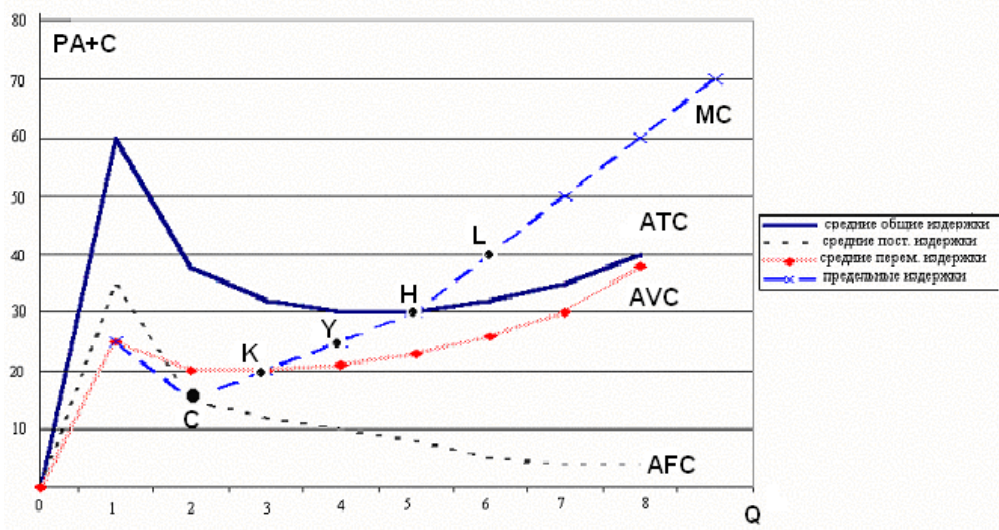


Рис. 2.4. Сопоставление основных показателей деятельности фирмы

Предельная точка, до которой фирма может позволить себе производить продукт с убытками – это точка K, где цена в \$ 20, равна средним переменным издержкам. В этой точке кривая MC пересекает кривую средних переменных издержек AVC и фирма должна прекратить свое существование, т. к. ее потери будут больше \$ 35, т. е. постоянных издержек и она не в состоянии их покрыть.

2.3. Несовершенная конкуренция и её формы

Чистая монополия. Наиболее ярко выраженным типом несовершенной конкуренции является чистая монополия. Абсолютная или чистая монополия существует тогда, когда одна фирма является производителем продукции, не имею-

щей близких заменителей. Ей присущи следующие характерные черты:

а) продавец – единственный производитель – монополист;

б) реализуемый продукт уникален: небольшой город подчас обслуживается одной авиалинией или железной дорогой. Местный банк и кинотеатр можно также отнести к монополии в маленьком географически изолированном населенном пункте;

в) монополист обладает рыночной властью, контролирует цены. Причем, если в совершенной конкуренции фирмы с ценой соглашаются, то здесь ее назначают!

г) на пути входа на рынок монополиста устанавливаются непреодолимые барьеры – как естественные, так и искусственные. В первом случае говорят о естественной монополии. Это ситуация, в которой производство товаров или услуг сосредоточено на одной фирме в силу объективных природных или технических причин. В самом деле, реально ли предположить, что в подземных перевозках у московского метрополитена появится конкурент. Как правило, такие естественные монополии находятся в руках государства или действуют под его строгим контролем. Сюда также относят транспорт и связь.

К искусственным барьерам относят патенты и лицензии, предоставляющие некоторым фирмам исключительное право функционирования на данном рынке. Институт частной собственности также может быть использован монополией как средство создания преграды для конкурентов. Фирма, владеющая или контролирующая сырье, может препятствовать созданию конкурентных фирм.

Соперники могут быть устранены и путем нечестной конкуренции. Это может быть поношение продукта, давление на поставщиков ресурсов, на финансовые учреждения.

Максимизация прибыли в условиях чистой монополии. Механизм взаимодействия потребителя и единственного

производителя на монопольном рынке принципиально отличается от случая совершенной конкуренции. Сравним кривые спроса на товар 2-х фирм представителей совершенной (СК) и несовершенной конкуренцией (НК) (рис. 2.5). Как видно из рисунка, совершенно конкурентная фирма может продать, сколько захочет, не оказывая влияния на рыночную цену. В случае фирмы несовершенного конкурента – кривая спроса D имеет отрицательный наклон, т. к. чем больше ее количество продукции (Q), тем ниже цена, т. е. когда фирма-монополист выбросит на рынок большое количество товаров, его цена падает.

Вывод: если линия спроса понижается, т.е. имеет отрицательный наклон, то мы имеем дело с фирмой несовершенным конкурентом.

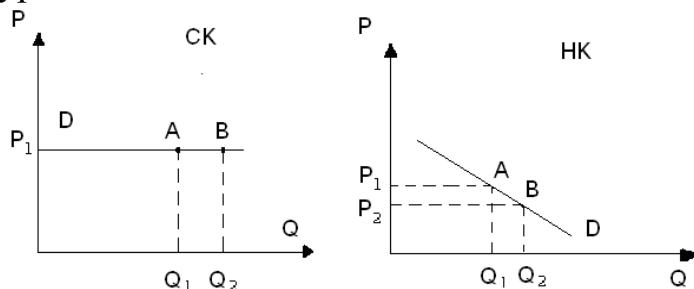


Рис. 2.5. Сравнение фирм совершенной и несовершенной конкуренции

Максимизация прибыли монополии решается 2 путями:

- 1) методом сравнения валового дохода и валовых издержек ($Pr = TR - TC$);
- 2) методом сравнения предельного дохода и предельных издержек (MR и MC).

1 метод. Валовой доход равен произведению цены единицы продукции на объем её выпуска ($TR = p \cdot Q$). Для продажи каждой дополнительной единицы продукции монополист должен снизить цену. Кривая валового дохода при несовершенной конкуренции имеет «холмообразный» вид, а кривая валовых издержек имеет свой традиционный вид. Максимиза-

ция прибыли будет при таком объеме продукции когда $(TR - TC) \sim \max$ (рис. 2.6).

2 метод. Сравнения предельного дохода и предельных издержек. В условиях совершенной конкуренции предельный доход равен цене ($MR = p$), т. к. цена постоянна и каждая дополнительная единица товара приносит доход, равный цене. Каков же будет доход при несовершенной конкуренции?

Изобразим графически динамику предельного дохода и спроса в условиях несовершенной конкуренции. На оси ординат – предельный доход и цена, а на оси абсцисс – количество продукции (рис. 2.7).

На рис. 10.7 видно, что линия MR снижается быстрее, чем линия спроса D . В условиях несовершенной конкуренции предельный доход ниже цены. Ведь для продажи дополнительной единицы продукции несовершенный конкурент снижает цену. Это дает ему определенный выигрыш, но при этом он несет определенные потери.

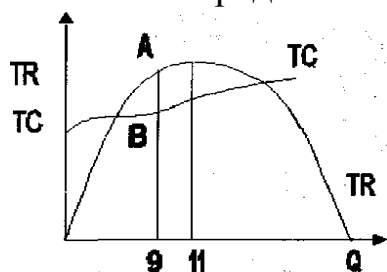


Рис. 2.6. Первый метод максимизации прибыли

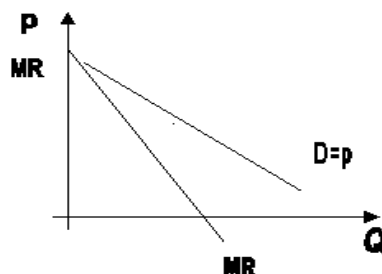


Рис. 2.7. Сравнение цены и предельного дохода

Фирма все время должна сопоставлять предельный доход и предельные издержки. Пока разность между ними положительна, фирма расширяет свое производство, т. к. имеет прибыль. Когда же $MR = MC$ наступает равновесие фирмы.

При несовершенной конкуренции равновесие ($MR = MC$) достигается при таком объеме производства, когда средние издержки не достигают своего минимума, т. е. $(MC = MR) < ATC < p$. Итак максимальная прибыль определяется при соблюдении равенства: $MR = MC$.

На рис. 2.8 видно, что равновесие фирмы определяется пересечением MC и MR (т. Е), от нее проводится вертикаль

на кривую спроса. Таким образом, узнаем цену, обеспечившую наибольшую прибыль, а заштрихованный прямоугольник это монопольная прибыль. Как и совершенный конкурент, несовершенный конкурент расширяет свое производство до момента, когда $MC = MR$, но объем Q при этом будет меньше. При совершенной конкуренции в т. E_2 предельные издержки равны средним издержкам и цене т. е. $MC = AC = p = D$. Если бы p_3 установилась на уровне E_2 то не было бы монопольной прибыли.

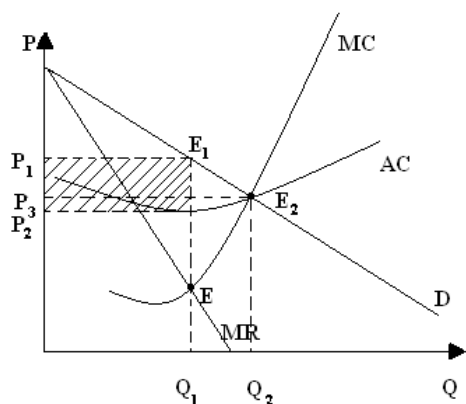


Рис. 2.8. Второй метод максимизации прибыли

Потери от несовершенной конкуренции. Если бы цена установилась на уровне т. E_1 (пересечение кривых MC и D) т. е. цена p_1 соответствовала бы условиям совершенной конкуренции и $MC = p$, то потребительский избыток (рента) будет равен $S \Delta p_1 E_1 p_0$ (рис. 2.9).

В условиях несовершенной конкуренции цена устанавливается на уровне т. E_2 (пересечение MC и MR и пересечение с кривой спроса). При этой же цене на уровне p_2 объем предложения фирмы равен Q_2 .

Но он меньше объема Q_1 , который соответствует совершенной конкуренции $Q_2 < Q_1$.

Теперь потребительская рента равна площади $\Delta p_2 p_0 E_2$, а монопольная прибыль соответствует S прямоугольника $p_1 C E^2 p^2$. Чистый убыток для общества – это $\Delta E E_1 E_2$. Таким образом, монополия рвет на части потребительский избыток и ренту производителя. Часть его достается самой монополии, а другая – вообще теряется

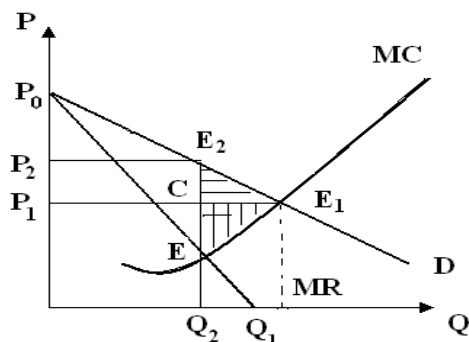


Рис. 2.9. График потерь от несовершенной конкуренции

обществом CE_1E_2 . Теряется и часть ренты производителя CE_{E_1} . При этом ΔCE_1E_2 – потери потребителя, а ΔECE_1 – потери производителя.

Последствия монополизации:

- 1) высокий размер прибыли в условиях монополии;
- 2) сокращается уровень общественного благосостояния (снижается потребительская выгода).

Практически часть денег потребителей, которые могли бы пойти на приобретение товаров, перешли к монополии при увеличении цены и снижении объема продаж;

- 3) неравномерное распределение доходов;
- 4) чистые потери потребительской выгоды для общества;
- 5) ценовая дискриминация – установление различных цен на один и тот же товар в зависимости от условий продажи.

Обычно ценовую дискриминацию подразделяют на 2 типа:

- 1 тип относится к условиям покупки товара или оплаты услуги отдельным покупателям в зависимости от количества одновременного приобретаемого товара. Например, покупатель может приобрести пачку сигарет за 1,5 д. Или блок (10 пачек) за \$ 12. Или при двух минутах разговора абонент платит \$ 1,5 за минуту, а при 4-х минутах – \$ 1 за 1 минуту.

- 2-ой тип дискриминации, когда фирма устанавливает разные цены на один и тот же товар на различных рынках. Эти рынки могут различаться территориально, по группам потребителей, по времени совершения покупки и т. д. Например, цена на аудио- и видеоаппаратуру, произведенную в Японии на европейском рынке и в России будет различной. Или цена билета на дневной и вечерний сеанс в одном и том же кинотеатре тоже может быть различной.

Для того чтобы ценовая дискриминация была возможна, необходимо выполнение двух условий:

- 1) фирма должна обладать достаточной монопольной силой, чтобы устанавливать разные цены;

- 2) должна отсутствовать возможность перепродажи;

Ценовая дискриминация имеет весьма сложный механизм и применяется фирмами там, где рынки имеют разную эластичность спроса.

Используя ценовую дискриминацию, монополист как бы исправляет негативный результат монополизации – уменьше-

ние предложения. Поэтому отношение общественности и правительства к ценовой дискриминации двойственное. С одной стороны уменьшается потребительская выгода, с другой – увеличивается объем предложения и спроса. В долгосрочном периоде монополист ведет себя так же, как и в краткосрочном периоде, т. е. старается поддерживать монопольно высокую прибыль. Такое положение может оставаться довольно долго, т. к. барьеры для вхождения конкурентов на монопольный рынок высоки. Дело в том, что монополист способный удовлетворить весь спрос потребителей на некоторый товар, не имеющий близких заменителей, имеет огромные масштабы производства, которые позволяют ему иметь низкие удельные издержки. Конкуренту, чтобы успешно внедриться в этот рынок, требуется обеспечить низкие издержки, т.е. иметь достаточный масштаб производства, что требует значительных капиталовложений. Высокие кап. затраты в сочетании с неопределенностью успеха на монополистическом рынке и являются серьезным препятствием для входа конкурента на монопольный рынок. В целом, монополию легче не допустить, чем разрушить. На это обычно направлены антимонопольные действия. Правительство берет деятельность монополии под контроль. При этом надо заставить монополию действовать «по правилам» совершенного рынка, т. е. установить цены на уровне предельных затрат. Но предельные затраты, как правило трудно сосчитать не только силами правительственной комиссии, но и самой фирмы. Поэтому обычно пытаются установить цену на уровне средних затрат, а объем выпуска на разумном пределе мощностей предприятия. На практике это также нелегко сделать. В результате цена устанавливается на уровне некоторой надбавки к средним затратам.

Рассмотрим это на примере рис. 2.10. Эффект государственного регулирования естественной монополии.

В случае отсутствия контроля фирма установила бы заниженный объем выпуска продукции Q_0 при высокой цене

P_0 , в результате чего имела бы монопольную прибыль, равную площади прямоугольника CP_0AB . В соответствии с общественными интересами, государство установило для фирмы норму рентабельности к издержкам на уровне « m » от удельных затрат.

$$m = p = \frac{\Pi}{c/c} = \frac{\text{прибыль}}{\text{издержки}}.$$

В таком случае кривая $AC_1 = (1 + m)AC$ отражает величину издержек с учетом необходимой прибыли. Точка A_1 будет определять равновесную цену, при которой спрос и предложение сбалансированы на уровне A_1 . В результате такого регулирования объем предложения существенно больше, цена ниже, а фирма имеет нормальную прибыль равную площади прямоугольника $C_1PA_1B_1$.

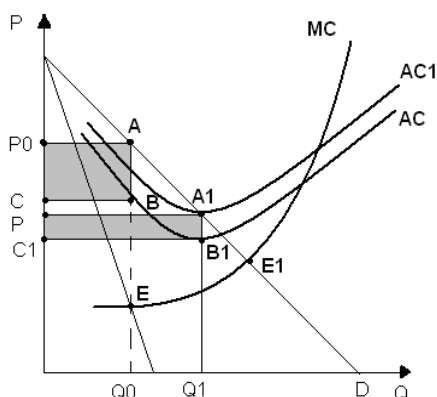


Рис. 2.10. Государственное регулирование естественной монополии

Преимущества естественной монополии используются на благо общества. Но этот способ контроля целесообразен не только в случае естественной монополии, но любой вообще. Практически, контролируемые естественными монополиями являются обычно местные телефонные компании, предприятия электро- и газоснабжения населения и ряд компаний в сфере услуг. Рассмотренные выше чистая конкуренция и чистая монополия являются исключениями, а не правилом в международном бизнесе. Большинство рыночных структур находятся где-то между этими двумя крайностями.

Р. С. Что же мы выигрываем от конкуренции?

1. При наличии конкуренции производитель постоянно стремится снизить свои затраты на производство товаров, чтобы увеличить прибыль. В результате этого увеличивается производительность, снижаются издержки и компания получает возможность снизить розничные цены. Таким образом, с

увеличением эффективности производства конкуренция ведет к снижению цен.

2. Конкуренция побуждает производителей улучшать качество товаров и постоянно увеличивать разнообразие предлагаемых товаров и услуг.

Потребители быстро определяют, какие фирмы производят продукцию высшего качества и эти фирмы получают большую прибыль.

Все это в итоге приводит к тому, что выигрывает потребитель и общество в целом.

Монополистическая конкуренция (МК). *Наиболее распространенным типом рыночной структуры является монополистическая конкуренция. Ее основные черты:*

1) возможность контролировать цены (т. е. монопольная власть) для одной фирмы здесь незначительна;

2) на рынке присутствует относительно большое число мелких фирм;

3) фирмы производят разнообразные продукты и хотя продукт каждой фирмы в чем-то специфичен, потребителю можно легко найти товары-заменители и переключить свой спрос на них;

4) вступление в отрасль новых фирм не является сложным (чтобы открыть новую лавку или ателье не надо больших капиталовложений).

Как видно из характеристики, МК близка рынку совершенной конкуренции. Спрос на продукцию фирмы в условиях МК, хотя и не является абсолютно эластичным (как в условиях совершенной конкуренции), но эластичность его высока. Примерами рынка МК могут служить рынки спортивной одежды, обуви, лекарств и т. д.

Конкурентность таких рынков тоже высока, что объясняется легкостью доступа на рынок новых фирм. Так, если фирмы, производящие стиральные порошки будут получать больше экономической прибыли, это приведет к притоку новых фирм в отрасль. Новые фирмы будут предлагать потребителям новые марки стиральных порошков, иногда мало

отличающихся от уже имеющихся (в новой упаковке, другого цвета).

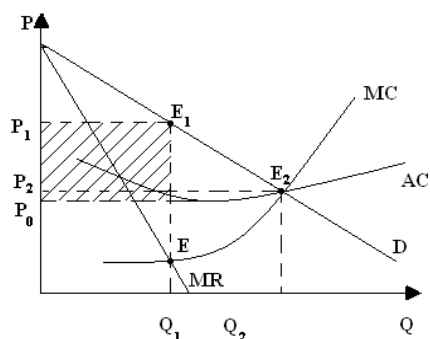


Рис. 2.11. График монополистической конкурентности в краткосрочный период

Цена и объем производства в условиях МК. В краткосрочном периоде фирмы будут выбирать цену и объем выпуска, максимизирующие прибыль и минимизирующие убытки, исходя из уже известного нам принципа равенства предельного дохода и предельных издержек ($MR = MC$). Рассмотрим графически, как устанавливается краткосрочное равновесие фирмы в условиях, когда число фирм в отрасли постоянно (рис. 2.11). Максимальная прибыль равна разности общественного дохода и общественных издержек, т. е. ($\Pi = TR - TC$). Равновесие фирм стремится к т. E. Из нее опускаем вертикаль на кривую спроса и находим тогда P_1 — цену монополиста. Несовершенный конкурент сравнивает MR и MC , когда расширяет производство. Расширение возможно до тех пор, пока $MR = MC$, но объем производства будет меньше, чем при Соперенной конкуренции — $Q_1 < Q_2$. При совершенной конкуренции в т. E_2 происходит совпадение $MC = AC = P$. Если бы P_2 была на уровне E_2 , то не было бы и монополевой прибыли. Каждый монополистический конкурент сталкивается с убывающей кривой спроса и для наращивания объема выпуска (также как и любому монополисту) ему необходимо идти на снижение цены. Фирма выбирает объем выпуска Q^1 , при котором предельный доход равен предельным издержкам. Прибыли равные в данном случае $\Pi = (P^1 - P^0) \cdot Q$, побуждают новые фирмы к входу на рынок. В долгосрочном периоде ситуация сильно меняется, т. к. здесь имеет место вход новых фирм. Кривая спроса, с которой сталкивается каждый монополистический конкурент, зависит как от цен, так и от количества близких заменителей для его продукции. Чем

больше видов конкурентных заменителей и чем ниже их цены, тем меньше спрос на продукцию любой отдельной фирмы.

Сокращение спроса в долгосрочном периоде снижает экономическую прибыль фирмы до 0, вхождение новых фирм прекращается и цена становится равной величине средних издержек $P = AC$. Положение долгосрочного равновесия фирмы будет следующим (рис. 2.12):

Чтобы, максимизировать прибыль при заданной новой кривой

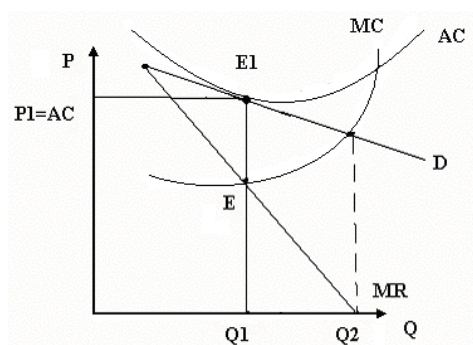


Рис. 2.12. График монополистической конкуренции в долгосрочный период

спроса на ее продукцию (D) фирма должна производить объем продукции Q , при котором предельные издержки равны предельному доходу ($MR = MC$). Таким образом, она устанавливает цену P_1 , превышающую величину предельных издержек и получает нулевую экономическую прибыль, т. к. кривая спроса D яв-

ляется касательной к кривой средних издержек AC при данных значениях цены и объема выпуска, т. е. цена здесь равна издержкам. В состоянии такого равенства производных Прибыль равна 0. ($AC = P_1$) и следовательно нет притока новых фирм в отрасль.

В реальной жизни фирмы могут получать экономическую прибыль достаточно длительное время. Это связано с дифференциацией продукции. Некоторые виды продукции, выпускаемые фирмой достаточно трудно воспроизвести. С другой стороны барьеры для входа в отрасль хоть и не велики, но все же существуют. Например, чтобы открыть парикмахерскую или заниматься частной медицинской практикой, надо иметь соответствующее образование (диплом).

Является ли рыночный механизм МК эффективным?

С точки зрения использования ресурсов – нет, т. к. производство осуществляется не с минимальными издержками

(см. рис. 2.12): производство Q_1 не достигает величины, где средние издержки фирмы минимальны Q_2 . Но если оценить эффективность с позиции удовлетворения интересов потребителей, то многообразие товаров, отражающее индивидуальные запросы людей, является для них более предпочтительным, чем однообразная продукция по более низким ценам и в большем объеме.

Олигополия. Это тип рынка, на котором несколько фирм контролируют его основную часть. При этом номенклатура может быть как невелика (нефть), так и достаточно обширна (автомобили, химическая продукция). Для олигополии характерно ограничение вступления новых фирм на рынок. Это связано с эффектом масштаба, большими расходами на рекламу, существующими патентами и лицензиями. Так как каждый олигополист сталкивается только с небольшим числом соперников, его действия, как правило, будут оказывать заметное влияние на каждого из них. При максимизации прибыли он должен принимать в расчет свои взаимоотношения с этими соперниками. Взаимозависимость решений фирмы по ценам и объему производства является особенностью олигополии. Поэтому модель олигополии должна отражать три момента: издержки, спрос и ответная реакция конкурентов.

Важно подчеркнуть, что в случае олигополии конкуренция носит преимущественно неценовой характер.

Неценовая конкуренция основана на привлечении потребителя не с помощью снижения цены, а за счет других факторов: улучшения качества товаров, рекламы, послепродажного технического обслуживания и т. п. Каждый олигополист учитывает, что снижение его цены вызовет ответную реакцию других олигополистов. Поэтому возросший вследствие снижения цены спрос распределяется между всеми фирмами и фирме, первой понизившей цену, достанется лишь часть возросшего спроса. А если

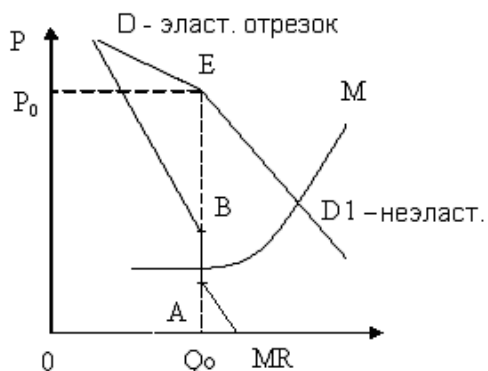


Рис. 2.13. Модель олигополии

ответную реакцию других олигополистов. Поэтому возросший вследствие снижения цены спрос распределяется между всеми фирмами и фирме, первой понизившей цену, достанется лишь часть возросшего спроса. А если

эта же фирма увеличит цену, то другие фирмы могут и не последовать за ней и поэтому спрос на ее продукцию сократится значительно быстрее, чем это произошло бы в случае общего увеличения цен.

Графически, кривая спроса фирмы – олигополиста имеет оригинальный характер «ломанной кривой» спроса (рис. 2.13)

Здесь P_0 – действующая цена. Если бы фирма повысила цену выше действующей, ее соперники не пошли бы за ней и поддержали цену на уровне P_0 . Тогда фирма быстро бы потеряла сбыт. Кривая спроса на продукцию фирмы на отрезке ДЕ – эластична. С понижением цены фирма также не очень преуспела бы, т. к. ее соперники тоже пошли бы по пути снижения цены и кривая спроса становится более крутой – неэластичной отрезок ED_1 . Таким образом, с увеличением цены выше действующей – кривая спроса более эластична. С понижением цены ниже уровня P_0 , ее наклон изменится, обуславливая перегиб кривой в этой точке Е. Другими словами в т. Е установится отраслевая цена, а имеющийся перегиб кривой спроса фирмы – олигополиста обусловит устойчивость этой отраслевой цены.

Обратимся к рассмотрению кривой предельного дохода олигополии. Олигополистическому характеру «ломанной кривой» спроса соответствует и своеобразная конфигурация кривой предельного дохода олигополии, состоящая из трех отрезков. Особенно интересен отрезок АВ, представленный в виде прямой вертикальной линии. Его возникновение связано с различиями в эластичности спроса на продукцию фирмы – олигополиста (о котором мы говорили ранее, т. е. она растет с ростом цены выше P_0 и снижается со снижением цены ниже P_0). Так как кривая спроса имеет излом при цене P_0 , кривая MR имеет разрыв при соответствующем значении объема выпуска Q_0 . В пределах этого отрезка (т. е. между точками А и В) кривая предельных издержек (МС) может смещаться вверх и вниз, но это не повлияет на уровень сло-

жившейся олигопольной цены P_0 при неизменном выпуске продукции Q_0 . В условиях стабильного уровня цен в отрасли олигополии предпочитают вести между собой неценовую конкуренцию, стремясь избежать разрушительных потерь при «ценовой войне». Поэтому необходимо отметить, что ценообразование в условиях олигополии отличается определенной стабильностью цен и как мы уже отмечали, требует осознанного взаимодействия, чего не было ни в одной из рассмотренных ранее моделей рынка. Эти особенности ставят перед фирмами, работающими в условиях олигополии, дополнительную цель или сверхзадачу – это максимальная совокупная прибыль в масштабах олигополии. Ведь в результате согласованного поведения группа в целом и каждый ее участник может получить больше, чем при независимых действиях.

Поведение олигополистов на практике отличается многообразием:

1) явный сговор: (картели) когда фирмы в отрасли идут навстречу друг другу и открыто договариваются о ценах и объеме выпуска, но на сегодняшний день явный сговор в некоторых странах является незаконным и поэтому картели относительно редки, но все же существуют. Но т. к. явные соглашения о ценах между частными корпорациями обычно запрещены законом, олигополисты часто ищут пути к тайному сотрудничеству;

2) молчаливый сговор: лидерство и стабильность. При олигополистичном лидерстве в области ценообразования первой фирме (ценовому лидеру) с молчаливого согласия остальных отводится ведущая роль в установлении отраслевых цен. Другие фирмы сохраняют свои цены неизменными пока лидер не объявит об изменении цен и, как правило, все фирмы следуют за ним;

3) олигополистическое поведение. Даже если сговор оказался эффективным в течение определенного времени, но как только одна или более фирм почувствуют, что они больше выигрывают, нарушая правила, чем, следуя им, тогда каждая фирма сама прогнозирует спрос, с которым может столкнуться и возможную реакцию соперников на свои действия и, исходя из этого, действует, максимизируя свою прибыль. До сих пор

мы показывали возможности входа на рынок новых продавцов, а это порождает еще две характерные черты поведения олигополистов;

4) сдерживание входа на рынок путем установления объема выпуска выше монопольного уровня, тем самым, вынудив новичка основать крупное, дорогостоящее предприятие, пойдя на риск снижения цены ниже уровня издержек.

Практика назначения самой низкой цены, которая препятствует входу на рынок, называется практикой сдерживания цен. И если вход все же происходит, то фирмы вступают на путь хищнического ценообразования, когда фирма резко снижает цену до такого уровня, при котором она теряет деньги, но при котором конкуренты теряют еще больше и не могут долго продержаться в отрасли. Хотя это явление относительно редкое, тем не менее, оно имеет место.

Монопосония. Как один продавец не может повлиять на рыночную цену, так и один отдельный покупатель при совершенной конкуренции не может воздействовать на рыночную цену покупаемых товаров. Линия спроса на продукцию совершенного конкурента-продавца характеризуется абсолютной эластичностью. И также линия предложения для совершенного конкурента – покупателя являются абсолютно эластичной. Это значит, что если покупатель предложит за товар меньше денег, чем сложившаяся рыночная цена, он не купит ничего. Предложив денег больше, он купит много.

Сравним кривые спроса и предложения в условиях совершенной конкуренции со стороны покупателя и продавца (производителя) (рис. 2.14 и 2.15). На рис. 2.14, уже известном по совершенной конкуренции, кривая спроса на продукцию продавца D имеет горизонтальный вид, а кривая предложения S – это восходящая ветвь кривой предельных издержек. Рис. 2.14 – это зеркальное отражение рис. 2.15.

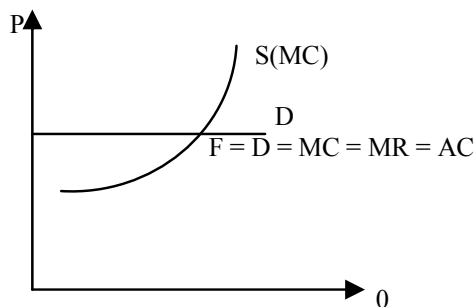


Рис. 2.14. Рынок совершенного конкурента-продавца

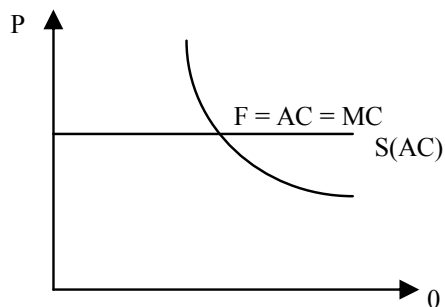


Рис. 2.15. Рынок совершенного конкурента-покупателя

Покупателей в условиях совершенной конкуренции много, каждый из них не может воздействовать объемом своих закупок на линию предложения S . Именно поэтому S – горизонтальная линия при совершенной конкуренции среди покупателей. Неизменность цены в условиях совершенной конкуренции со стороны покупателя означает, что покупатель никак не влияет на нее и соблюдаются все условия равновесия: цена равна средним издержкам и предельным издержкам ($p = AC = MC$). Со стороны покупателя, уплачиваемая им цена p совпадает и с дополнительными (предельными) издержками приобретения продукции.

Предельные издержки приобретения – это дополнительные издержки покупателя при закупке им дополнительной единицы продукции. Покупатель уплачивает за товар определенную цену. Эта цена P , и есть его издержки. Если эта цена неизменна при каждой дополнительной покупке единицы продукции, то и предельные издержки приобретения будут неизменны. Поэтому кривая S – неизменна. Значит, если цена равна средним издержкам ($P = AC$), то предложение (S) это линия (средних издержек) AC и (предельные издержки) MC дополнительные издержки приобретения покупателя. В условиях совершенной конкуренции, рассматриваемой со стороны покупателя, линия предложения $S = AC = MC = P$ и она имеет горизонтальный вид. $D = P = AC = MC = MR$. Условием равновесия продавца (производителя) является равенство предельных издержек и предельного дохода $MR = MC$. У по-

покупателя тоже должно быть равенство $MC = MR$. MR покупателя – прирост дохода покупателя – т. е. прирост полезности MU или кривая предельного дохода (MR) и спроса D . В условиях монополии на рынке действует один покупатель, что будет с кривой предложения? Это будет предложение всей отрасли, а не фирмы. Монополист имеет перед собой весь рынок, за его «благосклонность» конкурируют разрозненные производители. Если покупатель один, а продавцов много, конкуренция развернется между продавцами и цена снизится. Поэтому монополист будет диктовать цену на приобретаемую продукцию и устанавливать ее на уровне более низком, чем в условиях совершенной конкуренции. При монополии все будет зависеть от условий предложения отрасли и соответствующего уровня цены предложения.

Зависит ли власть монополиста от характера приобретаемого им продукта? – Да! Сопrotивляться его власти могут производители долговечной продукции, а не скоропортящейся. Монополия устанавливается на рынке труда и других рынках. (Например, на рынке драгоценных камней монополист фирма огранки алмазов «Де Бирс» диктует цену покупки производителям).

Монополист, манипулируя объемом закупок, может воздействовать на рыночную цену продавца, поэтому с его точки зрения рыночная цена предложения будет отражать динамику средних издержек всей отрасли. Совокупное предложение отрасли характеризует кривая, отражающая совокупность средних издержек различных фирм данной отрасли.

Но кривая предложения монополиста – это кривая средних издержек AC . Любая точка, находящаяся на кривой средних издержек, соответствует тому или иному уровню цены предложения монополиста при закупке им определенного коли-

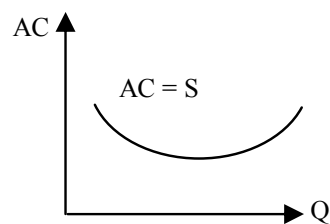


Рис. 2.16. Кривая средних издержек (предложения) монополии

чества товара (рис 2.16). Он показывает, что цена предложения может быть:

- 1) понижающейся – нисходящая ветвь АС;
- 2) повышающейся – восходящая ветвь АС.

Так как произошел переход от совершенной конкуренции к несовершенной конкуренции, кривая предложения утратила свой горизонтальный вид и превратилась в U-образную форму кривой средних издержек отрасли (АС). Само предложение отрасли не зависит от монополиста, т. к. он сам не занимается выпуском продукции. От монополиста зависит

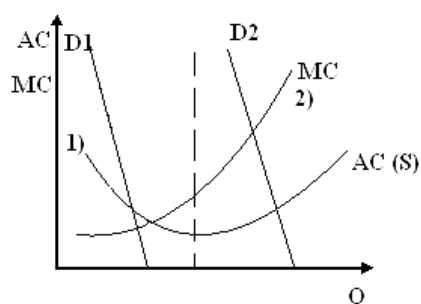


Рис. 2.17. Кривая предложения монополиста с понижающейся и повышающейся ценой

объем закупок, которые он произведет, и соответственно цена приобретения продукции. Именно над этим у него имеется власть. Кривая спроса D монополиста может пересекать кривую предложения отрасли, т. е. кривую АС в 2-х вариантах: $D1$ и $D2$ или при 2-х ситуациях в отрасли: при понижающейся и повышающейся цене

предложения (рис. 2.17).

На рис. 2.17 пунктиром разделены 2 ситуации, которые возможны:

- 1) монополист функционирует в условиях понижающейся цены предложения в отрасли;
- 2) монополист функционирует в условиях повышающейся цены предложения в отрасли.

В первом случае для приобретения каждой дополнительной единицы продукции монополист будет понижать свою цену приобретения, следовательно, у него *предельные издержки приобретения будут ниже цены*: т. к. уплачиваемая монополистом (покупателем) цена – это и есть его издержки. Кривая МС будет расположена ниже кривой АС.

Во втором случае монополист, имея дело с растущей ценой предложения, столкнется и с растущими предельными

издержками приобретения товаров. Кривая MC – выше восходящей кривой предложения AC .

Почему так происходит? Когда монополист начинает осуществлять закупки, конкуренция между производителями ведет к снижению цены предложения отрасли. Монополист стремится навязать условия: «Я куплю у вас еще одну единицу продукции, но вы мне понизьте цену». Если же в отрасли, где «хозяйничает» монополист, привлечены фирмы с относительно *высокими издержками* (другие фирмы), то эти производители тоже принимают условия *монополиста*.

Для лучшего уяснения проблемы объема закупок монополистом, разобьем рис. 2.17 на 2 отдельных графика:

1) случай с повышающейся ценой предложения в отрасли (рис 2.18);

2) случай с понижающейся ценой предложения в отрасли (рис 2.19).

Рассмотрим их.

1 случай. При повышающейся цене предложения

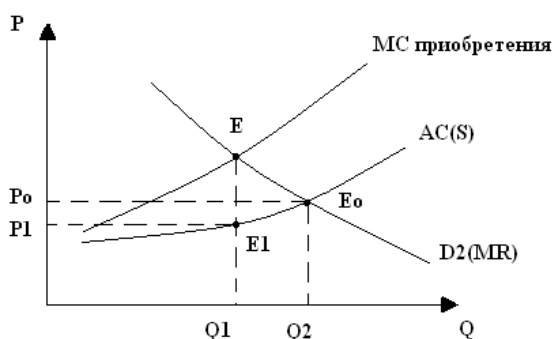


Рис. 2.18. Модель монополии с повышающейся ценой предложения

AC – кривая средних издержек в отрасли (с точки зрения монополиста – это кривая предложения продукции (S)). MC – кривая предельных издержек отрасли (с точки зрения монополиста – это кривая предельных издержек приобретения). $D2$ – кривая спроса (с точки

зрения монополиста – кривая предельной полезности или предельного дохода (MU или MR)).

Найдем точку равновесия покупателя на пересечении кривых MC и MR монополиста. Точка E – точка пересечения кривой MC и кривой $D2$ (кривой предельного дохода покупателя-монополиста). На кривой AC находим т. $E1$, которая и определяет уровень цены приобретения монопо-

ниста P_1 . Она – ниже цены P_0 , которая была бы в условиях совершенного конкурента-покупателя. На этом графике видно, что монополист приобретает продукции в количестве Q_1 , что меньше количества Q_2 , соответствующего условиям совершенной конкуренции.

2 случай. При понижающейся цене предложения

На рис 2.19 найдем точку E – точку пересечения MC и $D_1 (MR)$ предельный доход (или предельная полезность) покупателя-монополиста. Соответствующий уровень цены находим, проводя вертикаль до кривой предложения $S(AC)$ (до точки E_1). Уровень цены приобретения будет P_1 . Эта цена вновь, как и на предыдущем графике, будет ниже цены P_0 , что соответствует условиям совершенной конкуренции, которая установилась бы в условиях совершенной конкуренции покупателя. Но объем закупок монополии теперь будет Q_1 , что меньше Q_0 (объема закупок, который был бы произведен в условиях совершенной конкуренции).

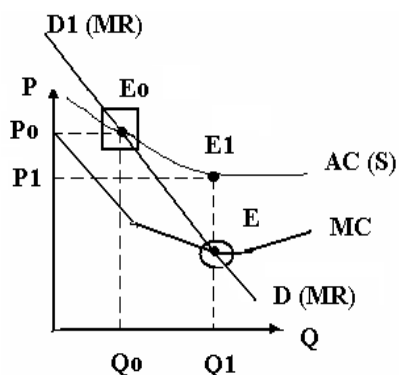


Рис. 2.19. Модель монополии с понижающийся ценой предложения

Анализ несовершенной конкуренции со стороны покупателя-монополиста приводит к аналогичным выводам относительно отклонения рыночных цен от состояния равновесия в условиях совершенной конкуренции. Разница в том, что монополист устанавливает свою цену выше уровня условий совершенной конкуренции, а монополист – ниже того уровня, который был бы при совершенной конкуренции.

2.4. Показатели монопольной власти

Эластичность спроса является важным фактором, ограничивающим монопольную власть фирмы на рынке. Если мы имеем дело с чистой монополией (только один продавец), эластичность спроса становится единственным рыночным фактором, сдерживающим монопольный произвол. Именно поэтому деятельность всех отраслей единственной монополии

регулируется государством. Во многих странах предприятия единственной монополии являются государственной собственностью.

Однако чистая монополия встречается достаточно редко, как правило, либо монопольная власть делится между несколькими крупными фирмами, либо на рынке действует множество небольших фирм, каждая из которых производит отличающуюся от других продукцию. Таким образом, на рынках несовершенной конкуренции каждая фирма в той или иной степени обладает рыночной властью, что позволяет ей устанавливать цену выше предельного дохода и получать экономическую прибыль.

Как известно, разница между ценой и предельным доходом зависит от эластичности спроса на продукцию фирмы: чем более эластичен спрос, тем меньше возможностей получения дополнительной прибыли, меньше рыночная власть фирмы.

В условиях чистой монополии, когда спрос на продукцию фирмы совпадает с рыночным, его эластичность является определяющей оценкой рыночной власти фирмы. В других случаях, когда рыночная власть делится между двумя, тремя или большим количеством фирм, она зависит от следующих факторов:

1. *Эластичность рыночного спроса.* Спрос на продукцию отдельной фирмы не может быть менее эластичным, чем рыночный спрос. Чем большее количество фирм представлено на рынке, тем более эластичен будет спрос на продукцию каждой из них. Присутствие конкурентов не позволяет отдельной фирме значительно поднимать цену без опасения потерять часть своего рынка сбыта. Поэтому оценка эластичности спроса на продукцию фирмы является той информацией, которая должна быть известна руководству фирмы. Данные об эластичности должны быть получены путём анализа сбытовой деятельности фирмы, объёма продаж при различных ценах, проведения маркетинговых исследований, оценки деятельности конкурентов и т.д.

2. *Количество фирм на рынке.* Однако само по себе количество фирм ещё не даёт представления о том, насколько рынок монополизирован. Для оценки конкурентности рынка используется индекс рыночной концентрации Герфиндаля, характеризующий степень монополизации рынка:

$$H = p_1^2 + p_2^2 + \dots + p_1^2 + \dots + p_n^2,$$

где H – показатель концентрации; $p_1^2 + p_2^2 + \dots + p_1^2 + \dots + p_n^2$ – процентная доля фирм на рынке.

Пример. Оценим степень монополизации рынка в двух случаях:

а) когда доля одной фирмы составляет 80 % от всего объёма продаж данной продукции, а остальные 20 % распределяются между тремя фирмами; б) когда каждая из четырёх фирм осуществляет по 25 % продаж на рынке.

Индекс рыночной концентрации составит:

В первом случае $H = 80^2 + 6,67^2 + 6,67^2 + 6,67^2 = 6533$; во втором случае $H = 25^2 * 4 = 2500$.

Следовательно, в первом случае степень монополизации рынка выше.

3. *Поведение фирм на рынке.* Если фирмы на рынке будут придерживаться стратегии жёсткой конкуренции, снижать цены для захвата большей доли рынка и вытеснения конкурентов, цены могут снизиться почти до конкурентного уровня (равенство цены и предельных издержек). Монопольная власть и соответственно монопольные доходы фирм уменьшатся. Однако получение высоких доходов очень притягательно для любой фирмы, поэтому вместо агрессивной конкуренции более предпочтителен явный или тайный сговор, раздел рынка. Структура рынка, степень его монополизации должны учитываться фирмой при выборе стратегии деятельности.

Для формирующегося рынка России характерна высокомонополизированная структура, поддерживаемая созданием в последние годы различного рода концернов, ассоциаций и других объединений, одной из целей которых является поддержание высоких цен и обеспечение себе «спокойного существования». Вместе с тем предполагаемое усиление открытости российской экономики для мирового хозяйства приводит к конкуренции с зарубежными фирмами и значительно усложняет положение отечественных монополистов.

Помимо уже рассмотренного выше эффекта масштаба существуют и другие причины, приводящие к монополии. Среди них немалую роль играет установление препятствий для вхождения в отрасль новых фирм. Такими препятствиями могут быть необходимость получения специального разрешения государственных органов на занятие тем или иным видом деятельности, лицензионные и патентные барьеры, таможенные ограничения и прямые запреты на импорт, сложности в получении кредитов, высокие первоначальные затраты на открытие нового предприятия и другие. Например, для открытия коммерческого банка в России помимо установленного минимального размера Уставного фонда требуется специальное разрешение Центрального банка РФ, получить которое достаточно сложно. Не менее сложно и «добыть» относительно дешёвый кредит. Введённые новые импортные пошлины на спиртные напитки, та-

бачные изделия, автомобили и другие снижают конкурентные возможности иностранных товаров и укрепляют позиции отечественных производителей. Вместе с тем получение высоких прибылей является мощным стимулом, привлекающим новые фирмы в монополизированную отрасль. И если отрасль не является естественной монополией (а большинство российских монополий таковыми не являются). То фирма-монополист в любой момент может ожидать появления неожиданного конкурента.

Чем выше прибыль предприятия-монополиста, тем больше желающих проникнуть в отрасль, например путём, разрешения производства и продаж товаров-заменителей. Выход новых фирм на рынок с продукцией, способной эффективно заменить продукцию монополиста, приводит к переключению спроса потребителей. В таких условиях монополист будет вынужден снижать цену, отказываться от части прибыли, чтобы сохранить своё положение на рынке.

Законодательные барьеры для вхождения в отрасль также не вечны. На поддержку государственных чиновников, выражающих их интересы, монополисты тратят значительные средства, которые включаются в издержки, увенчивая их. Поэтому в условиях развитого рыночного хозяйства положение фирм-монополистов не является таким уж «безоблачным», как это кажется на первый взгляд.

2.5. Государственное регулирование рынка: антимонопольное законодательство

Система свободного предпринимательства основывается на убеждении, что конкуренция наилучшим образом служит интересам всех членов общества. Многие страны мира в 20 в. с целью поддержки конкуренции (в отдельных отраслях народного хозяйства) приняли антимонопольные законы, целью которых является предупреждение и сокращение монопольных цен, дефицитности производства, перераспределение монопольного богатства и, что особенно важно поддержка рыночного механизма – установление равновесия спроса и предложения в зависимости от уровня цен. В наиболее развитой форме антимонопольное законодательство существует в США, где оно называется антитрестовским.

Первым антитрестовским законом был акт Шермана 1890 г., согласно которому незаконным является создание

монополии и ограничение свободы торговли. Нарушения закона Шермана рассматривались как преступные действия и наказывались штрафом и тюремным заключением сроком до 3-х лет.

Акт Клейтона (1914) устанавливает запрет на контракты по продаже товаров с принудительным ассортиментом, ценовую дискриминацию, ограничение сбыта продукции.

В 1914 г. была организована федеральная торговая комиссия (ФТК), предназначенная для борьбы с «нечестными» методами конкурентной борьбы и антиконкурентными слияниями компаний.

В 1950 г. закон Селлера-Кефопера дополнил акт Клейтона.

Если сначала закон Клейтона относился только к горизонтальным слияниям предприятий, то поправка Селлера-Кефопера была направлена против любого слияния, уменьшающего конкуренцию и ведущего к созданию «монополии».

В 1976 г. конгресс США принял Акт антитрестовских усовершенствований *Харта-Скота-Родино*, согласно которому компании, желающие осуществить слияние, обязаны предоставить уведомление и информацию о готовящейся сделке в Министерство юстиции и ФТК за 30–40 дней. После чего решается вопрос о возможности передачи дела в окружной суд.

В 1982-84 гг. Министерство юстиции приняло *новые правила регулирования слияния фирм*. Объективная необходимость антимонопольного законодательства доказана опытом развития экономики многих стран мира.

В марте 1991 г. Верховный совет РСФСР принял закон «О конкуренции и ограничении монопольной деятельности на товарных рынках» и был учрежден Государственный Комитет Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур (ГКАП).

Решением ГКАП от 29 декабря 1991 г. был утвержден государственный реестр Российских федеральных объедине-

ний и предприятий – «монополий». В него включены предприятия, производящие более 35% продукции на каком-либо товарном рынке.

Для предприятий включенных в реестр, устанавливают обязательную декларацию повышения свободных цен, государственное регулирование цен (республиканскими или местными органами) а также предоставление статистической отчетности по объему производства, удовлетворению спроса на рынке сбыта и качеству продукции.

ГЛОССАРИЙ

1. **Дуополия** – тип рынка, при котором имеются только два поставщика определённого товара и между ними отсутствует соглашение о рынке сбыта и квотах.

2. **Монополистическая конкуренция** характеризуется сравнительно большим числом продавцов, которые производят дифференцированный продукт, т. е. такой, качественные характеристики которого отличаются от аналогичного продукта других фирм. При этом доступ на рынок не ограничен, а контроль над ценами ограничен.

3. **Монополия** – рынок товаров и услуг со множеством продавцов и одним покупателем, который диктует цену на приобретаемую продукцию и устанавливает её на более низком уровне, чем совершенный конкурент.

4. **Олигополия (олигополистическая конкуренция)** отличается небольшим числом продавцов и эта «немногочисленность» означает, что решение об определении цен и объема продаж является взаимозависимым, т. е. каждая фирма испытывает на себе влияние решений, принимаемых ее конкурентами и должна учитывать эти решения в своем собственном поведении в области ценообразования и определения объема производства.

5. **Совершенная конкуренция** – рынок, характеризующийся большим количеством продавцов и покупателей продукции, каждый из которых не может влиять на цену продукта, отсутствуют организационные, экономические и административные барьеры для входа на рынок.

6. **Ценовая дискриминация** – продажа товара разным покупателям по разным ценам, когда разница в ценах не оправдана разными издержками производства этого продукта. Обычно встречается в условиях несовершенной конкуренции.

7. **Чистая монополия** – это рынок где одна фирма является единственным продавцом продукта или услуги, заменителей которым не существует. Проникновение на рынок других фирм заблокировано и осуществляется полный контроль над ценами.

Глава III

Рынки ресурсов и ценообразование на них

3.1. Особенности рынков ресурсов и их функции

Рынки ресурсов – важнейший структурный элемент рыночной экономики. От эффективности их функционирования зависит оптимальность их использования, а значит устойчивость и равновесие экономики. Так как все экономические ресурсы делятся на материальные и людские то и различают рынки природных ресурсов (земли), капитала и труда. Все ресурсы продаются и покупаются, а значит, имеют цену. Цены экономических ресурсов выступают в рыночной экономике в виде денежного дохода: прибыли, заработной платы, ренты, процентов. Следовательно, ценообразование на ресурсы есть образование определенных доходов. Особенности рынков ресурсов выражаются в том, что вследствие ограниченности самих ресурсов неизбежно ограничен и сам объект производства, что вызывает и устойчивый спрос на них. Более того, для рынков ресурсов характерна монополия (единственный покупатель) и олигополия (небольшое число покупателей). Яркий образец – рынок труда в небольших городах. Когда единственным покупателем рабочей силы является одна фирма, которая сама устанавливает зарплату.

Цены на ресурсы складываются, как на любой другой товар, в зависимости от спроса и предложения. Предложение ресурсов отражает прямую связь между ценой на них и реально имеющимся их объемом. Так, выплата высокой заработной платы работникам определенных профессий стимулирует рост предложения соответствующих категорий рабочей силы. Спрос же на ресурсы отражает обратную связь между ценой и их объемом. Если цена на ресурсы увеличивается, то предприятия покупают их в меньшем количестве, либо заменяют другими, более дешевыми.

Особенности спроса на ресурсы. Спрос на ресурсы является производным от спроса на продукцию, изготовленную с применением данных ресурсов. Следовательно, изменение спроса на ресурсы также является величиной зависимой и,

прежде всего от изменения спроса на готовую продукцию. На движение спроса на ресурсы влияет их производительность, если она растет, то их требуется больше. Таким образом, производный спрос на ресурсы возрастает, если увеличивается спрос на продукт, увеличивается его производительность и выпуск готовой продукции падает или возрастает цена замещающих ресурсов.

В условиях совершенной конкуренции, когда цена продукта остается постоянной, а изменяется лишь производительность ресурса. График спроса на ресурс имеет тот же вид, что и график спроса на продукт (рис. 3.1). В случаях же несовершенной конкуренции график спроса на ресурс будет иметь вид, представленный на рис. 3.2.

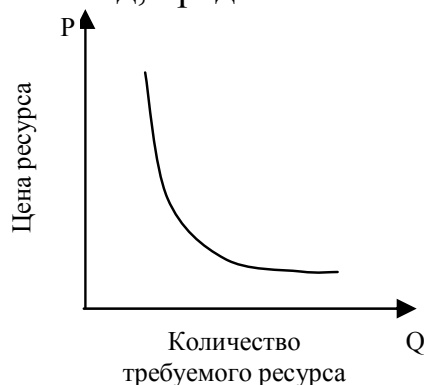


Рис. 3.1. Спрос ресурсы в условиях совершенной конкуренции

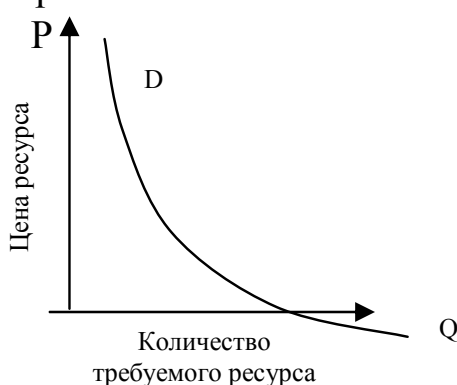


Рис. 3.2. Спрос на ресурсы в условиях не совершенной конкуренции

В этом случае кривая спроса производителя на ресурс падает вниз, т. к. предприниматель в условиях несовершенной конкуренции будет производить продукции меньше, чем при чистой конкуренции., а для производства меньшего количества продукции потребуется меньше ресурсов. Таким образом, кривая спроса на ресурс будет изменяться в результате:

- 1) изменения в спросе, а соответственно и в цене на продукт, который производится с помощью данного ресурса;
- 2) изменений в производительности ресурса, росте количества и повышения качества иных ресурсов, в сочетании с которыми используется

данный ресурс, либо в связи с увеличением качества самого ресурса;

3) изменений в цене иных ресурсов.

Различные факторы в процессе производства взаимодействуют друг с другом и усиливают эффективность друг друга, а в ходе развития производства замещают друг друга, так снижение цены на ресурс «А» обычно влечет за собой сокращение спроса на заменяющий его ресурс «В». Это называется *эффектом замещения*. Но это сокращение может компенсироваться тем, что снижение цены на ресурс «А» приведет к уменьшению издержек производства и тем самым к росту равновесного объема выпуска и соответственно к повышению спроса на ресурс «В» – это называется *эффектом выпуска продукции*. В отношении взаимодополняемых ресурсов, на которые предъявлен совместный спрос, эффект замещения не действует, а действует только эффект выпуска продукции.

Аналогично эластичности спроса на продукцию существует эластичность спроса на ресурс. Она будет тем больше чем: а) больше число имеющихся в наличии подходящих ресурсов заменителей; б) выше эластичность спроса на продукт; в) больше данного ресурса в совокупных издержках производства;

Спрос на более производительный фактор, при применении которого можно получить большее количество товаров и услуг с низкими издержками, будет больше, чем на менее производительный фактор. Поэтому вначале пользуются спросом более доступные и производительные факторы.

Специфичные черты характерны для рынка *предложения факторов* производства. Предложение факторов производства рассматривается с двух сторон: а) со стороны общего предложения; б) со стороны их распределения между отраслями и фирмами, что связано с мобильностью факторов.

Фактор называется мобильным, если он легко перемещается из одной сферы в другую под воздействием экономических стимулов. В этом случае предложение услуг данного

фактора будет эластично, т. к. привлечет в более доходную отрасль необходимое количество факторов из других отраслей.

В отличие от этого, фактор производства будет немобильным, если даже под воздействием сильных экономических стимулов он не перемещается из одной отрасли в другую. Предложение фактора будет неэластичным, если даже большое увеличение доходности какой-либо отрасли привлечет в нее лишь небольшое количество фактора. Важная роль в размере предложения факторов производства принадлежит длительности периода времени предложения. При этом фактор, который не обладает способностью к перемещению в течение краткосрочного периода, приобретает мобильность в долгосрочной перспективе, что увеличивает общее предложение факторов производства. Но вместе с тем необходимо учитывать ограниченность предложения земли и предложение ресурсов, обусловленных объемом национальных запасов данных факторов.

3.2. Виды рынков ресурсов

Каждый из видов рынков ресурсов имеет свои специфические особенности. Важнейшим из всех рынков ресурсов является рынок труда, имеющий дело с «человеческим капиталом».

Рынок труда. Это самый сложный из всех рынков ресурсов. Рабочая сила, как ресурс, характеризуется следующими чертами:

1) разные физические данные и разные способности, в результате чего при заключении трудового договора невозможно заранее определить уровень трудовых усилий работников;

2) разная квалификация, диктующая необходимость различий в заработной плате. Поэтому нет единого рынка труда, он делится по профессиональному, отраслевому и географическому положению;

3) рабочая сила мобильна, т. е. человек может сменять одно занятие другим, переходить от менее производительных к более производительным видам деятельности;

4) труд, будучи неотделимым от человека, включает в себя социальный, психологический и политический его аспекты. Работник в отличие от машины отстаивает свои права.

Отсюда и специфичность факторов, влияющих на предложение рабочей силы на рынке труда. Это:

- демографические факторы (темп роста населения, половозрастная структура);
- экономические (производительность рабочего времени, уровень безработицы);
- психологические (желание работать);
- социальные (престижные моменты);
- факторы, связанные с образованием кадров.

Особенности ресурса рабочей силы оказывают влияние на формирование спроса на труд: оно происходит на уровне отдельной фирмы, но мобильность рабочей силы приводит к тому, что предложение труда в отличие от спроса складывается на уровне отрасли, всей промышленности и общества в целом.

Поэтому формирование цены труда путем конкуренции всех работников осуществляется практически на уровне всего народного хозяйства, вследствие чего во всех регионах устанавливается одинаковый уровень заработной платы работников одной профессии.

Важной особенностью рынка труда является безработица.

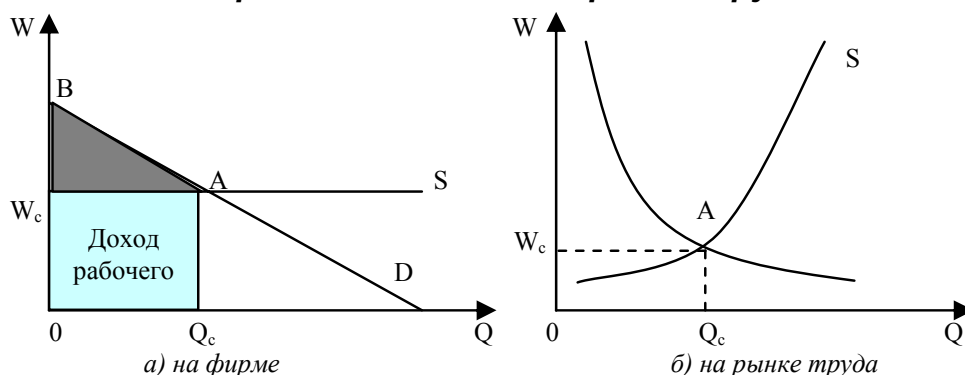
Сложной является и структура рынка труда. Он имеет несколько структур: конкурентную; монополистическую, профсоюзную – в зависимости от характера формирования спроса и предложения труда, а также цены труда, способности покупателей и продавцов труда воздействовать на соотношение спроса и предложения и уровень заработной платы.

На конкурентном рынке ни продавцы, ни покупатели не способны влиять на условия купли-продажи труда. На монополистическом рынке – покупатель определяет масштаб спроса и уровень цены. На профсоюзном – уровень цены определяет продавец товара.

Рассмотрим типы рынки рынков.

Конкурентный рынок характеризуется: а) большим количеством фирм б) множеством рабочих одинаковой квалификации в) невозможностью контролировать уровень заработной платы.

Конкурентный рынок представлен на рис. 3.3: а) показано определение заработной платы одной фирмой; б) – установление заработной платы на рынке труда.



Заработная плата определяется соотношением спроса D и предложения труда S , при этом S – горизонтальная линия, исходя из ограниченности ресурсов (по вертикали W – заработная плата, Q – количество предлагаемого труда).

Рис. 3.3. Определение заработной платы на конкурентном рынке

Так как заработная плата определяется рынком (кривая S – горизонтальная), фирма будет нанимать рабочих до тех пор, пока предельный денежный доход не сравнится с предельными издержками труда в т. А (см. рис .3.3 а).

Весь доход, полученный от рабочих составит площадь прямоугольника OW_cAQ_c , а площадь треугольника W_cAB – добавочный доход, который может быть использован для выплаты доходов по другим факторам производства (земля, капитал). Добавочный доход означает то, что каждый последующий рабочий, нанятый фирмой, производит добавочный продукт меньшего размера, чем предыдущий. Соответственно уменьшается и заработная плата всех занятых рабочих. Рабочие фирмы создали доход равный площади $OWAQ_c$, но в виде заработной платы получили только OW_cAQ_c .

На конкурентном рынке труда (рис. 3.3, б) кривая S возрастает и определяется предельными издержками упущенных возможностей, а уровень заработной платы определяется наиболее эффективным вариантом использования труда, т. к. в обществе есть возможность перейти на другую работу.

Модель монополии и олигополии. Эта структура рынка труда характеризуется наличием одного покупателя, у которого возникает возможность воздействовать на величину заработной платы. Для этого необходимо, чтобы фирма была крупным нанимателем рабочей силы в данной отрасли, а труд должен быть малоподвижен. (Такая ситуация возникает в небольших городах, занятость населения в которых зависит от одной фирмы).

Когда существуют 3–4 фирмы нанимателей – это олигополия. На рынке одного покупателя уровень занятости меньше и соответственно заработная плата – ниже, чем на конкурентном рынке (рис. 3.4).

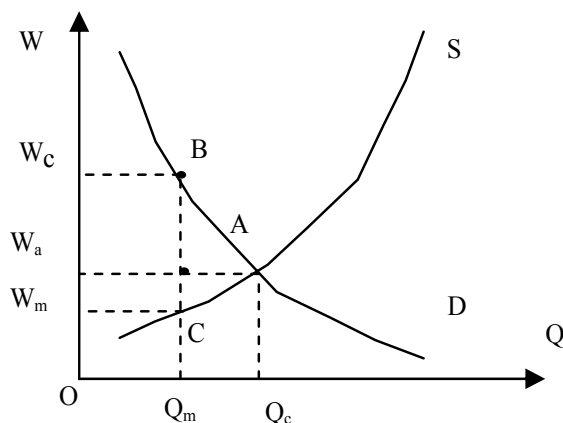


Рис. 3.4. Определение заработной платы на рынке монополии

(Q_m), соответственно и заработная плата снизилась с W_a до W_m . Покупатель получает добавочную прибыль (площадь заштрихованного прямоугольника $W_c B C W_m$).

На конкурентном рынке кривые D и S пересекаются в т. А. Предельные издержки труда здесь равны предельному денежному продукту. Прибыль сверх обычной величины отсутствует. Но единственный покупатель максимизирует прибыль наименьшего количества рабочих (т. В). Это даст возможность снизить затраты на заработную плату. Спрос на рабочую силу уменьшится до точки В

Профсоюзная модель. На многих рынках рабочие продают свою рабочую силу через профсоюз (коллективно). Профсоюзы при этом используют следующие способы увеличения заработной платы:

1) введение ограничений на предложение труда (эмиграционные барьеры, законодательство об ограничении рабочей недели, запрет на принятие новых членов в профсоюзы, лимиты на тяжесть труда и т. д.);

2) увеличение уровня стандартной заработной платы. Если предприниматель выплачивает нанятым рабочим стандартную заработную плату, профсоюз не регулирует количество занятых. Предприниматель набирает нужное ему количество рабочих, а остальные автоматически исключаются с рынка труда;

3) увеличение спроса на труд. Профсоюзы изучают пути снижения цен на производимые товары, путем увеличения производительности труда и качества управления. Они также помогают рекламировать товар и т. д.;

4) устранение эксплуатации труда монополий. Профсоюзы противостоят монополистической власти предпринимателей на рынке.

Рынок природных ресурсов. Специфичен рынок земли. В результате фиксированности площади земельных угодий природой предложение земли характеризуется в общественном масштабе *совершенной неэластичностью*, хотя для конкретного пользователя землей дело обстоит иначе: предложение земли обладает определенной эластичностью, поскольку пользователь имеет возможность увеличить имеющуюся у него земельную площадь за счет конкурентов. Ограниченность предложения земли усиливается закрепленностью ее в собственность (частную). В то же время спрос на земельные ресурсы устойчиво выше предложения в результате: а) роста потребности в сельскохозяйственной продукции; б) роста урбанизации.

Рыночная цена земли есть капитализированная рента, т. е. она равна суммарной величине всех будущих арендных платежей. Различные участки земли отличаются по плодородию, местоположению, климатическим условиям. Это означает, что они приносят неравный доход. У них разная степень производительности, что сказывается на величине ренты. Если земельные участки ранжировать по степени производительности, то образуется *дифференциальная рента*, которая представляет собой доход, полученный за счет использования ее производительных ресурсов.

Но определенные природные ресурсы являются *невоспроизводимыми* (месторождения нефти, железной руды, цветных металлов). Для них существует две возможности их использования: либо немедленное потребление для расширения текущего потребления, либо их консервация для производства будущих благ. Если на конкурентном рынке ожидаемые темпы роста цен на не воспроизводимые ресурсы превышают уровень дохода на капитал, то становится выгодным переместить ресурсы из текущего потребления в будущее.

Рынок физического капитала. Физический капитал – это производственный фактор длительного пользования (основной капитал), для него важен фактор времени. Чтобы узнать, выгодны ли

капиталовложения, фирмы сравнивают стоимость единицы капитала в настоящий момент с будущей прибылью, обеспеченной этой единицей капиталовложений. Процедура, позволяющая вычислить сегодняшнее значение любой суммы, которая может быть получена в будущем, называется *дисконтированием*. А текущая стоимость будущих доходов – даваемых в будущем доходов от капиталовложений больше, чем издержки на капиталовложения, то надо делать инвестиции. Следовательно, дисконтированная стоимость необходима фирмам для принятия решений о капиталовложениях.

Структура рынка физического капитала отличается высокой однородностью. Одним из сегментов рынка физического капитала является рынок поддержанного оборудования. Его особенность состоит в том, что именно на нем определяется норма износа – важнейшая характеристика функционирования физического капитала. Другим сегментом является рынок высокоспецифичного оборудования.

Спрос на товары производственного назначения и их цены определяют размер капиталовложений; но деньги для капиталовложений черпаются на денежном рынке. Хотя денежный капитал не является ресурсом, но на деньги можно приобрести факторы производства. Поэтому физический капитал тесно связан с денежным капиталом, а рынок физического капитала – с рынком денежного капитала.

Доля каждого фактора в производстве продукции должна определяться тем, сколько каждый из них произвел по отдельности; но в реальном производстве определить разрозненное действие отдельных факторов невозможно. Так, если факторы земля и труд производят кукурузу, то невозможно представить, чтобы каждый из них мог сделать это по отдельности. Или, чтобы один производил стебель, а другой – зерно. Определить совместное воздействие всех факторов производства на выпуск продукции можно, используя теорию предельного продукта.

3.3. Основы теории производства и предельного продукта

В основу теории распределения легла теория производства и предельного продукта, разработанная Дж. Б. Кларком, на стыке XIX–XX вв. Суть теории производства заключается в том, что она показывает взаимосвязь между затратами и выпуском продукции. Ведь производство определенного количества любого продукта может быть получено за счет различных комбинаций затрат рабочей силы, земли, капитала и других факторов производства, включая научно-технический прогресс. Но для

каждого отдельного периода всегда существует максимальный объем выпуска, который можно достичь при данных затратах факторов производства. Закон, показывающий взаимосвязь между затратами и выпуском продукции, называется «*функцией производства*».

$$Q = f(K, L, N),$$

где Q – максимальный объем продукции; K – затраты капитала; L – затраты труда; N – затраты сырья, материалов.

Функция производства – технологическая взаимосвязь между любыми данными производственными затратами (или затратами факторов производства) и размерами продукции, которую могут изготовить с их помощью. Для определенного уровня развития технических знаний такая взаимосвязь характеризуется определенным числовым соотношением.

Таким образом, варьируя различными факторами производства, мы можем влиять на выпуск продукции. Так, улучшение количества труда, приложенного к одному и тому же участку земли, будет способствовать увеличению продукта. Однако его рост замедлится, т. к. на определенном этапе действует закон убывающей доходности. А добавочный продукт, полученный в результате увеличения данного фактора на одну дополнительную единицу при неизменной величине остальных факторов производства, есть предельный продукт.

Предельный продукт труда – это дополнительный выпуск продукции, который получается добавлением еще одной единицы труда, при условии, что все другие виды производственных затрат остаются неизменными.

Для любого фактора производства различают предельный физический и денежный продукты. Закон уменьшающегося дохода может быть сформулирован как закон уменьшающегося предельного физического продукта. При неизменности научно-технического прогресса труд будет доставлять все меньшее количество продукции. Но, как мы уже отмечали, функция производства обычно указывает на существование многих альтернативных возможностей, при которых различные сочетания между факторами производства обеспечивают один и тот же объем выпускаемой продукции. Это обстоятельство имеет большое значение для предпринимателей, т. к. они стараются использовать такие их сочетания, которые позволяют максимизировать прибыль и минимизировать издержки. При какой же комбинации факторов производства выгоднее всего производить продукт? Для этого нужно сравнить рыночную цену каждого фактора с предельным продуктом, который производится с помощью данного фактора.

Исследования производственной функции, проведенные Коббом-Дугласом, показали, что важнейшим фактором производства является рабочая сила. Так 1 % увеличения затрат труда расширяет производство продукции в 3 раза больше, чем 1 % прироста капитала. Рассмотрим общий принцип замещения факторов производства с целью достижения наименьших издержек. Предположим, что единица земли стоит в 10 раз больше единицы труда (N стоит в 10 раз больше L). Очевидно, что в процессе производства продукции можно будет шире использовать труд, заменяя дешевым трудом дорогую землю. Этот процесс будет длиться до того момента, пока предельный продукт, полученный с помощью единицы земли, не станет в 10 раз больше физического объема предельного продукта, произведенного единицей труда.

Отсюда вытекает общее правило: получение наименьших издержек путем замещения одних факторов производства другими возможно до тех пор, пока физический объем предложения продукта, произведенного с помощью различных факторов, не окажется совершенно пропорциональным ценам соответствующих факторов. Только тогда будет соблюдаться следующий принцип: физический объем предельного продукта, приходящегося на последний рубль, израсходованный в нашем примере на труд, оказывается в точности равным объему предельного продукта, приходящейся на последний рубль затрат на землю. Значит, дальнейший процесс замещения факторов производства, обеспечивающий снижение издержек производства, невозможен. Обозначив физический объем предельного продукта через MR, получим:

$$\frac{MR(A)}{\text{цена}(A)} = \frac{MR(B)}{\text{цена}(B)} = \text{наименьшие издержки}$$

(это правило наименьших издержек)

Из правила наименьших издержек вытекает другое *правило замещения*; если цена одного фактора возрастает, например, труда, а цены оставшихся факторов не меняются, фирме целесообразнее производить продукцию путем замещения более дорогого фактора другим оставшимся с неизменными ценами.

В нашем примере рост цен на труд приведет к увольнению работников, и в производство будет вовлекаться дополнительное количество земли, т. е. количество труда снижается и возрастает спрос на землю. Силы спроса и предложения приводят к тому, что возникает высокий доход на дефицитные факторы. Для определения величины дохода, нам необходимо знать, что собой представляет предельный продукт в денежном выражении. (это $MRP = MR \cdot P$, где MR – предельный продукт фактора

производства, P – рыночная цена единицы продукции, произведенного с помощью данного фактора). В качестве примера рассчитаем предельный денежный продукт. Рассмотрим данные табл. 3.1.

СПРОС НА РЕСУРСЫ В УСЛОВИЯХ ЧИСТОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Таблица 3.1

Единицы ресурса	Всего продукта Q	Предельный физический продукт (MR) или $\Delta * (2)$	Цена продукта (\$), P	Общий доход (2)*(4) (дол.)	Предельный продукт в денежном выражении (MRP) или $\Delta * (5)$
0	0	–	2	$0 = (2 * 0)$	–
1	7	$7 (7 - 0)$	2	$14 = (7 * 2)$	$14 (14 - 0)$
2	13	$6 (13 - 7)$	2	26	$12 (26 - 14)$
3	18	5	2	36	10
4	22	4	2	44	8
5	25	3	2	50	6
6	27	2	2	54	4
7	28	1	2	56	2

Чтобы максимизировать прибыль недостаточно только минимизировать издержки. Существует много различных уровней объема производства, при которых фирма может производить продукцию с наименьшими затратами. Но есть один единственный уровень объема производства, при котором максимизируется прибыль. Из предыдущего анализа рынков выпуска продукта следует, что выпуск продукции с максимальной прибылью осуществляется тогда, когда $MR = MC$, т. е. предельный доход равен предельным издержкам. С точки зрения затрат на ресурсы это будет выглядеть следующим образом, возьмем, к примеру, труд и капитал:

$$\frac{MR_{PL}}{PL} = \frac{MR_{PC}}{PC} = 1,$$

где MR_{PL} – предельный продукт труда в денежном выражении; PL – цена труда; MR_{PC} и PC – предельный продукт капитала и цена капитала.

При этом недостаточно, чтобы предельные продукты обоих ресурсов были пропорциональны их ценам, они еще должны быть равны их ценам. Только тогда их отношение будет равно 1.

Например:

$$\text{MRPL} = 15 \text{ д.} \quad \left| \quad \frac{\text{MRDL}}{\text{PL}} = \frac{\text{MRPC}}{\text{PC}} = \frac{15}{5} = \frac{9}{3}; 3 = 3.$$

$\text{PL} = 5 \text{ д.}$
 $\text{MRPC} = 9 \text{ д.}$ Отсюда следует, что фирма недоиспользует как капитал,
так и труд, хотя если $\text{MRPL}=5$,

$\text{PC} = 3 \text{ д.}$ Соотношение составит: $\frac{5}{5} = \frac{3}{3}, 1 = 1.$

3.4. Заработная плата как цена ресурса за труд

Существует множество подходов к определению заработной платы. При этом классическая школа политэкономии (А. Смит, К. Маркс) исходит из того, что в основе заработной платы лежит стоимость предметов потребления и услуг, которые необходимы для существования работников. Кроме того, классики учитывали соотношение спроса и предложения труда.

Другое направление в трактовке заработной платы представлено английским экономистом А. Маршалом: заработная плата имеет тенденцию быть равной чистому продукту труда; предельная производительность труда регулирует цену спроса на него, но с другой стороны заработной плате присуща тенденция находиться в тесном отношении с издержками производства, обучения и содержания производственных работников. Таким образом, А. Маршал выдвинул 2 фактора, определяющих заработную плату – предельная производительность труда и издержки воспроизводства, обучения и содержания работников.

Необходимость введения предельной производительности труда диктуется тем, что работники трудятся неодинаково: одни – более производительно, другие менее. В результате они создают предельные продукты разной величины и получают разную заработную плату. Оба этих фактора находятся в единстве. Предельная производительность труда определяет спрос на него, а издержки воспроизводства и обучения – лежат в основе предложения труда.

Взаимодействие спроса и предложения труда на рынке определяет уровень заработной платы.

Теория человеческого капитала представлена инвестициями в развитие знаний, навыков, способностей человека, повышающих эффективность его труда. Инвестиции в человеческий капитал со временем компенсируются ростом доходов. Самый важный вид инвестиций – расходы на образование, во все его виды.

Другой вид инвестиций – расходы на поддержание здоровья, профилактика болезней, отдых. Инвестиции повышают мобильность рабочих. Это, прежде всего, расходы на повышение их квалификации.

Теория человеческого капитала подчеркивает большие качественные различия в рабочей силе, чем количественные. Она признает, что только малая часть заработной платы выплачивается за простой, неквалифицированный труд. Основная же часть заработной платы зависит от образования, опыта и тренировки, получаемых на рабочем месте. Следовательно, те, кто больше вкладывают в образование, получают более высокие доходы на протяжении трудовой деятельности по сравнению с теми, кто сделал меньше инвестиций в образование. Разница в этих доходах может быть определена, и рассчитана нормой дохода на инвестиции в среднее или высшее образование.

$$Y_n = X_0 + RC_n + E_f,$$

где Y_n – заработная плата человека, имеющего n -лет образования; X_0 – заработная плата человека с 0 образованием; C_n – объем инвестиций в течение n -лет обучения; R – текущая норма отдачи вложений в образование; E_f – «потерянные заработки», т. е. доходы, потерянные учащимися в период обучения из-за невозможности совмещать учебу с работой.

Различают образование общее и специальное профессиональное образование. Государство берет на себя расходы по финансированию школьного обучения. Профессиональное обучение является формой инвестиций в человеческий капи-

тал, аналогичный инвестициям в физический капитал (здания, станки, оборудование). Индивид производит инвестиции, если предельные доходы превысят предельные издержки $MR > MC$.

Американский экономист М. Фридмен полагает, что норма доходности на человеческий капитал должна быть одинаковой. Если она будет выше на физический капитал, то индивиды или их родители будут покупать его капитал вместо инвестирования в образование.

По оценке другого американского экономиста Дж. Беккера, норма дохода от инвестиций в образование значительно выше, чем норма дохода от инвестиций в физический капитал, что указывает на недостаточность вложений в человеческий капитал.

Таким образом, теория человеческого капитала показывает, что в основе заработной платы лежат затраты на образование, поддержание здоровья. Она отражает новый подход к человеку, его роли в экономике. Теория дает концепцию финансирования вложений в человека. Школьное образование, которое формирует человека как гражданина, финансируется государством. Профессиональное образование, формирующее специалиста, осуществляется за счет собственных средств индивида, т. к. затраты компенсируются в будущем повышением дохода. Государство же только помогает индивидам преодолеть ограниченность рыночного механизма.

Предложение труда зависит от 2-х факторов: 1) числа людей, предлагающих свой труд; 2) количества часов, которое люди желают работать.

На желание людей работать в той или иной фирме влияет много обстоятельств, это:

а) уровень реальной заработной платы; б) оценка индивидом выгод от устройства на работу (возможность покупать товары и услуги) по сравнению с досугом; в) объем доходов индивидов из источников, отличных от заработной платы; г)

уровень постоянных издержек, связанных с трудовой деятельностью (потеря пособия по безработице).

Таким образом, труд продают те люди, которые не имеют возможности для самозанятости, у них нет капитала, чтобы стать предпринимателями, отсутствуют или недостаточно нетрудовых доходов.

На количество часов, которые люди могут уделять работе, влияет основной фактор – величина заработной платы.

Зависимость продолжительности работы от величины реальной заработной платы видна на рис. 3.5.

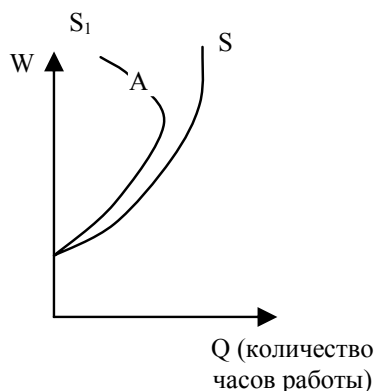


Рис. 3.5. Зависимость продолжительности работы от величины заработной платы

Кривая предложения S имеет обычный вид в соответствии с повышением уровня реальной заработной платы. Кривая предложения S_1 выше т. А изгибается в обратном направлении. Эта ситуация объясняется тем, что достижение определенного уровня реальной заработной

платы порождает желание иметь больше досуга. Работающий индивид осуществляет выбор между товарами, которые он способен приобрести на заработанные деньги и досугом. Человек будет работать до тех пор, пока предельная полезность товаров, которые он способен заработать в добавочный час, будет равна предельной полезности добавочного часа досуга.

Различают эффект замещения и эффект дохода. Рост реальной заработной платы порождает *эффект замещения* досуга трудом. Индивид стремится работать большее количество часов. Повышение реальной заработной платы увеличивает уровень его благосостояния. Удовлетворив свои насущные потребности, человек желает иметь больше досуга. Эффект дохода приводит к тому, что он желает работать

меньше. В зависимости от того, какой эффект преобладает, индивид будет работать больше или меньшее количество часов.

Дифференциация заработной платы. В реальной жизни существуют значительные различия в уровне заработной платы. Чем они обусловлены? Не престижные работы (в грязных помещениях), работы, связанные с нервными стрессами требуют повышения заработной платы. Различия в заработной плате, которые призваны компенсировать недостатки тех или иных рабочих мест, называют «выравнивающими различиями». С другой стороны, на работы, которые особенно престижны или привлекательны, и на них есть много желающих, вознаграждение падает. В реальной жизни заработная плата, так называемых, «белых воротничков» ниже «синих». Дифференциация заработной платы объясняется также существованием качественных различий среди рабочих. Люди не одинаковы по своей способности увеличивать доходы фирмы. Существуют разные работники: высококвалифицированные и менее квалифицированные, прилежные и неприлежные. Различные категории рабочих конкурируют друг с другом, но они не могут на 100 % замещать друг друга.

Рынок обеспечивает равновесие различных видов заработной платы, при которых спрос на каждую категорию труда точно соответствует ее конкурентному предложению. Только тогда достигается общее равновесие, которое приводит к тому, что тенденция к увеличению или снижению различий в оплате труда перестает действовать.

Формы заработной платы. Существуют две основные формы заработной платы:

1. *Повременная.*
2. *Сдельная заработная плата.*

В первом случае оплачивают отработанное время; а во втором – количество произведенных товаров и услуг. Сегодня больше распространена повременная заработная плата. Она используется, где акцент делается не на количество, а на

качество труда. Рационально ее применение и там, где существует принудительный ритм работы и, наконец, во всех случаях, когда невозможно точно учесть выработку.

Существует номинальная и реальная заработная плата:

- *номинальная заработная плата* – это сумма денег, которую работники получают за свой труд;
- *реальная заработная плата* – количество товаров и услуг, которые можно приобрести на полученные деньги. Изменение реальной заработной платы рассчитывается с помощью индекса, который определяется отношением прироста номинальной заработной платы к приросту потребительских цен.

$$\text{Реальная зарплата} = \frac{\Delta \text{ Номинальная зарплата}}{\Delta \text{ Потребительских цен}}.$$

Общий доход работников состоит из заработной платы и доплат из фондов государства и предприятий. Необходимость разделения доходов работников на 2 части обусловлена следующим: 1) создается коллективная заинтересованность в работе фирмы; 2) воспитывается верность фирме (уволенный работник теряет заработную плату и доплаты). Фирма может предоставлять работникам жилье, подарки к Рождеству, 8 Марта, по случаю рождения ребенка; 3) вопросы социального обеспечения, здравоохранения и образования решаются путем формирования общественных фондов на государственном уровне.

Заработная плата и стаж работы. С одной стороны должна ли заработная плата зависеть от стажа работы? Выплата за выслугу лет закрепляет рабочих за фирмой, снижая текучесть кадров. С другой стороны – по мере старения рабочих увеличиваются издержки производства. Наиболее широко этот принцип используется в Японии. Повышение ее происходит ежегодно. У рабочих до 30 лет – заработная плата растет медленно, после 30 лет – быстро (т. к. это брачный период), потребности семьи растут, а после 40–45 лет – заработная плата растет медленнее. Поэтому, чем больше фирма

наймет молодых рабочих, тем ниже будет уровень средней заработной платы.

Индивидуализация заработной платы. Общий подъем заработной платы в современных условиях является недостаточным для стимулирования производительности труда. Рабочие, имеющие одинаковую квалификацию, вследствие различных способностей, опыта добиваются различных результатов. Эти различия должны найти отражение в заработной плате. Наряду с количеством и качеством труда используют показатели использования рабочего времени, инициатива, душевное состояние.

Теория «эффективной заработной платы». В соответствии с этой теорией фирмам рекомендуется выплачивать работникам заработную плату, которая превышает тот ее уровень, при котором работники готовы работать. Из нее следует, что для ужесточения наказания и уменьшения стимулов к недобросовестному поведению на рабочем месте, фирмы должны платить работникам более высокую заработную плату, чем в среднем для привлечения работников к труду.

Государственное регулирование заработной платы. Государство регулирует заработную плату различными методами. Прежде всего, оно устанавливает минимальный размер заработной платы. В США в 1992 г. она равнялась \$ 4,55 в час; в России минимальная заработная плата составляет 700 рублей в месяц. Минимальная заработная плата является ориентиром для установления уровня дохода всех категорий занятых. Изменяя ее уровень, можно влиять на величину заработной платы во всем народном хозяйстве.

Другая теория – политика доходов, т. е. регулирование цен, прибыли и заработной платы. Например, заморозив уровень заработной платы, правительство одновременно запрещает фирмам увеличивать цены на их продукцию, тем самым ограничивается рост прибыли. Политика доходов применяется как антиинфляционная мера. Пределы ее использования

ограничены не только во времени. Регулируя цены, прибыль и заработную плату, государство стимулирует более эффективное использование производственных мощностей и ресурсов. Регулирование заработной платы предполагает поддержание определенной пропорции между заработной платой и доплатами, которые должны стимулировать эффективный труд.

3.5. Процент и капитал. Фактор времени и дисконтирование

Теория капитала – наиболее сложная часть экономической теории. О каком капитале идет речь? Немецкий экономист Гельфердинг и английский экономист Кейнс исследовали денежный капитал. По мере распространения акционерной формы капитала доходы представляются процентом на денежный капитал.

Доход капитализируется по формуле:

$$V = \frac{N}{I},$$

где V – капитализируемая стоимость; N – постоянные ежегодные доходы; I – норма процента.

С годами экономисты перестали воспринимать процент, как составную часть прибыли и относятся к нему, как к самостоятельному явлению.

В теории процента различают два момента: 1) обоснование необходимости; 2) выявление факторов, влияющих на величину ставки процента. Одним из вариантов объяснения процента является *теория ажю* или *теория воздержания*. Она исходит из того, что процент – это премия, уплачиваемая за возможность обладания товаром, который иначе был бы доступен в будущем. Процент уплачивается потому, что отказ от потребления товаров в настоящем требует поощрения.

Теория процента рассматривает вопрос о величине ставки процента. Дж. Кейнс разработал *теорию предпочтения ликвидности*. Спрос на деньги определяется предпочтениями ликвидности, а предложение денег – банковской политикой. Согласно этой теории, предпочтение ликвидности можно представить в виде пропорции, в которой индивид удерживает часть своего дохода в форме наличных денег.

$$L = \frac{M}{Y},$$

где L – предпочтение ликвидности; M – деньги; Y – доход.

Существуют три мотива предпочтения ликвидности: 1) транзакционный мотив или мотив обращения – потребность в наличных деньгах при осуществлении текущих сделок; 2) мотив предосторожности; 3) спекулятивный мотив – желание иметь резерв. Ослабление предпочтения ликвидности увеличивает ставку процента, усиление предпочтения ликвидности – уменьшает ставку процента.

Взаимосвязь между ставкой процента и предпочтением ликвидности отражена на рис. 3.6.

Кривая спроса M_d отражает уровень предпочтения ликвидности. Кривая предложения M_s – вертикальна, т. к. предложение денег – величина постоянная, определяемая Центробанком

(политикой ЦБ). Спрос и предложение денег уравниваются в т. Е при ставке процента равна r_1 . если предпочтение ликвидности ослабится, спрос на деньги снизится с M_1 до M_2 и до M_3 , что будет сопровождаться увеличением ставки процента с r_1 до r_3 . Усиление предпочтения ликвидности ведет к обратному процессу. Спрос на деньги увеличивается с M_3 до M_2 и M_1 . И вновь возникает равновесие в т. Е. Кроме того, норму процента определяет и количество денег. Если ЦБ уве-

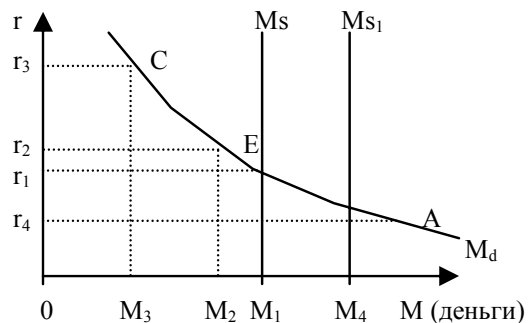


Рис. 3.6. Предпочтение ликвидности

личил предложение денег с M_s до M_{s1} , тогда равновесие на денежном рынке достигается в т. А, при уровне процентной ставки r_4 . Уменьшение предложения денег до M_s вернет ставку процента до уровня r_1 .

В рыночной экономике способность капитала приносить процент воспринимается как его естественное свойство. Эту функцию денежного капитала можно определять двумя путями:

1) определить изменение величины капитала во времени по формуле:

$$C = (1 + r) + (1 + r)^2 + \dots + (1 + r)^n,$$

где C – стоимость капитала, r – ставка процента, n – количество лет.

2) в рыночной экономике учитывается временной период. Для этого необходимо дисконтировать доход. Дисконт – это скидка. Операция дисконтирования состоит в определении текущей стоимости \$ 1, полученного через год или n – лет.

$$TLC = \frac{1}{(1+r)^n} (1+r)^n$$

где TDC – текущая дисконтированная стоимость.

При принятии решений об инвестировании используется критерий чистой дисконтированной стоимости. (ЧДС). Фирма должна определять, насколько эффективно будут использоваться ее капитальные вложения. Для этого руководство фирмы рассчитывает дисконтированную стоимость дохода, который предполагается получить от инвестиций. Сравнение текущей дисконтированной стоимости и издержек, связанных с использованием инвестиций, и показывает их эффективность.

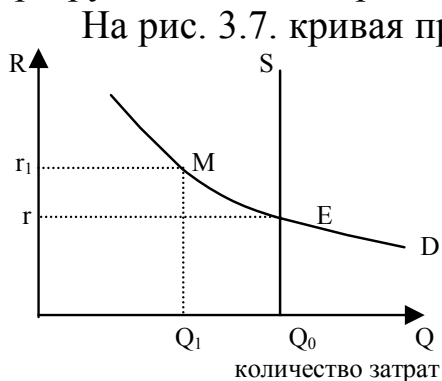
$$\text{ЧДС} = -C + \frac{Y}{(1+r)} + \frac{Y_1}{(1+r)^2} + \frac{Y_2}{(1+r)^n},$$

где C – издержки, связанные с использованием инвестиций (выплата процента и амортизация); Y – ежегодный доход; r – ставка процента.

Если издержки выше доходов, то инвестирование нецелесообразно, и наоборот. Процентная ставка является минимумом рентабельности инвестиционных проектов. Уровень процентной ставки наиболее точно отражает ставка % в долгосрочные облигации.

3.6. Экономическая рента

Рента есть доход, полученный собственником земли при сдаче ее в аренду. Общее предложение земли, в отличие от других факторов производства, относительно фиксировано природой и не может быть больше при более высокой цене или меньше в случае низкой цены (плодородие может быть разрушено из-за сверхэксплуатации).



Некоторые земельные собственники были бы не в состоянии сдать ее в аренду. И предложили бы земельные участки за более низкую плату. По этим же причинам рента не может долго оставаться ниже r . E (равновесия). Возросший спрос на земельные участки обусловил бы увеличение ренты. Только в точке равновесия общее количество земли, на которую предъявляется спрос, равно ее предложению. В этом случае спрос и предложение определяют величину ренты.

Земельная рента существует в двух основных формах: дифференциальной и абсолютная. Дифференциальная рента бывает двух видов.

Дифференциальная рента связана с различиями в плодородии земельных участков и их эффективностью. При оди-

наковых затратах ресурсов результаты производства на них будут различны. Она также возникает из-за неодинакового местоположения земельных участков. При этом транспортные расходы у фермеров будут снижаться или увеличиваться. Если собственник земли решит продать землю, то *цена земли* будет определяться по формуле:

$$A = \frac{R}{S} \cdot 100 \%,$$

где R – рента; A – цена земли; S – ссудный процент.

Продажа земли осуществляется уже на рынке товаров и услуг. Цена земли равна такой сумме денег, которая, будучи отдана в ссуду, приносит доход равный ренте, полученной с этого участка земли Q.

Абсолютная рента – доход собственника участка. Кроме того, существует *монопольная рента*, которая определяется исключительными условиями выращивания определенных культур (цитрусовые, некоторые сорта винограда и т. д.).

Особенности рынка земли в России. Для развития сельского хозяйства необходим плюрализм форм организаций хозяйства, что определяется неодинаковыми условиями хозяйствования. В сельском хозяйстве есть полностью механизированные фермы – здесь целесообразно применение научно-технического прогресса. В других отраслях высок удельный вес живого труда – необходимо мелкое фермерство.

В нашей стране вопрос о формах организации сельскохозяйственного производства должен решаться на основе принципа экономической целесообразности. Фермерство особенно необходимо там, где уровень производительных сил не создает базу для эффективного функционирования крупного производства (например, в животноводстве, выращивании картофеля, овощей). Поэтому в перспективе в условиях НТП – будущее не только за крупными хозяйствами. Очень важен вопрос о формах землепользования. Собственность на землю или аренда. Состоявшиеся фермеры предпо-

читают работать на земле, находящейся в их собственности, а начинающие фермеры – на условиях аренды.

В сельском хозяйстве используется ипотека – получение кредитов под заклад земли в ипотечных банках, но развитие фермерства без инфраструктуры, финансовой поддержки, экономических стимулов не сможет решить вопроса об увеличении сельскохозяйственного производства.

В наше время экономическая реформа в сельском хозяйстве положила начало важнейшим преобразованиям: узаконена частная собственность и аренда земли, изменилась структура производства, но экономика критически оценивает результаты реформирования. В обществе произошел раскол по вопросам о путях дальнейшего развития аграрного сектора. Препятствием этому является обеднение большей части сельскохозяйственного населения. Кроме того, имеют место последствия кризиса всего народного хозяйства. Крестьяне получили бесплатные пай для самостоятельного хозяйствования или для последующей передачи в новые организации. Но на большинство этих паев собственникам не начисляется доход за использование земель сельскохозяйственными предприятиями. Между тем общественное регулирование экономических отношений в сельском хозяйстве необходимо. В условиях конкурентного рынка заинтересованность собственника может привести к быстрому использованию природных ресурсов и их истощению (обезлесению, эрозии почвы и т. п.).

3.7. Прибыль и предпринимательский доход

Различают нормальную и экономическую прибыль. Нормальная прибыль – это доход на факторы, которые представлены самим предпринимателем. Если исключить из экономической прибыли нормальную прибыль, то остается бухгалтерская прибыль.

$$П_{\text{бух}} = \text{Сов. дох} - \text{Сов. явн. изд.} \quad П_{\text{экон}} = \text{Сов. дох.} - \text{Сов. изд.}$$

Кроме того, бухгалтерская прибыль связана с функционированием 3-х составляющих: физического капитала, пред-

принимательской способности и труда. Физический капитал постепенно утрачивает стоимость и физическую субстанцию. Он не может присоединять к новому продукту ничего, кроме амортизации. Предельный денежный продукт в процессе производства создается предпринимательскими способностями и трудом. Труд, в силу своих высокопроизводительных способностей, создает доход, превышающий заработную плату. Присвоение прибыли осуществляется капиталистом, как кредитором, так и собственником физического капитала. На величину прибыли влияют многие обстоятельства. И. Шумпетер считал, что прибыль – доход предпринимателя, получаемый в результате применения новых технологий.

При рассмотрении прибыли всегда нужно иметь в виду неопределенность и риск. В рискованных отраслях долгосрочные издержки производства должны включать наряду с заработной платой и процентные премии, которые компенсировали бы возможные убытки.

Некоторые экономисты характеризуют прибыль как «монопольный доход». В условиях несовершенной конкуренции имеет место ограничение предложения факторов производства. Несовершенная конкуренция приводит к появлению «умышленного дефицита». Часть того, что называется прибылью, представляет доход, полученный в результате «создания дефицита» факторов производства. На практике существуют следующие методы расчета относительной прибыли (рентабельности):

$$1) \quad P_{\text{предприятия}} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Средняя стоимость основных и оборотных средств}} 100$$

% – этот вариант характеризует эффективность использования ресурсов;

$$2) \quad P_{\text{производства}} = \frac{\Pi}{\text{авансированный } K} 100 \%$$

– этот вариант показывает измерение прибыли относительно собственного капитала фирмы;

$$3) P_{\text{продукции}} = \frac{\Pi}{\text{Полная себестоимость}} 100 \% - \text{это соотношение}$$

показывает степень доходности отдельных видов продукции.

Различные методы расчета нормы прибыли отражают разные относительные оценки доходности капитала. В рыночной экономике действует тенденция к образованию средней нормы прибыли. Эту тенденцию открыли представители классической школы политэкономии. Усредненная прибыль – это результат ее выравнивания вследствие внутри- и межотраслевой конкуренции.

Норма прибыли может быть низкой или высокой. Капитал привлекается в отрасли с высокой и отвлекается из отраслей с низкой нормой прибыли. Наплыв капитала в отрасли с высокой рентабельностью (нормой прибыли) ведет к расширению производства, увеличению предложения. Из-за превышения предложения над спросом цены падают, а вместе с ними и норма прибыли.

Функции закона стоимости. Переливы капитала из 1-ой отрасли в другую, в конце концов, приводит к выравниванию прибыли, но практика выравнивания прибыли встречает препятствия (меры государственного регулирования, неравномерность развития отраслей). Прибыльность в значительной мере зависит от уровня издержек, которые могут быть высокими или низкими. Через переливы капитала, изменения цен и прибыль устанавливаются пропорции в народном хозяйстве.

3.8. Доходы населения.

Распределение и перераспределение доходов

Доходы населения – это та сумма денег, которую мы зарабатываем или получаем в течение определенного времени (за год). Величина дохода, оцениваемая в деньгах – номинальный доход. *Реальный доход* – это сумма товаров и услуг, которые можно приобрести на полученный денежный доход. Различие между ними образуется за счет инфляции, налогов и трансфертов. Кроме того, доход – это выплаты и льготы из

общественных фондов потребления (пенсия, стипендии, пособия), у сельских жителей личное – это личное подсобное хозяйство. *Итак, основными источниками доходов являются: оплата труда, социальные трансферты и доходы от собственности и предпринимательской деятельности.*

Основными формами использования доходов населения являются:

- покупка товаров и оплата услуг (65 %);
- обязательные платежи, налоги, взносы (7 %);
- накопление в ценных бумагах (6 %);
- покупка валюты (17–18 %);
- часть дохода остается у населения неиспользованной (0,5 %).

Функциональное распределение доходов – это распределение их между факторами производства: труд, капитал, природные ресурсы, предпринимательская способность. В результате функционального распределения доходов формируется первичный доход: заработная плата, процент, прибыль, рента. В системе факторов производства основная взаимосвязь исходит от капитала, поэтому для упрощения функциональное распределение можно представлять как соотношение между доходами от труда и от собственности (капитал). Следовательно, функциональное распределение дохода показывает доли дохода, приходящегося на труд и капитал.

Существуют различные теории об источниках формирования дохода. Рассмотрим некоторые из них:

1. Марксистская теория доходов основана на теории прибавочной стоимости (это часть новой стоимости, созданная трудом наемных рабочих и безвозмездно присвоенная капиталистом). В качестве инструмента анализа она использует соотношение между долями капитала и труда в новой стоимости, называя его нормой прибавочной стоимости.

2. Современная экономическая теория также анализирует тенденции долей дохода капитала и труда. В современной эко-

номической теории объяснение источников и принципов формирования дохода основано на теории факторов производства и предельной производительности. Теория предельной производительности акцентирована на анализе функциональных связей между различными частями доходов.

Различные направления экономической теории по-разному объясняют источники дохода, но едины в том, что каждый производственный фактор связан с определенным доходом. В настоящее время рост национального благосостояния и создания системы социального регулирования если не снимает, то сглаживает проблему классового противоречия, которая имела место в предшествующей теории.

Характерной особенностью полученных, распределенных и используемых доходов является их дифференциация (неравномерность). В экономической литературе используется показатель, который достаточно точно может определять неравномерность распределения полученных доходов между различными группами населения.

Этот показатель отражает кривая Лоренца (рис. 3.8). По горизонтали на графике – процентные группы населения, по вертикали – процентный доход, получаемый этими группами населения. Если бы в обществе существовало абсолютное равенство в распределении доходов, то 20 % населения получали бы 20 % дохода, 40 % населения – 40 % дохода и т. д., т. е. при равном распределении дохода эта зависимость выглядела бы как биссектриса ОЕ.

При абсолютном неравенстве в распределении дохода все 100 % дохода получил бы один человек, стоящий на линии OF, а ломаная линия OFE – это линия абсолютного неравенства. В

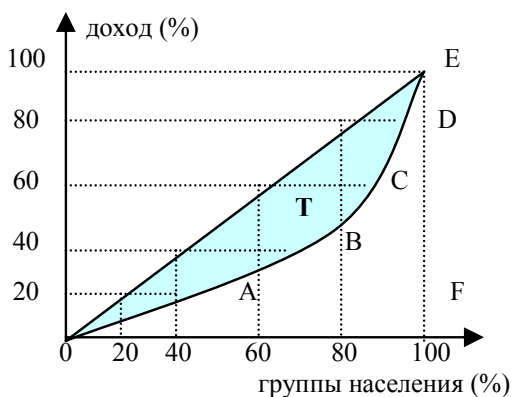


Рис. 3.8. Кривая Лоренца

реальной жизни нет ни абсолютного неравенства, ни абсолютного равенства. Истинная картина распределения доходов – это вогнутая линия, ее опорные точки – О, А, В, С, D, Е. Величина отклонения этой кривой от биссектрисы показывает степень неравенства в распределении доходов. Оценка степени натянутости «лука Лоренца» – один из самых сложных социальных вопросов. Если же прекратить натягивание тетивы лука, то в обществе уменьшится количество стимулов к труду и предпринимательству. Если тетиву лука натянуть слишком сильно – будет нарушена социальная справедливость, в обществе начнет нарастать социальная напряженность. Мировая практика показывает, что предельно-критическое соотношение 10 % самых богатых и 10 % самых бедных не должно превышать соотношения 10 : 1. В России это отношение составляет 15 : 1. На долю 10 % бедных приходится 2 % дохода, на долю 10 % богатых – 30 % совокупного дохода.

Итак, чем ближе кривая фактического распределения к биссектрисе, тем более равномерное распределение доходов имеется в действительности. Дифференциацию социального расслоения характеризует коэффициент Джини G, который определяется отношением заштрихованной площади T ко всей площади Δ OFE:

$$G = \frac{T}{\Delta OFE}.$$

Это отношение также характеризует степень концентрации доходов. Чем больше значение показателя, тем неравномернее распределены доходы в обществе. В России после 1990 г. индекс Джини повысился с 0,26 до 0,41. Это значит, что в эти годы богатые стали еще богаче, а бедные еще беднее: прежде 20 % самых богатых получали 32,7 % дохода, а теперь они получают 46,3 %, соответственно 20 % самых бедных прежде получали 10 % дохода, а теперь 5,3 %.

Величина дохода тесно связана с богатством и благосостоянием семей и взаимосвязь доходов и богатства – это прямая (уровень доходов растет и также возрастает размер богатства). Фактические данные о распределении богатства специалисты оценивают как менее надежные, чем информацию о текущих доходах. В различных странах соотношение между степенью дифференцируемого дохода и богатства различно, но если дифференциация дохода за последнее время не изменялась, то дифференциация богатства растет. Это подтверждает то, что имеется опережающий рост доли доходов от собственности. Дифференциация доходов складывается под воздействием разных факторов, связанных с личными достижениями и др., имеющих экономическую, демографическую, социобиологическую или политическую природу. Причины неравномерности распределения дохода: различия в способностях, различия в образовании и квалификации, трудолюбии и мотивации, склонность к риску, размер и состав семьи, владение собственностью, удача, везение. Сопоставление распределения доходов и распределение способностей между людьми показывают, что доходы, даже трудовые, а не от собственности распределены, не так равномерно, как способности.

Рис. 3.9 иллюстрирует соотношение различий в доходах (1) и способностях (2).

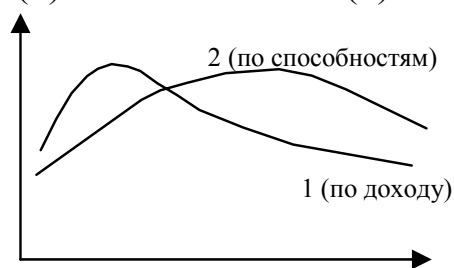


Рис. 3.9. Различия в доходах и способностях

На основе данных кривых распределения рассчитываются различные коэффициенты дифференциации. Кривая 2 распределения способностей всегда более симметрична, чем кривая 1 – доходов. Асимметрия или скошенность кривой 1 показывает наглядно

большую дифференциацию дохода, чем способностей.

Распределение и перераспределение дохода. Формирование совокупного дохода населения охватывает их производ-

ство, распределение и потребление. Распределение дохода складывается на этапе формирования дохода владельцев производственных факторов. Персональное распределение номинальных доходов является результатом перераспределения. Проходя через семейный бюджет, объем душевого дохода изменяется в зависимости от величины и структуры семьи, соотношения иждивенцев и т. д. Величина реального дохода зависит от параметров инфляционного процесса.

Основным каналом перераспределения доходов является государственное регулирование этого процесса. Это налоговые системы и государственные трансферты, система социального обеспечения и страхования и прочие. Они показывают, что современное государство вовлечено в перераспределение доходов. Концептуальные подходы к государственному перераспределению доходов можно свести к проблеме противопоставления равенства и эффективности. В соответствии с «эффективностью Парето», состояние системы является стабильным, если никакое перераспределение ресурсов не может улучшить положение 1-го из участников хозяйственного процесса, не ухудшая положения другого. Распределение доходов при этом характеризуется как устойчиво неравномерное. Сторонники государственного перераспределения доходов утверждают, что равенство в распределении доходов является необходимым условием максимизации общей полезности доходов всех потребителей. Соотношение между равенством и эффективностью на практике сводится к поиску таких форм и способов перераспределения, которые минимизировали бы отрицательное влияние перераспределительных процессов на эффективность, одновременно максимизируя позитивный результат в форме сокращения бедности.

Государственное перераспределение доходов осуществляется через бюджетно-финансовое регулирование. Государство представляет социальные выплаты в форме денежных и

натуральных трансфертов и услуг. Существующие социальные выплаты многообразны.

Денежные социальные выплаты дополняются полностью или частично бесплатными услугами здравоохранения, образования, жилищного и транспортного секторов. Все социальные трансферты могут носить единовременный характер или выплачиваться периодически.

Реальные доходы населения формируются за счет заработной платы и доходов из общественных фондов потребления (ОФП). Распределение ОФП осуществляется на бесплатной или частично платной основе в соответствии с количеством и качеством трудового вклада в общественное производство.

Минимум благосостояния можно обозначить теми границами семейного дохода, за которыми не обеспечивается воспроизводство населения. Это и является минимальным прожиточным минимумом (порог бедности). Все группы населения, живущие ниже «порога бедности» являются бедняками. Прожиточный минимум в отличие от биологического минимума более динамичен и изменяется с развитием социально-экономической жизни общества. Так, в США черта бедности в конце 90-х гг на семью из 4-х человек составлял \$ 11.611, в России – в форме минимальной заработной платы 700 руб. У большинства нашего населения все доходы укладываются в 2 минимальные заработные платы, и можно сказать, что оно скатывается в пропасть нищеты. Средний доход в рыночной экономике определяется по доходу «среднего класса». В комплект потребительской корзины данного класса входят: дом, автомобиль, дача, современная обстановка жилья, возможность путешествовать и обучать детей за границей, наличие ценных бумаг и драгоценностей. Доля средних слоев в большинстве стран Запада составляет 50–70 % населения. В 90-х гг. к нашему эквиваленту «среднего класса» можно отнести только 11,2 % семей страны, а с 2000 г. – это 20 %

населения. В настоящее время сильно подорожала «корзина потребления».

Следует учесть, что феномен «среднего класса» играет важную роль в экономической и политической жизни современных стран, обеспечивая политическую стабильность системы и определяя посредством развитого спроса поступательное движение экономики.

3.9. Социальная защита населения

Рыночная система содержит различные виды рисков, в том числе риск потери или снижения дохода. Государственные гарантии компенсации риска снижения доходов составляет главное содержание системы социальной защиты населения. Существование системы социальной защиты направлено на поддержание определенного уровня дохода и потребления услуг здравоохранения, образования социально слабым, малообеспеченным слоям населения. В категорию малообеспеченных включаются лица с низким доходом, в результате ухудшения состояния здоровья и инвалидности, рождения детей или старости, потери работы, кормильца и т. д. Круг этих лиц неоднороден и увеличивается в условиях нестабильности национальной экономики. Формой социальной защиты в условиях инфляции является индексация доходов, используемая не только как временная мера, но и как постоянный элемент системы социальной защиты.

Государственная индексация дохода – это система мер, компенсирующая потерю дохода, в результате увеличения стоимости жизни, в первую очередь – лицам с фиксированными доходами. Государственная индексация доходов ведется на основе учета увеличения стоимости жизни. Оценка изменения стоимости жизни осуществляется из расчета индекса цен и тарифов фиксированного набора товаров и услуг, составляющих потребительскую корзину. Потребительские корзины, отражающие объем и структуру семейных расходов, дифференцированы по доходам групп населения и очень важ-

но, по какой из корзин ведется индексация. В отличие от потребительской корзины, минимум материального обеспечения, структура потребительских расходов среднего жителя страны быстро изменяется. И набор товаров и услуг, включенных в потребительскую корзину среднего класса, постоянно увеличивается (в 90-х гг. он расценивался по потребительской корзине, включающей 850 промышленных изделий). Система социальной защиты направлена на поддержание реальных, а не номинальных доходов, поэтому сочетает в себе меры, компенсирующие потери денежных доходов и натуральные выплаты и льготы (продуктовые талоны, систему государственного воспитания и обучения детей, переподготовку взрослых, государственное медицинское и социальное обслуживание). Материальной базой государственного перераспределения доходов являются государственные финансы. Действующая в настоящее время система налогообложения дает слабый эффект перераспределения доходов. Косвенные налоги, действующие в настоящее время, так же как и все субсидии отражены в ценах, а значит, влияют на реальные доходы. Все плательщики косвенных налогов участвуют в финансировании расходов и выплате социальных трансфертов. Доля расходов на социальную защиту зависит от возможностей экономики. В финансировании социальных программ участвуют 3-е: государство, работодатель и получатель этих средств. Но политика в этой отрасли у каждой стороны своя.

Интерес вызывает американская модель социальной защиты, которая имеет два направления социального обеспечения: государственное и частное. Государство отвечает за поддержку минимального уровня помощи. Бизнес предоставляет социальные услуги в более высоком объеме и лучшего качества. Социальная помощь осуществляется по 3-м каналам: государственное социальное страхование, государственное вспомоществование и частная система социального страхования. Наиболее масштабное – это государственное

социальное страхование. Основная часть выплат идет на пенсии по старости, инвалидности, на случай смерти кормильца, на медицинскую помощь. Но эти выплаты возмещают только часть фонда жизненных средств. Государственное вспомоществование осуществляется по 2-м основным направлениям: 1) федеральные программы специальной помощи в денежной форме 4-м категориям бедняков: престарелым, инвалидам, слепым, и нуждающимся семьям с детьми. 2) пособия в натуральной форме – продовольственные талоны, школьные завтраки и обеды, специальное питание для беременных и матерей с грудными детьми, продовольствие престарелым, медицинское обслуживание, жилищное пособие, ссуды студентам.

Во время инфляции возникает опасность снижения доходов у лиц с фиксированными доходами – преподавателей, врачей, студентов, пенсионеров и т.д. в этом случае речь идет как о временных мерах, так и о внедрении отдельных элементов в систему социальной защиты – это компенсация и индексация. Они предполагают выдачу государственных дотаций на убыточную продукцию от производителя к потребителю при повышении цен на эту продукцию. Так, дотации на товары детского ассортимента будут передаваться семьям с детьми. Инфляция предполагает введение индексации текущих доходов населения. Для повышения доходов всех слоев населения целесообразным является снятие всех ограничений на вторичную занятость (исключение может быть только для руководителей). Более разнообразными должны быть и сами источники доходов. Наряду с доходами за счет улучшения хозяйственной деятельности, повышения производительности труда, позитивную роль должны сыграть доходы населения от паевых взносов, акций, государственных ценных бумаг. Пенсионеры, многодетные семьи и семьи с малолетними детьми могут повысить свои доходы за счет расширения надомных работ.

Значительную роль в улучшении положения пенсионеров должен сыграть новый закон о пенсионном обеспечении, где ставится задача сохранить уровень жизни пенсионеров близким к тому, который был до выхода на пенсию. Для лиц, выходящих на пенсию, в качестве социального компенсатора могут использоваться и собственные сбережения, накапливаемые в Сбербанке на пенсионных счетах. Но поскольку эти вклады являются долгосрочными, их необходимо индексировать с учетом роста инфляции.

ГЛОССАРИЙ

1. **Абсолютная рента** – доход собственника участка земли.
2. **Государственная индексация дохода** – это система мер, компенсирующая потерю дохода, в результате увеличения стоимости жизни, в первую очередь – лицам с фиксированными доходами. Государственная индексация доходов ведется на основе учета увеличения стоимости жизни.
3. **Дисконтирование** – метод приведения будущих доходов к текущему времени путем исчисления сегодняшнего, текущего аналога суммы дохода от капитальных активов, выплачиваемого через определенный срок при существующей норме процента.
4. **Дифференциальная рента** – связана с различиями плодородия земельных участков и их эффективностью. При одинаковых затратах ресурсов результаты производства на них будут различны. Она также возникает из-за неодинакового местоположения земельных участков.
5. **Доходы населения** – это та сумма денег, которую мы зарабатываем или получаем в течение определенного времени (за год). Величина дохода, оцениваемая в деньгах – номинальный доход. Реальный доход – это сумма товаров и услуг, которые можно приобрести на полученный денежный доход. Различие между ними образуется за счет инфляции, налогов и трансфертов.
6. **Заработная плата** – доход в денежной или натуральной форме, получаемый наемным работником.
7. **Кривая Лоренца** – кривая, показывающая распределение доходов по группам населения, измеряет степень неравенства при персональном распределении национального дохода.
8. **Монопольная рента** – определяется исключительными условиями выращивания определенных культур.
9. **Номинальная заработная плата** – сумма денежных средств, которую получают наемные работники. В отличие от реальной заработной платы, номинальная – не учитывает динамику цен.
10. **Общее правило замещения факторов производства с целью достижения наименьших издержек** – получение наименьших издержек путем замещения одних факторов производства другими возможно до тех пор, пока физический объем предложения продукта, произведенного с помощью различных факторов, не окажется совершенно пропорциональным ценам соответствующих факторов.
11. **Олигопсония** – тип рыночной структуры, при которой существует монополия покупателей определенного типа товаров, когда существуют 3–4 фирмы-нанимателя.
12. **Предельный продукт труда** – это дополнительный выпуск продукции, который получается добавлением еще одной единицы труда, при условии, что все другие виды производственных затрат остаются неизменными.

13. **Реальная заработная плата** – количество товаров и услуг, которые можно приобрести на полученные деньги. Изменение реальной заработной платы рассчитывается с помощью индекса, который определяется отношением прироста номинальной заработной платы к приросту потребительских цен.

14. **Рента** – доход, полученный собственником земли при сдаче ее в аренду.

15. **Рыночная цена земли** – капитализированная рента, т. е. она равна суммарной величине всех будущих арендных платежей.

16. **Теория ажио** – исходит из того, что процент – это премия, уплачиваемая за возможность обладания товаром, который был бы доступен только в будущем, т. е. процент уплачивается потому, что отказ от потребления товара в настоящем требует поощрения.

17. **Физический капитал** (основной капитал) – это производственный фактор длительного пользования, для него важен фактор времени.

18. **Человеческий капитал** – капитал, представленный воплощенной в индивидууме потенциальной способностью приносить доход, основанной на врожденных интеллектуальных способностях и таланте, а также знаний и навыков, полученных в ходе обучения, образования и практической деятельности.

19. **Эффект замещения** – происходит, когда снижение цены на ресурс «А» обычно влечет за собой сокращение спроса на заменяющий его ресурс «В». Но это сокращение может компенсироваться тем, что снижение цены на ресурс «А» приведет к уменьшению издержек производства и тем самым к росту равновесного объема производства и соответственно к повышению спроса на ресурс «В» – это называется *эффектом выпуска продукции*.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абалкин Л. И. Выбор за Россией. – М.: Институт экономики РАН, 1998. – 241 с.
2. Абалкин Л. И. Курс переходной экономики. – М.: Финстатинформ, 2000. – 340 с.
3. Агапова Т. А., Серегина С. Ф. Макроэкономика. Учебник. – М.: МГУ им. Ломоносова. Изд-во «ДИС», 2001. – 416 с.
4. Бачурин А. В. Рынок и подъем экономики России. – М.: РАГС, 2001. – 514 с.
5. Борисов В. Ю. Хрестоматия по политэкономии. – М.: Юрист, 2004. – 536 с.
6. Бункина М. К., Семенов В. А. Макроэкономика. Учебник. – М.: Изд-во «ДИС», 2000. – 320 с.
7. Валовой Д. В. Рыночная экономика. Возникновение, эволюция и сущность. М.: ИНФРА, 2003. – 270 с.
8. Вечканов Г. С., Вечканова Т. Р. Микроэкономика. Пособие. – С-Пб.: Питер, 2003. – 256 с.
9. Выбор модели рыночной экономики и приоритеты экономической политики в России / Под ред. Э. П. Дунаева, А. К. Шуркалиной – М.: Диалог, 2005. – 465 с.
10. Гаджиев В. К. Геополитика. – М.: Международные отношения, 2000. – 268 с.
11. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. – М.: Финпресс, 1998. – 423 с.
12. Гордон М. Статистика для профессионалов. Сравнительная оценка по комплексу показателей предприятий, специализирующихся на оптовой торговле продукцией производственного назначения // Риск. – 1997. – № 6 – С.40.
13. Зайдель Х. Р. Темен. Основы учения об экономике. – М.: Дело ЛТД, 1994. – 320 с.
14. Ивашковский С. Н. Экономика: микро- и макроанализ. – М.: Дело, 2001. – 382 с.
15. Калашников В. А. Рынок. Бизнес. Коммерция. Экономика. Толковый терминологический словарь. – М.: ИВЦ Маркетинг, 2004. – 752 с.
16. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке. / Под ред. А. В. Зырянова. – Екатеринбург: Солярис, 2005. – 178 с.
17. Котерова Н. П. Микроэкономика. Учеб. пособие. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 208 с.
18. Курс предпринимательства / Под ред. В. Я Горфинкеля, В. А. Швандара. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 216 с.
19. Курс экономики. Под ред. Райзберга Б. А. – М.: ИНФРА, 2001. – 274 с.
20. Курс экономики. Учеб. пособие. Под редакцией Б. А. Райзберга. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 274 с.
21. Курс экономической теории. Учебное пособие. / Под ред. Чепурина М. Н. – Киров: 1996. – 560 с.
22. Леонтьев В. В. Межотраслевая экономика. – М.: Экономика, 2003. – 497 с.
23. Лялинков А. К. Переход России к рыночной экономике: чем нам полезен опыт других стран. – М.: ИЧП Магистр, 2001. – 341 с.
24. Макконнел К. Г., Брю С. А. Экономика: принципы, проблемы и политика. В 2-х т. – М.: Республика, 2003. – 528 г.
25. Менеджмент / Под ред. М. М. Максимцова, А. В. Игнатъевой. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 284 с.
26. Моисеева Н. К. Международный маркетинг. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. – 358 с.
27. Общая экономическая теория. Учебник. Под ред. Н. И. Базылева, А. В. Бондарь. МН.: БГЭУ, 2000. – 408 с.

28. Овчинников Г. П., Микро- и макроэкономика Т 1. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 751 с.
29. Овчинникова Г. П. Микроэкономика. Ч I. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2000. – 750 с.
30. Океанова З. К. Социально-этический маркетинг. – М.: Вердикт-ИМ, 1997. – 335 с.
31. Осипова Л. В., Синяева И. М. Основы коммерческой деятельности. Практикум. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 405 с.
32. Основы экономики в вопросах и ответах. Ростов на Дону: Изд-во «Феникс», 2000. – 270 с.
33. Ревинский А. В. Курс экономики. – Новосиб.: НГПУ, 2004. – 282 с.
34. Рыночная экономика. Учеб. пособие, 3-е изд. доп. и испр./ Райзенберг Б. А – М.: ТОО «Деловая жизнь», 2003. – 345 с.
35. Сажина М. А., Чибриков Г. Г. Экономическая теория, – М.: Норма-ИФРА, 2000. – 402 с.
36. Самуэльсон П. Экономика. В 2-х т. – М.: «АлгоА», ВНИИИСИ, 1992. – 590 с.
37. Селищев А. С. Макроэкономика. – СПб.: Изд-во «Питер» 2005. – 448 с.
38. Соболев В. М. Макроэкономика. Учебное пособие для студентов экономических вузов и факультетов. Харьков: Изд-во НВФ. «Студцентр» 1997. – 224 с.
39. Тальнишних Т. Г. Основы экономической теории: Учебное пособие. – М.: изд. центр «ACADEMU», 2003. – 280 с.
40. Учебник по основам экономической теории. – М.: «Владос», 2001. – 457 с.
41. Фомичев В.И. Международная торговля. – М.: Инфра-М, 2001. – 462 с.
42. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. В 2-х тт. – М.: Финансы и статистика, 1992. – 260 с.
43. Ховард К. и др. Экономическая теория. Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 340 с.
44. Чечевицына Л.М., Микроэкономика. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 315 с.
45. Шишкин А. П. Экономическая теория. Учебное пособие для вузов. 2-е изд. 2 книги. – М.: Гуманит изд. Владивосток, 1996. – 547 с.
46. Шишов А. Л. Макроэкономика. Учебник – М.: Ассоциация «ТАНДЕМ», Изд-во «ЭКМОС», 1997. – 320 с.
47. Шопенко В. Д. Организационно-экономический механизм реструктуризации предприятия. – СПб.: РАН, 2004. – 346 с.
48. Экономика. Учебник под ред А. И. Архипова, А. Н. Нестеренко. – М.: Проспект, 2001. – 504 с.
49. Экономика. Учебник под ред. А. С. Булатова. – М.: «Юристь», 2002. – 894 с.
50. Экономика. Учебник под ред. А. С. Булатова. – М.: изд-во «Бек», 1997. – 730 с.
51. Экономика. Учебник под ред. Г. А. Плотноцкого, Г. А. Муталимова и др. – М.: «Новое здание», 2002. – 431 с.
52. Экономика. Учебник. Под ред. А. И. Архипова, А. Н. Нестеренко. – М.: Проспект, 1999. – 540 с.
53. Экономическая теория в вопросах и ответах. Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс», 1998. – 512 с.
54. Экономическая теория. Под ред.А. И. Добрынина, П. С. Тарасевича. Учебник для вузов – СПб.: Изд-во «Питер Палишинг», 1997. – 538 с.