

Н.С. Косов

**ОСНОВЫ
МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО
АНАЛИЗА**

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ

Министерство образования и науки Российской Федерации
ГОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет»

Н.С. Косов

ОСНОВЫ МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО
АНАЛИЗА

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ



Тамбов
Издательство ТГТУ
2006

УДК 330.101.541(075)
ББК У010.31я73
К715

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор
Пензенского государственного университета
В.М. Володин

Доктор экономических наук, профессор ТГТУ
В.Д. Жариков

Косов, Н.С.
К715 Основы макроэкономического анализа : учебное пособие / Н.С.
Косов. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 144 с. –
100 экз. – ISBN 5-8265-0536-2.

Учебное пособие содержит теоретические основы по микро-
экономическому анализу для студентов, обучающихся по специ-
альности «Информатик-экономист».

Рассмотрены базовые понятия и методы микроэкономического анализа, а также категории и экономические законы функционирования предприятия и поведения потребителя в рыночных условиях хозяйствования.

Предназначено студентам, преподавателям и читателям, самостоятельно изучающим экономическую науку.

ББК У010.31я73
УДК 330.101.541(075)

ISBN 5-8265-0536-2

© Косов Н.С., 2006

© ГОУ ВПО «Тамбовский государственный
технический университет» (ТГТУ), 2006

Учебное издание

КОСОВ Николай Степанович

ОСНОВЫ МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Учебное пособие

Редактор В.Н. Митрофанова
Компьютерное макетирование Т.Ю. Зотовой

Подписано в печать 08.12.06.

Формат 60 × 84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.
8,3 уч.-изд. л. Тираж 100 экз. Заказ № 779

Издательско-полиграфический центр ТГТУ
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

ВВЕДЕНИЕ

«Настоящий экономист, знаток своего дела, должен быть наделен разнообразными дарованиями. В определенной степени он должен быть математиком, историком, государственным деятелем, философом... Он должен уметь размышлять о частностях в понятиях общего и обращать полет своей мысли в одинаковой степени к абстрактному и конкретному. Он должен изучать современность в свете прошлого – ради будущего. Ни одна черта человеческой натуры или созданных человеком институтов не должна оставаться за пределами его внимания».

Дж. М. Кейнс

Содержание учебного пособия полностью соответствует Государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования, второго поколения для студентов, обучающихся по специальности «Прикладная информатика в экономике». Некоторые темы и вопросы даны сверх программы, поскольку автор считает, что без их рассмотрения невозможно провести обоснованный экономический анализ на микроуровне.

Автор исходил из того, что программа по экономике для данной специальности по существу отличается от соответствующей программы для студентов экономических вузов и факультетов. Отличие состоит как в объеме учебного материала, так и в количестве предлагаемых тем и вопросов. Если в учебниках для экономических вузов рассматриваются все без исключения проблемы экономической теории, то для специалистов в области информатики это излишне. Для информатика-экономиста данное учебное пособие помогает сформировать и воспитать у него экономическое мышление, понимание поведения потребителя и деятельности предприятия, где предстоит трудиться будущему выпускнику вуза.

При изложении материала в учебном пособии, учитывая достаточно хорошую математическую подготовку студентов указанной специальности, их строгое логическое мышление, способность воспринимать графические построения и схемы, многие теоретические положения даются предельно кратко и просто. И в то же время подробно раскрываются экономические явления и процессы с помощью различных схем и графиков.

Изучение микроэкономического анализа представляет собой сложную задачу для студентов. Автор убежден, что данное учебное пособие будет важным подспорьем для решения этой задачи и поможет успешно сдать экзамен.

1. ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОНЯТИЯ

ТЕМА 1. Экономическая теория как наука

1.1. Предмет экономической теории

«Экономика» – этот термин происходит от древнегреческого «ойкономия». «Ойкос» – дом, хозяйство; «ном» – закон, регулирование, организация, что в переводе означает науку о доме, хозяйстве или управление домом.

Экономическая теория имеет дело с проблемами, которые касаются всех нас. Например, «какие виды работ надо выполнять?»; «как они оплачиваются?»; «сколько товаров можно купить на рубль заработной платы сейчас и в период инфляции?»; «как найти себе работу?».

Помимо проблем личного и семейного порядка, экономическая теория рассматривает и вопросы политического характера, решение которых касается каждого человека. Например, «будет ли государство помогать безработным?»; «какова будет налоговая политика?»; «каково будет законодательство, направленное на снижение монопольных цен?».

Ответы на эти и другие вопросы дает экономическая теория. Но экономическая теория имеет дело с жизнью людей, а человеческая жизнь не укладывается в рамки простых ответов.

Люди, начинающие изучать экономическую теорию, требуют, чтобы им было дано краткое, в одном предложении, определение ее предмета. Поэтому возник ряд таких определений, как:

- Экономическая теория есть наука о видах деятельности, связанных с обменом и денежными сделками между людьми.

- Экономическая теория – это наука об использовании людьми ограниченных производственных ресурсов для производства различных товаров и распределения их между членами общества в целях потребления.
- Экономическая теория есть наука о повседневной деловой жизнедеятельности людей, извлечения ими средств для своего существования.
- Экономическая теория – это наука о том, как человечество справляется со своими задачами в области производства и потребления.
- Экономическая теория есть наука о богатстве и т.д.

Никакое вышеприведенное определение предмета экономической теории не может быть точным. И, тем не менее, для ознакомления с предметом можно дать следующую его характеристику.

Экономическая теория – это наука об основах хозяйственной жизни общества. Хозяйственная жизнь – это деятельность людей, связанная с обеспечением материальных условий их жизни.

Имеется целая система наук, изучающая различные аспекты хозяйственной (экономической) жизни общества. Все они строятся на основе науки, которую чаще называют экономической теорией.

Предметом экономической теории является анализ отдельного хозяйства. Однако это слишком общее определение. Уточнить его можно, обратив внимание на понятие ограниченности ресурсов и проблему выбора, который должны осуществлять люди, сталкиваясь с ограниченностью ресурсов.

Человеческие потребности не ограничены. Но любое общество имеет ограниченное количество ресурсов, необходимое для производства товаров и услуг. Поэтому предмет экономической теории можно определить так:

Экономика – это дисциплина, изучающая, каким образом общество с ограниченными, дефицитными ресурсами решает, *что, как* и *для кого* производить.

– *Что*, какие товары и услуги должны быть произведены, и в каком количестве?

– *Как*, каким образом эти товары и услуги должны быть произведены?

– *Для кого* должны быть произведены эти товары и услуги?

Отсюда можно сделать следующий вывод: экономика исследует проблемы эффективного использования ограниченных производственных ресурсов или управления ими с целью максимального удовлетворения материальных потребностей человека.

Экономическая теория не является экономикой домоводства, наукой об управлении предприятиями. Она не является и технической наукой.

Тем не менее, экономическая теория близко соприкасается со всеми этими проблемами и связана со многими другими науками: философией, психологией, демографией, статистикой, математикой, юриспруденцией и пр.

Экономическая теория помогает разобраться в вопросах спроса и предложения, эффективности рынка, ценовой стратегии, инвестиций, развития производства, механизма функционирования современной экономики, социальной политики.

Изучение экономической теории имеет большое теоретическое и практическое значение. В категориях и принципах, законах и закономерностях она выражает самые существенные процессы общественного развития.

Экономическая теория обеспечивает познание сложного мира экономики, взаимосвязи производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг.

В центре внимания экономической теории находится человек с его потребностями и интересами, отношениями к другим членам общества, природе, материальным и другим ресурсам.

Экономическая теория вырабатывает принципы, правила, формы хозяйствования субъектов рыночной экономики, определяет ориентиры хозяйственной деятельности, эффективные направления использования ресурсов, а также целесообразное поведение производителей и потребителей.

1.2. Функции и методы экономической теории

Экономическая теория выполняет следующие функции: теоретическую, практическую, методологическую и познавательную.

Теоретическая функция состоит в том, что экономическая теория не ограничивается простой констатацией фактов. Она выясняет суть процессов и явлений, раскрывает законы, управляющие хозяйственными процессами.

Практическая функция экономической теории позволяет анализировать накопившиеся проблемы и формулировать выводы для правильного решения задач, стоящих перед обществом.

Методологическая функция заключается в том, что экономическая теория выступает в качестве теоретического фундамента для конкретных отраслевых наук.

Познавательная функция является общей для всех наук. Применительно к экономической теории есть лишь одна особенность: проведение экспериментов здесь ограничено и слишком дорогостояще.

В экономической теории используется широкий спектр научного познания. Важнейшим из них является *метод научной абстракции*. Он состоит в очищении исследования объекта от случайного, временного и определении постоянных, типичных, характерных черт. С помощью метода абстракции формируются научные категории, которые выражают сущностные стороны исследуемых объектов. Затем на них уже строятся экономические модели (модель совершенной конкуренции, модель чистой монополии и т.д.).

В процессе экономического моделирования происходит формулировка экономических законов, отражающих наиболее устойчивые внутренние и внешние связи объекта.

Любой объект существует в системе взаимосвязей, для исследования которых используются *методы индукции* (анализа) и *дедукции* (синтеза). Индукция – это движение мысли от частных умозаключений к общим. Дедукция – это движение мышления от общих положений к частным определениям. Сочетая анализ и синтез, мы обеспечиваем *системный* (комплексный) подход к сложным многоэлементным явлениям хозяйственной жизни.

Одним из методов исследования является *экономико-математическое моделирование*. Данный метод позволяет в формализованном виде определить причины изменений экономических явлений, закономерности этих изменений, их последствия, а также делает возможным прогнозирование экономических процессов.

В виде методов используются и экономические эксперименты. Они разумны и необходимы, хотя и далеко не всегда представляется возможным в экономической жизни точно спрогнозировать вероятные результаты экспериментов. Во всяком случае, экономические эксперименты не должны насильственным образом ломать порядок естественных экономических связей. Нельзя втискивать живой хозяйственный организм в рамки сугубо кабинетных конструкций.

Неоценимое значение для экономической науки имеют *статистические методы*. Из всех научных дисциплин, прямо связанных с экономической теорией, статистика заслуживает особого внимания. Хозяйственная практика имеет точное количественное отражение в виде произведенной продукции, совокупных затрат на ее производство, полученных доходов и каналов их расходования и т.д. От того, с какой полнотой собраны статистические данные о воспроизводстве, каково их качество, зависят объективность экономических исследований, достоверность и практическая значимость экономических выводов.

1.3. Соотношение наименований экономической науки

Становление экономической науки как самостоятельной академической дисциплины произошло на рубеже XVI–XVII вв.

Понятие «экономика» часто используется для характеристики общественного производства. Существуют разные подходы к определению содержания экономики. Во-первых, экономика рассматривается как совокупность отраслей и видов материального и нематериального производства. В ней создаются блага и услуги для людей. Во-вторых, с экономикой обычно ассоциируется совокупность экономических отношений, складывающихся между людьми в процессе производства, распределения, обмена и потреб-

ления. В-третьих, под экономикой понимается отрасль науки, изучающая функциональные или отраслевые аспекты экономических отношений. В-четвертых, исследователи имеют в виду экономику, когда выделяют микро- и макроэкономический уровни производства и мировую экономику. В-пятых, выделяют различные формы экономики: рыночную, смешанную и др. В-шестых, экономике придается ведущее место в системе общественных отношений. Она определяет содержание политической, правовой, духовной и других сфер общественной жизни. Например, экономическая политика представляет собой концентрированное выражение экономики. Это означает, что политика порождается экономикой.

Политическая экономия (Антуан де Монкретьен, 1615). В переводе политейя – общественное устройство; ойкос – хозяйство; номос – закон. Выходит, что политическая экономия – это наука о ведении общественного хозяйства.

Экономикс (Альфред Маршалл «Принципы экономики», 1890) – теория рыночной организации общественного производства. Это наука, изучающая способы функционирования рыночного хозяйства. Экономикс является начальным курсом экономической теории.

Экономика – это научная дисциплина, занимающаяся изучением секторов (промышленность, сельское хозяйство, услуги) и отраслей хозяйства страны или отдельных ее регионов, а также некоторых условий и элементов производства.

Как науку или учебную дисциплину экономику обычно называют *экономической теорией*.

1.4. Микроэкономика и макроэкономика

Центральную роль в распределении ресурсов играют рынки. Рынок представляет собой пакет соглашений, при помощи которых продавцы и покупатели товаров и услуг вступают в контакт по поводу купли-продажи данных товаров и услуг. Изучением функционирования отдельных рынков и их взаимодействия занимается *микроэкономика*. В микроэкономике основной упор делается на цены и объем выпуска и на то, как в результате взаимодействия рынков осуществляется распределение ограниченных ресурсов по многим альтернативным направлениям использования. Типичные микроэкономические вопросы следующие: «почему литр бензина стоит дороже, чем литр молока, и больше, чем литр воды?»; «какое влияние минимальной оплаты труда на занятость населения?»; «почему цены на электроэнергию всегда устанавливаются государством?» и др.

Подход, основанный на исследованиях экономических отношений на уровне отдельных элементов экономической системы, называется *микроэкономическим*. Термин «микроэкономика» показывает, что здесь за основу исследования берется наименьшая хозяйственная единица, микрочастица экономики – предприятие.

Однако процесс экономического исследования может осуществляться не только на уровне отдельного предприятия, но и на уровне национальной экономики в целом. В реальной экономике отдельные предприятия не существуют обособленно. В рамках народного хозяйства они тесно связаны и взаимодействуют друг с другом. Поэтому необходим единый, целостный подход ко всем элементам экономической системы в рамках нации, государства. Такой подход называется *макроэкономическим*.

Без изучения отдельных элементов экономики, механизмов их функционирования невозможно понять деятельность экономической системы в целом, нельзя получить ясное представление о том, как работает экономика государства. Поэтому микро- и макроэкономика взаимно дополняют и обуславливают друг друга.

1.5. Позитивная и нормативная экономическая теория

Экономисты занимаются измерением и описанием материальной стороны жизни, но их основная цель – понять, как функционирует экономика. В экономике, как и в других отраслях науки, понимание предмета ценно потому, что оно дает возможность использовать логическое мышление для ответов на разные вопросы.

При исследовании экономических процессов и явлений различают позитивный и нормативный анализы, которые представляют позитивную и нормативную экономическую теорию.

Позитивный анализ исследует взаимосвязи экономических явлений, как они есть. Например, рост цены на товар ведет к уменьшению спроса на него. В этом утверждении нет никаких оценочных, т.е. нормативных суждений. Это просто констатация факта. При этом не говорится, справедливо это или нет, плохо или хорошо. В этом смысле, позитивный анализ в экономике ничем не отличается от метода исследования в физике или химии (например, «газы расширяются при нагревании»).

Нормативный анализ основан на исследовании того, как должно быть. Поэтому здесь выносятся оценки – справедливо или несправедливо, плохо или хорошо, допустимо или недопустимо. Например, утверждение «неравенство доходов в системе рыночного хозяйства несправедливо». Или «мы столкнулись с недопустимо высоким уровнем безработицы», это типичные образцы нормативного анализа. С оценочными суждениями постоянно приходится сталкиваться правительству, государственным деятелям при разработке экономической политики.

Нормативная экономическая теория особенно тесно связана с экономической политикой государства.

1.6. Экономическая теория и система экономических наук

Экономика – это сфера жизнедеятельности людей, в которой сочетаются материальная производственная деятельность и создание услуг. Как особая сфера жизнедеятельности людей экономика является объектом изучения системы экономических наук. В процессе такого изучения проводится анализ реальных процессов и фактов, выявляются внутренние взаимосвязи, определяются закономерности и тенденции развития экономики.

Система экономических наук преследует конкретную цель – получение экономических знаний. При этом сферой исследования является экономическая жизнь или среда осуществления хозяйственной деятельности. Объектами исследования являются экономические явления и процессы. В качестве основных элементов системы экономических наук можно выделить:

- *общетеоретические экономические науки* (экономическая теория и политическая экономия). Они служат методологическим фундаментом целого комплекса конкретных, функциональных, межотраслевых и историко-экономических наук;
- *конкретно-экономические науки*, которые изучают экономику особых форм и организаций, таких как финансы, кредит, менеджмент, маркетинг, прогнозирование и экономика природопользования, экономику отраслей, предприятий и организаций;
- *межотраслевые экономические науки* представлены экономико-математическими методами, анализом хозяйственной деятельности, аудитом, статистикой, демографией;
- *историко-экономические науки* обеспечивают исторический взгляд на развитие экономических явлений и процессов через историю экономической мысли и историю народного хозяйства.

Изучение экономики, как особой сферы жизнедеятельности людей, требует комплексного подхода и взаимодействия экономических наук. Это как раз и обеспечивает экономическая теория.

1.7. Экономические законы и их использование

В экономических исследованиях выявляются экономические категории и законы. *Экономические категории* – это научные абстракции, отражающие объективно существующие экономические отношения, их различные проявления и стороны. *Экономические законы* – это устойчивые повторяющиеся связи и взаимозависимости экономических отношений. Экономические категории и законы объективны и истинны, поскольку являются абстракциями, отражающими действительно существующие хозяйственные связи.

Действие экономических законов объективно, независимо от сознания и устремлений отдельных индивидов или хозяйственных субъектов. Это – с

одной стороны. С другой стороны, познав экономические законы, люди могут сознательно использовать их в своей хозяйственной деятельности, в собственных интересах.

Таким образом, можно заключить, что действие экономических законов объективно, а их использование – субъективно.

Сообразно историческому процессу развития человеческой цивилизации, прежде всего экономических систем, исторический характер имеют и экономические категории и законы. Если классифицировать все экономические законы, то можно выделить среди них *общие, особые (частные) и единичные (специфические)*.

Первые присущи всем экономическим системам, вторые – нескольким, третьи – отдельным экономическим системам.

В качестве примеров можно назвать категорию производительность труда и закон непрерывного роста производительности труда (общие, так как они действуют, пока существует человеческая цивилизация); категории: спрос, предложение, цена, закон спроса и закон предложения (особые, так как действительны в любых экономических системах, базирующихся на товарном производстве); раб-товар и рынок рабов (специфические, они присущи только экономической системе, базирующейся на рабском труде). Экономические законы «не работают» автоматически. Для их действия необходима хозяйственная деятельность людей. Они приводятся в движение потребностями и интересами экономических субъектов.

В процессе выявления и обобщения закономерностей хозяйственной жизни экономисты выдвигают *гипотезы*, т.е. научные предположения. Если гипотеза будет доказана, то ее называют *теорией*.

Теории – это наборы положений, объясняющих те или иные явления хозяйственной жизни. Часто их называют теоретическими (научными) концепциями. Исходное положение какой-либо теории или учения называется *принципом*.

1.8. Экономическая стратегия и экономическая политика

Экономическая (макроэкономическая) политика государства представляет собой набор определенных целей и мероприятий в области национальной экономики в совокупности с системой методов и средств, используемых для достижения поставленных целей.

Центральное место в разработке экономической политики занимает процесс определения целей. Они должны отражать общенациональные интересы и быть научно-обоснованными. Среди них выделяют стратегическую цель – конечную. *Стратегическая цель* состоит в достижении максимально возможных параметров экономического роста для обеспечения значительного подъема жизненного уровня населения и благоприятной среды обитания. Постановка и реализация стратегической цели экономической политики зависит от избранной в стране модели социально-экономического развития. В чистом виде рыночная модель практически не существовала никогда. Не существует она и теперь. Наиболее распространенной в мире является модель социально ориентированной рыночной экономики.

Наряду со стратегией экономической политики разрабатываются и реализуются *долгосрочные, среднесрочные и текущие цели*. Так, например, краткосрочные (текущие) цели определяются для реализации основной цели на текущий момент. К их числу относятся: сокращение темпов инфляции, снижение уровня безработицы, увеличение объемов ВВП, рост реальных доходов населения.

В определении курса экономической политики, в постановке экономических целей, ведущая роль принадлежит государству. Именно его прерогативой является определение приоритетов в экономической деятельности, выбор способов и средств по реализации экономической политики. Поэтому одной из функций правительства является разработка основных направлений социально-экономического развития.

ТЕМА 2. Общие основы экономического развития

2.1. Экономические блага и их классификация

Благо – это средство для удовлетворения потребностей. А. Маршалл определил благо как «желаемую вещь, удовлетворяющую человеческую потребность». Классификация благ отличается большим разнообразием. Отметим важнейшие из них с точки зрения различных критериев классификации.

Экономические и неэкономические блага. С точки зрения ограниченности благ по отношению к нашим потребностям мы говорим об экономических благах. Но есть и такие блага, которые по сравнению с потребностями имеются в неограниченном количестве (например, воздух). Такие блага называются неэкономическими или свободными.

Потребительские и производственные блага. Иногда их называют предметами потребления и средствами производства. Потребительские блага предназначены для непосредственного удовлетворения человеческих потребностей. Это те самые конечные товары и услуги, необходимые людям. Производственные блага – это используемые в процессе производства ресурсы: станки, механизмы, машины, оборудование, здания, земля, профессиональные навыки (квалификация).

С точки зрения вещественного содержания, экономические блага делятся на материальные и нематериальные. *Материальные блага* можно осязать. Это вещи, которые могут накапливаться, и хранятся длительное время. Исходя из срока использования, различают материальные блага длительного пользования и разового использования.

Нематериальные блага представлены услугами, а также такими условиями жизни, как здоровье, способности человека, деловые качества, профессиональное мастерство. В отличие от материальных благ услуги не могут накапливаться и сохраняться в течение длительного времени. Процесс их производства и потребления совпадают.

Существует множество видов услуг, которые делятся условно на:

1. Коммуникационные – услуги транспорта, связи.
2. Распределительные – торговля, сбыт, складское хозяйство.
3. Деловые – финансовые, страховые услуги, услуги аудита, лизинга, маркетинга.
4. Социальные – образование, здравоохранение, искусство, культура, социальное обеспечение.
5. Общественные – услуги органов государственной власти (обеспечение стабильности в обществе).

В зависимости от характера потребления экономические блага делятся на частные и общественные.

Частные блага предоставляются потребителю с учетом его индивидуального спроса. Такое благо делимо, и оно принадлежит индивиду на правах частной собственности, может наследоваться и обмениваться. Частное благо предоставляется тому, кто за него заплатил.

Общественные блага – это национальная оборона, охрана окружающей среды, законотворчество, общественный транспорт и порядок, т.е. те блага, которыми пользуются все без исключения граждане страны.

Во всех приведенных примерах общественных благ возникает проблема «безбилетника», т.е. ситуация, когда лицо пользуется благом, не заплатив за него. Из-за огромного количества пользователей благ слишком велики издержки (затраты), выявление того, кто платит, а кто бесплатно пользуется общественными благами, что и порождает проблему «безбилетника». Поэтому общественные блага не могут быть предоставлены рынком в оптимальном количестве. Рыночное производство общественных благ неэффективно.

Для производства общественных благ в оптимальном количестве нужно взимать плату со всех граждан страны, что под силу только государству. Оно обладает инструментами налогообложения и механизмом перераспределения в виде государственного бюджета.

Среди благ выделяют также взаимозаменяемые и взаимодополняемые блага.

Взаимозаменяемые блага называются субститутами. Эти блага удовлетворяют одну и ту же потребность и замещают друг друга в процессе потребления (пшеничный и ржаной хлеб, мясо и рыба и т.д.).

Взаимодополняемые блага или комплементы дополняют друг друга в процессе потребления (автомобиль, бензин).

При всем этом блага делятся на нормальные и низшие.

К нормальным благам относятся те блага, потребление которых увеличивается с ростом благосостояния (доходов) потребителей.

Низшие блага обладают противоположной закономерностью. При росте доходов их потребление уменьшается, а при уменьшении доходов – увеличивается (картофель и хлеб).

2.2. Потребности

Конечной целью функционирования любой экономики является удовлетворение потребностей общества и индивидов. Именно на это направлен процесс производства, который неразрывно связан с потреблением благ и услуг, расходом имеющихся в распоряжении общества ресурсов для их производства.

С расходом ресурсов для удовлетворения потребностей связаны все проблемы экономического развития. И все решения этих проблем базируются на двух аксиомах. Первая аксиома – потребности общества – безграничны. Вторая аксиома – ресурсы общества, необходимые для производства товаров и услуг, – ограничены.

Отмеченное противоречие разрешается путем выбора. Не случайно одно из определений экономики гласит: экономика описывает и анализирует выбор из ограниченных ресурсов производства благ и услуг для максимального удовлетворения потребностей.

Потребность – это нужда в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности, развития личности и общества в целом.

Товары и услуги, в которых испытывают потребности люди, исчисляются миллионами. Экономисты изучают материальные потребности, т.е. желания потребителей приобрести и использовать товары и услуги, доставляющие им удовлетворение.

В процессе удовлетворения потребностей формируются новые в количественном и качественном отношении потребности. Их структура изменяется, приоритеты смещаются, развивается взаимозаменяемость. Непрерывное возрастание потребностей подтверждается многочисленными фактами из экономической эволюции человечества. В течение каждых десяти лет количество видов потребительских товаров и услуг удваивается. Эта историческая закономерность называется законом возвышения потребностей.

Потребности подразделяются на *первичные*, удовлетворяющие жизненно важные нужды человека (пища, одежда, жилье) и *вторичные*, к ним относятся все остальные (досуг, культура, спорт). Продукты, предназначенные для удовлетворения потребностей, делят на предметы первой необходимости и предметы роскоши. Это деление условно. То, что является предметом первой необходимости для одного человека, может оказаться предметом роскоши для другого, и наоборот.

К материальным потребностям относятся и услуги, которые наравне с товарами, удовлетворяют наши потребности (автосервис, парикмахерские, юридическая консультация и т.д.). Многие изделия и покупаются ради услуг: автомобиль, стиральная машина, пылесос и др.

В состав материальных включаются также потребности предприятий, правительственных учреждений. Частным предприятиям необходимы здания, сооружения, оборудование, транспортные средства, складские помещения и многое другое для производственных целей. Обществу, для удовлетворения коллективных потребностей граждан, необходимы железные дороги, шоссе, школы, больницы, военная техника.

2.3. Факторы производства

Все природные и произведенные людьми материальные блага, которые используются для производства других благ и услуг, называются *экономическими ресурсами, либо факторами производства*. К экономическим ресурсам относятся:

– природные ресурсы (земля, недра, водные, лесные, биологические), сокращенно – земля;

- трудовые ресурсы (люди с их способностью производить материальные блага и услуги), сокращенно – труд;
- капитал (в форме денег или средств производства);
- предпринимательские способности (способности людей к организации производства).

Многие экономисты считают, что в настоящее время новыми важными экономическими ресурсами стали знания и информация.

Ресурсы переплетены. Например, такой экономический ресурс, как знания используется, когда природные ресурсы стремятся потребить более рационально на основе научных достижений. Знания являются важным элементом такого ресурса, как труд, когда его оценивают с качественной стороны и обращают внимание на квалификацию работников. А квалификация зависит, прежде всего, от полученного ими образования. Знания (прежде всего технологические) обеспечивают повышение уровня использования оборудования, т.е. реального капитала, наконец, они (особенно управленческие знания) позволяют предпринимателям организовывать производство товаров и услуг наиболее рационально.

Экономические ресурсы подвижны (мобильны), так как могут перемещаться в пространстве (внутри страны, между странами), хотя степень их мобильности различна. Наименее мобильны природные ресурсы, подвижность многих из которых близка к нулю (земля). Более подвижны трудовые ресурсы, что видно из внутренней и внешней миграции рабочей силы. Еще более мобильны предпринимательские способности. Самые мобильные два ресурса – капитал и знания.

Переплетение ресурсов и их мобильность отражают их другое свойство – *взаимозаменяемость* (альтернативность). Например, если фермеру нужно увеличить производство зерна, то он может сделать это за счет:

- а) расширения посевных площадей;
- б) увеличения использования труда;
- в) расширения парка техники и инвентаря;
- г) улучшения организации труда на ферме;
- д) использования новых видов семян.

У фермера есть подобный выбор потому, что экономические ресурсы взаимозаменяемы (альтернативны).

Обычно эта *взаимозаменяемость не бывает полной*. Так человеческие ресурсы не могут полностью заменить капитал, иначе работники останутся без инвентаря и оборудования. Экономические ресурсы заменяют друг друга вначале легко, а потом все труднее. Так при неизменном числе тракторов можно увеличить число работников на ферме, обязав их работать в две смены. Однако нанять еще работников и организовать систематическую работу в три смены будет очень сложно, разве что резко увеличив им заработную плату.

Предприниматель постоянно должен отыскивать наиболее рациональную комбинацию ресурсов, используя их взаимозаменяемость.

Ресурсы могут обладать *абсолютной взаимозаменяемостью*. Это означает, что выпуск продукции может быть обеспечен как путем использования какого-либо одного из двух ресурсов, так и путем их комбинации. Например, нефть и газ, как сырье для получения энергии, являются абсолютно взаимозаменяемыми.

Ресурсы обладают свойством *абсолютной комлементарности*. Это означает, что два ресурса, используемых для производства какой-либо продукции, имеют определенную пропорцию. В качестве примера такого производства можно привести уборку улицы дворником с метлой. Сочетание 20 дворников и одной метлы экономически бессмысленно. Точно также, если автопарк увеличился на один автомобиль, то и число водителей должно увеличиться в такой же пропорции.

2.4. Знания и информация как экономические ресурсы

Знания – это совокупность сведений в различных областях. Знания для ведения хозяйственной деятельности обретаются разными способами: через приобретение опыта, получение образования, покупку технологических знаний в виде лицензий и патентов. В конечном счете главный источник знаний для хозяйственной жизни – это наука. Именно научные достижения и составляют основу тех знаний, которые работники получают во время своей учебы и работы, а предприятия – в ходе приобретения новых технологий.

В настоящее время новым фактором производства (ресурсом) становится *информация*. Информация – это процесс сбора, обработки и распространения знаний, необходимые для производства и реализации экономических благ, для ведения бизнеса. Ни одна из сторон жизни человека не может обойтись без этой информации. Поэтому все страны значительные средства тратят на развитие информационных систем. В огромном объеме информации выделяют информацию о различных способах (технике) производства той или иной продукции и организации этого производства.

2.5. Производство

Производство – это регулируемый людьми процесс создания продуктов (изделий, энергии, услуг). Производство предполагает использование ресурсов (рабочей силы, технических средств, материалов, энергии, различных услуг). Оно требует соблюдения технических условий и правил, а также учета социально-этических норм. Теория производства как раздел науки о народном хозяйстве и экономике предприятия изучает функциональные связи между затратами ресурсов и выходом продукции.

Процесс производства материальных и нематериальных благ и услуг является основой развития экономического субъекта, в частности, и нации в целом.

Производство – это исходный пункт создания материальных и нематериальных благ и услуг. Но исходный только в рамках той очевидной истины, что для того, чтобы жить, человек должен есть, пить, иметь жилище и т.д. В рыночном же хозяйстве производство будет осуществляться только тогда, когда сфера обмена даст производителю соответствующий ценовой сигнал. Созданные в процессе производства блага завершают свое движение в потреблении. Но важно подчеркнуть, что потребление является непосредственной целью производства лишь во внерыночных системах хозяйства. И в первобытной общине, и в рабовладельческом обществе, и при феодализме потребление является целью производства.

Однако в системе рыночного хозяйства непосредственной целью является не потребление, а получение прибыли.

Производство – это целесообразная деятельность людей, направленная на удовлетворение их потребностей. В этом процессе взаимодействуют факторы производства – труд, капитал, земля и предпринимательство. Факторы производства (ресурсы) необходимы для создания потребительских благ для удовлетворения потребностей субъектов.

Поскольку потребности растут количественно, изменяются качественно и структурно, то ресурсов для их удовлетворения требуется все больше и больше. Однако в единицу времени может быть использовано ограниченное количество ресурсов, поскольку время – самый ограниченный ресурс.

Таким образом, в экономической деятельности разным по количеству, качеству и структуре изменяющихся потребностей противостоят ограниченные по количеству и разнообразию ресурсы (естественные и создаваемые трудом), необходимые для удовлетворения потребностей субъектов и нации в целом.

Выбор путей использования ограниченных ресурсов рационален в том случае, если он обеспечивает минимизацию затрат и максимизацию полезного эффекта. Только тогда будет обеспечено оптимальное функционирование экономики.

2.6. Экономические ограничения: граница производственных возможностей

Все экономические ресурсы имеются в ограниченном количестве. Ресурсов намного меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей при данном уровне экономического развития. Ограничены и пахотные земли, и полезные ископаемые, и капитальные товары, и рабочая сила. Вследствие ограниченности ресурсов объем производства тоже ограничен. Общественное производство не способно произвести весь объем товаров и услуг, который общество хотело бы получить. Поэтому нужно решать, какие товары и услуги необходимо производить, а от каких, в определенных условиях, следует отказаться.

Обществу приходится выбирать – производить автомобили или самолеты, или производить автомобили и самолеты в определенной пропорции. При этом возникает проблема рационального ведения общественного хозяйства. Эта проблема выбора всегда была и всегда будет.

Ограниченность ресурсов определяет альтернативность их использования. *Альтернативность* – необходимость выбора одной из двух или нескольких взаимоисключающих возможностей. Для иллюстрации альтернативности воспользуемся традиционным примером, показывающим выбор общества между производством двух товаров (пушек и масла). Альтернатива изображается в виде *кривой производственных возможностей* (рис. 1).

Точка *У* показывает, что в экономике не полностью используются ресурсы, т.е. существуют неоправданные потери. Точка *С* – это желаемый результат. Он достижим при условии технических открытий, разработки новых месторождений полезных ископаемых, научных прорывов в различных областях человеческой деятельности.

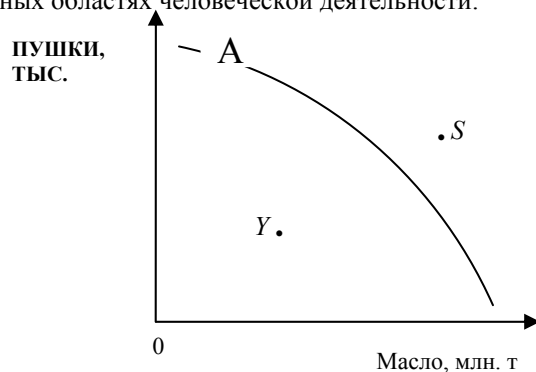


Рис. 1. Кривая производственных возможностей

Данный пример показывает, что и общество всегда должно выбирать какую часть произведенного продукта оно может потребить, а какую накопить. Если на какое-то время отказаться от расширения текущего личного потребления различных благ и увеличить размеры накопления, то можно перейти на более высокую кривую производственных возможностей.

2.7. Альтернативная стоимость или издержки упущенных возможностей

С помощью кривой производственных возможностей можно показать цену, которую платит общество за производство каждого дополнительного миллиона тонн масла. Другими словами, от какого количества пушек надо отказаться, чтобы произвести еще один миллион тонн масла. Получается, что цена масла выражается в пушках, а не в денежных единицах. Здесь мы сталкиваемся с категорией цены как альтернативной стоимости. Обыденные представления сводят цену к определенной сумме денег, уплаченных за приобретение товара. Однако цена блага не обязательно выражается в деньгах. Экономическое понимание категории цены связано с понятием альтернативной стоимости, или издержек упущенных возможностей. Издержки упущенных возможностей какого-либо блага – это количество других благ, от производства которых нужно отказаться. В нашем примере цену масла мы выражаем в количестве пушек, производством которых надо пожертвовать, чтобы получить дополнительный один миллион тонн масла.

Таким образом, цена может выражаться как в товарах, от производства или потребления которых пришлось отказаться, так и в деньгах. И не только в них. Цену можно выразить и в часах рабочего времени (очереди, например). Человек всегда должен выбирать между различными вариантами использования суточного запаса часов.

Выяснив, что цена есть не что иное, как издержки упущенных возможностей, вернемся к нашему примеру (табл. 1).

1. Альтернативные возможности производства масла и пушек

Возможности	Масло, млн. т	Пушки, тыс. шт.	Цена альтернативной стоимости
<i>A</i>	0	15	–
<i>B</i>	1	14	1

<i>C</i>	2	12	2
<i>D</i>	3	9	3
<i>E</i>	4	5	4
<i>F</i>	5	0	5

Чтобы произвести масло в количестве 1 млн. т, надо отказаться от производства 1 тыс. пушек и т.д. Наконец, последнее приращение в производстве масла с 4 до 5 млн. т потребует отказа от 5 тыс. пушек (5 тыс. – 0). Налицо возрастающие издержки упущенных возможностей. Это объясняется следующим.

Переходя от производства одного блага к производству другого, мы перебрасываем имеющиеся ограниченные ресурсы из одной отрасли в другую. Такое переключение ресурсов по мере наращивания производства масла будет обходиться обществу все дороже. Дело в том, что ресурсы не обладают свойством полной взаимозаменяемости (например, труд специалиста).

При полной взаимозаменяемости ресурсов издержки упущенных возможностей будут постоянными.

Выходит, каким бы видом деятельности ни занимался экономический субъект, он всегда несет издержки упущенных возможностей. Поэтому необходимо уметь оперировать понятием альтернативной стоимости.

2.8. Экономический выбор

Ограниченность, свойственная всем разновидностям ресурсов, вынуждает людей делать *экономический выбор*: что, как и для кого производить, в каких количествах и в какие периоды времени. В рыночных условиях каждый предприниматель обособленно решает эти вопросы. *Ограниченность ресурсов* не позволяет производить все виды потребительских благ, в которых нуждаются люди.

Ограниченность свойственна ископаемым, капиталу, знаниям и информации о технологиях производства. Так ограниченность ресурса труда проявляется в том, что человек как работник способен производить только какой-либо один вид продукта, работать только в одной отрасли. Однако его потребности не могут быть удовлетворены одной разновидностью производимого им продукта. Его потребности, как и потребности всех людей, исчисляются множеством потребительских благ. Но занятость каждого человека в одной отрасли исключает возможность его одновременной занятости во всех остальных отраслях.

В каждый данный момент времени количество любых ресурсов представляет собой величину фиксированную. Применение всех в какой-либо одной отрасли исключает возможность их применения в другой.

Из одного и того же сырьевого ресурса также может быть произведена только какая-то одна разновидность экономического блага, но не две и не три, хотя потребность в этом существует. Следовательно, решение вопроса о том, что, как и для кого производить связано с альтернативой, выбором в пользу выпуска одних благ и отказа от выпуска других, не менее необходимых людям благ. Издержки такого выбора называют альтернативными издержками.

2.9. Основные экономические проблемы, стоящие перед обществом

Главной экономической задачей является выбор наиболее эффективного варианта распределения факторов производства в целях решения проблемы ограниченности возможностей, которая обусловлена беспредельными потребностями общества и ограниченности ресурсов. Располагая информацией о своих производственных возможностях, любое общество должно найти ответы на следующие три вопроса:

1. Что из товаров и услуг должно быть произведено, и в каком количестве?
2. Как эти товары и услуги надо производить?
3. Кто купит и сможет потребить (использовать) эти товары и услуги?

Отдельный человек может обеспечить себя необходимыми благами различными путями: произвести их самостоятельно, или обменять на другие блага. Общество не может получить все и немедленно. В силу этого оно

должно определиться, что хотело бы иметь немедленно, с получением чего можно подождать, а от чего вообще отказаться.

Иногда выбор может быть очень трудным. Например, ориентация общества на экономический рост, неизбежно приведет к временному снижению жизненного уровня, потому что основная часть ресурсов будет направлена не на потребление, а на наращивание производства. Для достижения определенного успеха в конкурентной борьбе с другими странами, общество вынуждено эффективно развивать производство ограниченного круга благ, а потому, значительная часть ресурсов будет переключена с производства одних благ на производство других.

Существуют также и *различные варианты производства*, как всего набора благ, так и каждого блага в отдельности. Кем, из каких ресурсов, с помощью какой технологии производства, посредством какой организации они должны быть произведены. По разным проектам можно построить здание, различными способами и выпускать автомобили. Здание может быть кирпичным, блочным, деревянным, а автомобиль можно создать вручную или на конвейере.

Одни здания строят частные лица, другие – государство. В первом случае решение о строительстве принимают частные лица, во втором – государственные органы власти.

Поскольку количество созданных благ и услуг ограничено, то возникает *проблема их распределения*. Кто должен пользоваться этими благами, извлекать полезность? Должны ли все члены общества получать одинаковую долю, или должны быть бедные и богатые? Какова должна быть доля тех и других? Решение данной проблемы определяет цели общества, стимулы его развития.

Тема 3. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ОБЩЕСТВА

3.1. Экономические отношения и экономическая система

В процессе труда, на основе отношений людей к природе, складываются и определенные взаимоотношения людей. Они обусловлены производством материальных и духовных благ, а также услуг и называются *экономическими отношениями*.

Экономические отношения образуют сложную иерархическую систему. Их можно рассматривать под различным углом зрения в зависимости от цели анализа и критериев классификации, входящих в нее элементов. В данной системе можно выделить отношения воспроизводственного характера, т.е. производства, распределения, обмена и потребления. Можно классифицировать отношения по уровням собственности: государственной, частной и т.д. Конкретизация отношений системы может осуществляться также по формам и уровням организации общественного производства.

Можно выделить следующие виды экономических отношений: между отдельными государствами (международные экономические отношения); между государством и предприятиями; между предприятиями; между государством и домашними хозяйствами; между предприятием и домашними хозяйствами и др.

В системе экономических отношений выделяют социально-экономические и организационно-экономические отношения. В основе этого деления лежат присвоение средств и результатов производства и организация экономики и производства.

Социально-экономические отношения выражают отношения между людьми посредством их отношения к благам. А поскольку к благам можно относиться только как к своим или чужим, определяющую роль в данном случае играют отношения собственности. Именно поэтому социально-экономические отношения раскрываются через отношения собственности.

Организационно-экономические отношения возникают между экономическими субъектами в процессе организации производства. В каждой конкретной экономической системе существуют свои специфические организационно-экономические отношения. Вместе с тем в этих отношениях имеется нечто общее: разделение и специализация труда; кооперирование труда; концентрация и комбинирование производства.

Структуру и состав организационно-экономических отношений можно рассматривать на разных уровнях. Можно выделить отношения по поводу организации производства и организации управления; обеспечения непрерывного функционирования экономической системы; организации и

обеспечения функционирования рынка и рыночной инфраструктуры; создания системы ценообразования, системы оплаты труда и материального стимулирования и т.д.

Социально-экономические отношения являются основными элементами экономической системы и базируются на сложившихся формах собственности на ресурсы и результаты хозяйственной деятельности; организационных формах хозяйственной деятельности; хозяйственном механизме; конкретных экономических связях между хозяйствующими субъектами.

Другими словами, *экономическая система* – это совокупность всех экономических процессов, совершающихся в обществе на основе сложившихся в нем отношений собственности и хозяйственного механизма.

В любой экономической системе первичную роль играет производство совместно с распределением, обменом и потреблением. Во всех экономических системах для производства требуются ресурсы, а результаты хозяйственной деятельности распределяются, обмениваются и потребляются.

Производство – это исходный пункт создания материальных и нематериальных благ. Созданные в процессе производства блага завершают свое движение в потреблении. Производство и потребление связывают между собой распределение и обмен.

Распределение – это не только распределение произведенных благ и услуг, но и распределение производственных ресурсов. В этом смысле распределение в обществе зависит от института собственности. В рыночном хозяйстве распределение ресурсов происходит под воздействием ценового механизма.

Обмен способствует перемещению в пространстве благ. С помощью обмена полнее удовлетворяются потребности, а, следовательно, увеличивается богатство общества.

Потребление – заключительная фаза процесса общественного производства. Оно представляет собой использование общественного продукта в процессе удовлетворения экономических потребностей людей. Различают производственное и непроизводственное потребление. Непроизводственное потребление делится на общественное и личное.

Таким образом, распределение и обмен не только связывают производство и потребление. В известном смысле производство вообще невозможно без распределения и обмена.

В структуре экономической системы выделяют и такой важный элемент, как общественное производство, состоящее из сфер. Его *сферами* являются материальное, духовное и социальное производство.

Процесс производства, рассматриваемый ни как одnorазовый акт, а как постоянно повторяющийся непрерывный процесс, включающий в себя и распределение, и обмен, и потребление произведенных благ и услуг называется *воспроизводством*.

Особое место в экономической системе общества принадлежит хозяйственному механизму.

Хозяйственный механизм – это совокупность форм и методов организации общественного производства. Хозяйственный механизм определяется иногда как способ ведения хозяйства со свойственной ему системой конкретных форм и методов хозяйствования, правовых норм, форм экономических связей, организационных структур управления.

Хозяйственный механизм тесно связан с экономическими отношениями. Он содержит в себе такие конкретные формы отношений, как нормы и нормативы, экономические оценки ресурсов, финансы и кредит, цена, прибыль, заработная плата, премия и т.д.

Так как хозяйственный механизм неотделим от производства, он включает его *организационные структуры*, отражающие формы разделения труда и специализацию производства.

Хозяйственный механизм связан также с социальными, политическими отношениями, выступает конкретной формой реализации их активной роли по отношению к производству.

В хозяйственный механизм входят и *правовые нормы*, регулирующие многообразные отношения, возникающие на предприятиях и организациях.

Через хозяйственный механизм осуществляется использование обществом системы экономических законов. В силу этого он предполагает их

познание, разработку четкой, научно обоснованной программы действий, согласованное общественное действие в процессе хозяйствования.

3.2. Собственность как основа экономической системы

Под собственностью следует понимать отношения между хозяйствующими субъектами по поводу отчуждения и присвоения материальных условий производства (средств производства) и его конечных результатов (предметов потребления).

Собственность можно трактовать и как отношение человека к вещи. Собственность занимает центральное место в экономической системе. Она обуславливает экономический способ соединения работника со средствами производства, цель функционирования и развития экономической системы, социальную структуру общества, характер стимулов трудовой деятельности, способ распределения результатов труда. Отношения собственности формируют все остальные виды экономических отношений, являются системообразующими и поэтому основными.

Собственность всегда связана с определенными предметами, вещами. Но понятие собственности не сводится к ее вещественному содержанию. Вещь становится собственностью только тогда, когда по ее поводу люди вступают между собой в определенные отношения. Главной характеристикой собственности является не то, что присваивается, а то, кем и как присваивается. Поэтому, хотя на поверхности явлений отношения собственности выступают как отношение человека к вещи, на деле они выражают отношения к другим людям, обществу, являются *общественными отношениями*.

Собственность осуществляет свою экономическую функцию только тогда, когда реализуется, т.е. когда приносит ее субъекту определенную экономическую выгоду в форме прибыли, дохода, ренты, дивидендов и др.

Основу для принятия рациональных решений в рыночной экономике составляют *права собственности*. Они точно определяют набор правомочий собственника. Юридические права собственности определяются в традиционных терминах: владение, пользование, распоряжение.

Владение – это возможность иметь то или иное конкретное имущество у себя в хозяйстве.

Пользование – возможность использования данного конкретного имущества путем извлечения в процессе его использования заключенных в нем полезных качеств, т.е. возможность осуществлять потребление данного имущества. Перечисленные правомочия владения и пользования тесно взаимосвязаны, так как пользование имуществом возможно лишь при условии фактического владения им.

Распоряжение – это обеспеченная и гарантированная возможность определять судьбу имущества. Она выражается в четырех формах:

- ущемления принадлежности имущества; п
- ущемления состояния имущества; п
- ущемления назначения имущества; п
- ущемления передачи имущества в доверительное управление другому лицу. п

Распоряжение составляет «венец» права собственности. Собственность проявляется, прежде всего, в том, кто распоряжается средствами и продуктами производства.

Все рассмотренные черты собственности представляют собой разные ступени познания и только в совокупности составляют его содержание.

Экономическая теория выделяет *субъекты и объекты собственности*. К *субъектам* относят тех физических и юридических лиц, между которыми возникают отношения собственности. Их можно объединить в три большие группы: частные лица, коллективы, общество (государство).

Объекты – это то, по поводу чего складываются отношения собственности. К ним относятся: средства производства, предметы потребления, ресурсы и рабочая сила.

3.3. Права собственности

В экономической теории широкое распространение получило институциональное направление экономического анализа. Одной из наиболее известных теорий этого направления является теория прав собственности (Р. Коуз). По мнению автора, собственностью является не сам по себе ресурс, а *пучок прав по использованию ресурса*. Полный пучок состоит из следующих прав.

1. *право владения*, т.е. право исключительного физического контроля над благами. П
2. *право использования*, т.е. право применения полезных свойств благ для себя. П
3. *право управления*, т.е. право решать, кто и как будет обеспечивать использование благ. П
4. *право на доход*, т.е. право обладать результатами от использования благ. П
5. *право на отчуждение*, потребление, изменение или уничтожение блага. П
6. *право на безопасность*, т.е. право на защиту от экспроприации благ и от вреда со стороны внешней среды. П
7. *право на передачу* благ в наследство. П
8. *право на бессрочность* обладания благом. П
9. *запрет вредного использования*, т.е. запрет использования вещи способом, наносящим вред имуществу других хозяйствующих субъектов. 3
10. *право на ответственность* в виде взыскания, т.е. возможность взыскания блага в уплату долга. П
11. *право на остаточный характер*, т.е. право на существование процедур и институтов, обеспечивающих восстановление нарушенных правомочий. П

Права собственности понимаются как санкционированные обществом (законами государства, административными распоряжениями, традициями, обычаями и т.д.) поведенческие отношения между людьми, возникающие в связи с существованием благ, и касаются их использования. Иначе говоря, права собственности есть не что иное, как определенные «правила игры», принятые в обществе.

И еще одна отличительная черта теории прав собственности. *Собственность неразрывна с ограниченностью ресурсов*. Собственность своим конечным основанием имеет существование благ, количество которых меньше по сравнению с потребностями в них. Такое несоответствие ведет к тому, что центральным моментом отношений собственности становится их исключительный характер. Иными словами, обеспечение прав собственности предусматривает исключение других лиц из числа пользователей ограниченных ресурсов. Исключить других из свободного доступа к ресурсам означает специфицировать права собственности на них. *Спецификация прав собственности* – это закрепление отдельных правомочий за одним или несколькими экономическими субъектами. Государству принадлежит особая роль в данной спецификации (Конституция, законы, акты и т.д.). Смысл и цель спецификации состоит в том, чтобы создать условия для приобретения прав собственности теми, кто ценит их выше, кто способен извлечь из них большую пользу.

Чем определеннее права собственности, тем сильнее стимул у хозяйствующего субъекта принимать эффективные решения с целью получения положительного результата.

3.4. Формы собственности

Форма собственности связана с конкретным владельцем, с тем хозяйствующим субъектом, которому принадлежат средства производства. Исходя из указанного принципа, в современной рыночной экономике необходимо различать лишь две основные формы собственности:

- *частную собственность* (исключительными правами пользуются отдельные индивиды);
- *государственную собственность* (права принадлежат государству и его органам управления).

В рамках частной формы собственности выделяют собственность трудовую и нетрудовую. *Трудовая собственность* развивается и приумножается от предпринимательской деятельности, ведения собственного хозяйства и других форм, в основе которых лежит труд данного лица. *Нетрудовая собственность* возникает вследствие получения имущества по наследству, дивидендов от акций, облигаций, доходов от средств, вложенных в кредитные учреждения, и других источников, не связанных с трудовой деятельностью.

Частная форма собственности на средства производства, получившая развитие в условиях рыночной экономики, создает реального собственника, суверенного хозяина, предпринимателя, заинтересованного и ответственного владельца за экономически эффективное воспроизводство средств производства. Кроме этого она формирует конкретную сферу, определяющую эффективное развитие рыночной экономики.

Частная собственность сыграла огромную роль в формировании рыночной экономики. Она является основой становления экономически свободного предпринимателя – движущей силы рыночной экономики.

Государственная форма собственности представляет собой особый вид общественных отношений по поводу собственности на условия производства и результаты труда, при которых как средства труда, так и его результаты принадлежат государству. Главное отличие государственной формы собственности от частной заключается в том, что присвоение осуществляется не в пользу частного лица, а в пользу особого собственника – государства.

Государственная собственность на средства производства играет весьма заметную роль во всех странах. В основе существования государственной формы собственности лежат объективные причины. Эту форму собственности необходимо рассматривать не в качестве альтернативы частной формы собственности, а как объективно необходимый элемент общей системы собственности. В современном обществе есть сферы деятельности, где частная собственность оказывается менее эффективной, чем государственная. Например, во время войны и послевоенного восстановления экономики, когда возникает потребность в концентрации ресурсов и централизованном управлении.

Государственная собственность является достоянием всех людей данной страны. Управление и распоряжение объектами собственности осуществляют органы государственной власти. В государственной собственности находятся те предприятия, преобразование которых в частную форму собственности нецелесообразно.

Необходимость государственной формы собственности в рыночной экономике признается всеми экономистами.

Что же касается сравнительной эффективности двух форм собственности, то следует заметить, что государственный сектор экономики, функционируя в различных сферах хозяйственной деятельности, в целом развивается по законам рынка и в равной для всех участников конкурентной среде. Поэтому эффективность любой формы собственности определяется формой хозяйствования и уровнем профессионализма управляющего. Вместе с тем надо отметить, что, в конечном счете, государственная собственность проигрывает частной собственности по показателям экономической эффективности за счет меньшего контроля, чем за частным предприятием.

Эти две базисные формы собственности существуют в самых различных сочетаниях в разных странах.

Современная экономическая система западных стран именуется *смешанной экономикой*. Это означает существование механизма рынка и государственного регулирования экономики. В ней частная собственность пре-

обладает. Расширение государственного сектора усиливает иерархию в данной системе, а это чревато нарастанием транзакционных издержек.

В экономической теории очень часто и неоправданно отождествляются формы собственности с формами хозяйствования.

3.5. Формы хозяйствования

Формы хозяйствования характеризуются определенным типом организационно-экономических отношений, наилучшим образом обеспечивающим реализацию экономических интересов субъекта собственности.

Частная форма собственности может иметь *индивидуальную форму хозяйствования*, когда собственником средств производства является единственный хозяин, которому принадлежит право присвоения результатов труда. Она может приобретать различные совместные формы хозяйствования: кооператив, товарищество, союз, общество и т.п. Присвоение результатов производства при таких коллективных формах хозяйствования может определяться как размером долевого участия в собственности, так и другими условиями, оговоренными в уставе.

Наиболее распространенной формой хозяйствования в современной рыночной экономике является *акционерная или корпоративная*. Эта форма хозяйствования представляется как коллективная форма собственности. Однако в тех случаях, когда в отношениях собственности выступают различные кооперативы, общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества и т.д., лучше говорить о формах хозяйствования, чем о формах собственности. Указанные формы хозяйствования существуют в рамках частной формы присвоения. Эволюция собственности от индивидуальной до акционерной не дает оснований утверждать, что форма присвоения становится коллективной, потому что:

1. Собственность может быть либо частной, либо государственной.
2. Юридически субъектом права собственности коллектив не является.
3. В акционерных обществах собственность принадлежит акционерам формально, а фактически все решения принимают крупные собственники и управляющие. Ими же и присваиваются результаты труда. Права мелких акционеров (собственников) незначительны; они не выбирают руководителя, не формируют планы производства, не распределяют доходы. В акционерном обществе сохраняется принцип присвоения не по труду, а по капиталу. Система участия в прибыли является способом налаживания сотрудничества, партнерства между наемными работниками и собственниками акционерных предприятий. Система акционерного участия не новая форма собственности, а новое условие реализации собственности. По форме присвоения эта собственность остается частной.

Широкое распространение получила *смешанная собственность* – государственная и частная. Это такая акционерная форма хозяйствования, где присвоение осуществляется в интересах двух собственников – государства и частного владельца капитала.

Каждая форма хозяйствования характеризуется своей системой организации производства, управления, распределения доходов. В основе выбора формы хозяйствования лежит принцип оптимального согласования обязанностей и экономических интересов собственников капитала.

3.6. Экономические интересы, цели и средства их достижения

Экономическая теория исходит из предпосылок о рациональном поведении экономических субъектов. Это означает, что их интересом, целью являются получение максимального результата при данных затратах, либо минимизация затрат при заданном результате. *Экономические интересы* – это объективные побудительные мотивы экономической деятельности, связанные со стремлением людей к удовлетворению возрастающих материальных и духовных потребностей. Они выступают главной движущей силой прогресса в экономике и лежат в основе системы экономического стимулирования производства.

Так, домашние хозяйства стремятся получить максимальную полезность от приобретаемых благ в рамках своих доходов. Предприятия наце-

лены на: получение максимума прибыли, расширение масштабов производства, завоевание новых рынков. Государство ориентировано на решение интересов общества в целом, рост общественного благосостояния.

Экономические интересы принято делить на: *личные*, связанные с индивидуальными потребностями домашних хозяйств; *коллективные*, выражающие необходимость удовлетворения потребностей групп населения, предприятий, организаций и всех тех, кто объединен этим общим интересом; *общественные*, представляющие потребности общества в целом, всего государства.

В условиях рыночной экономики приоритетное место занимают личные интересы. Они являются стимулом для ведения экономической деятельности. Производители, ориентируясь на реализацию личных интересов – получение большего дохода – способствуют удовлетворению общественных потребностей через насыщение рынка товарами и услугами, повышение их качества, обновление ассортимента.

Политика стран с социально-рыночной экономикой строится таким образом, чтобы гармонизировать все виды интересов. Однако это не исключает противоречий между личными, коллективными и общественными интересами. Их разрешение предполагает вмешательство государства в экономическую и социальную жизнь общества.

Мощным побудительным средством деятельности людей являются экономические стимулы. *Экономические стимулы* – это факторы, усиливающие материальную выгоду, повышающие интерес. Конкретными формами проявления стимулов являются уровень денежного дохода, положение в обществе, условия труда и т.д. *Интересы и стимулы* способствуют возникновению материальной заинтересованности в ведении дел всеми субъектами экономики.

Однако средства, которыми располагает человек, коллектив или государство для удовлетворения своих потребностей, ограничены. Ограниченность средств удовлетворения потребностей предполагает конкуренцию в борьбе за пользование редкими благами. Отсюда проблема выбора направлений и способов использования благ, удовлетворения потребностей людей. Экономическое поведение людей при ограниченности ресурсов и безграничности потребностей формирует понятие рационального поведения человека, образ человека экономического (*Homo economicus*), т.е. такого человека, в котором заложено стремление получить максимальный результат при минимальных затратах в условиях ограниченности используемых возможностей и ресурсов.

Человек экономический обладает двумя характеристиками: рациональностью и эгоизмом (следованию только своим интересам).

3.7. Координация выбора в различных экономических системах

В хозяйственной деятельности нет хаотического (броуновского) движения: процесс производства, распределения, обмена и потребления, материальных благ и услуг осуществляется *организованно*.

Для того, чтобы осуществлять свой выбор в мире ограниченных ресурсов, хозяйствующий субъект должен располагать необходимой информацией о том, что, как и для кого производить.

Невольно встает вопрос «кто и как организует координацию выбора, осуществляемого людьми в процессе их повседневной хозяйственной деятельности?»

Экономическая теория рассматривает два различных способа координации: *спонтанный (стихийный)* и *иерархический*.

В *стихийных* порядках информация, необходимая производителям и потребителям, передается путем ценовых сигналов. Повышение или понижение цены ресурсов и произведенных с их помощью благ подсказывают хозяйствующим субъектам, в каком направлении нужно действовать, т.е. что, как и для кого производить. В любой экономической системе производитель должен осуществлять расчет своих затрат и полученных выгод. Но рассчитать соотношение выгод и затрат можно только с помощью *механизма цен*. Этот механизм и координирует экономический выбор людей. Такой механизм, или порядок называется спонтанным (самопроизвольным). Спонтанный порядок возник естественным путем, в ходе развития человеческой цивилизации. Рынок – это и есть спонтанный порядок.

Имеется и другой способ получения информации о том, что, как и для кого производить. Это система приказов и поручений, идущая сверху вниз, от некоего центра к непосредственному производителю. Такая система называется *иерархией*. Примером иерархии является первобытная община (вождь). Иерархия – это и командно-административная система (государство в лице Госплана). В форме иерархии осуществляет свою деятельность и предприятие. Иерархия основана не на ценовых сигналах, а на власти руководителя или центрального государственного органа.

В реальной деятельности наблюдается сосуществование стихийных порядков и иерархий.

3.8. Трансакционные издержки

Экономическая теория использует категорию «трансакционные издержки». Этот термин ввел Р. Коуз. *Трансакционные издержки* не связаны с производством, а представляют собой затраты, сопутствующие производству. Вот некоторые важные из них:

1. Издержки поиска информации о контрагентах хозяйственных сделок с целью получения наиболее выгодных условий купли-продажи.

2. Издержки заключения хозяйственного договора (контракта). Для этого требуются затраты времени и денег.

3. Издержки измерения, которые связаны с необходимостью затрат на приобретение измерительной аппаратуры, на получение знаний товароведа или на приобретение торговой марки.

4. Издержки спецификации и защиты прав собственности, связанные с затратами на установление объекта и субъекта собственности, а также с функционированием судебной системы и органов охраны правопорядка (альтернативный способ защиты своей собственности – «крыши»).

5. Издержки оппортунистического поведения, означающего нечестность, обман, скрытие информации. Короче, это просчитанные усилия по сбиванию с правильного пути. Оно влечет за собой ощутимые издержки как до, так и после заключения сделки. Выявление и наказание нарушителя договора связано с издержками (доверяй, но проверяй).

Трансакционные издержки пронизывают всю ткань экономической жизни общества. Мы сталкиваемся с ними на каждом шагу, даже не осознавая этого. Трансакционные издержки в экономике, это все равно что трение в физике. Если бы отсутствовали все перечисленные виды издержек, то обмен происходил бы мгновенно, потому что не требовалось бы затрачивать ресурсы на поиск той информации, о которой говорилось выше.

Можно сказать, что *трансакционные издержки* – это издержки эксплуатации экономической системы. Любая экономика сталкивается с трансакционными издержками, и экономические агенты стремятся снизить их величину. Задачу минимизации трансакционных издержек выполняют институты. *Институты* представляют собой рамки, в пределах которых люди взаимодействуют друг с другом (Д. Норт). Институты снижают неопределенность экономических субъектов в процессе своей деятельности и тем самым способствуют минимизации трансакционных издержек.

Таким образом, оценивать эффективность спонтанных порядков или иерархий необходимо не с точки зрения нормативных оценок (плохие или хорошие), а с точки зрения экономии трансакционных издержек. *Теория трансакционных издержек* помогает понять, почему оказалась неэффективной социалистическая система хозяйства. Попытка построить все общественное производство по типу предприятия оказалась несостоятельной из-за огромных трансакционных издержек.

ТЕМА 4. Основы рыночного хозяйства

4.1. Эволюция обмена

В основе экономического механизма нашей цивилизации лежит *разделение функций между людьми*, исходя из физиологических и других особенностей. Механизм экономического сотрудничества людей предполагает,

что какая-то группа или отдельный индивид сосредоточивается на выполнении строго определенного вида работы, тогда как другие занимаются иными видами деятельности.

Все люди по роду своих занятий, деятельности, выполняемых функций обособлены друг от друга тем или иным образом. Эта обособленность и является разделением труда. *Разделение труда* это – исторический процесс обособления, закрепления отдельных видов деятельности и сосуществования разнообразных видов трудовой деятельности.

Вместе и одновременно с процессом углубления и расширения разделения труда разворачивается процесс его обобществления. *Обобществление труда* есть процесс вовлечения различных видов трудовой деятельности в единый общественный процесс труда, связанный то ли обменом непосредственной трудовой деятельностью, то ли результатами и продуктами трудовой деятельности.

Большинство современных благ – это результат деятельности массы людей, одни из которых заняты выпуском отдельных деталей, другие – узлов, третьи – агрегатов, четвертые – комплекующих изделий и т.д. Необходимость в постоянном обмене плодами специализированного труда предопределяет кооперационный характер взаимоотношений в сфере производства благ и услуг. *Кооперация* – это объединение разделенных производственных операций или обособленного выпуска узлов и деталей, необходимых для изготовления конечных продуктов, в единый процесс производства.

Сосредоточивая усилия на изготовлении какой-либо одной вещи и обменивая продукты своего труда на продукты труда других людей, человек вскоре обнаружил, что это экономит ему время и силы, поскольку растет производительность труда всех участников обмена продуктами. И поэтому запущенный в глубокой древности механизм расширения и углубления разделения труда исправно работает и по сей день, помогая людям наиболее рационально использовать имеющиеся ресурсы и получать наибольшую выгоду.

Обособление разнообразных видов трудовой деятельности создает условия для достижения каждым участником производственного процесса высокого мастерства в избранном им деле, что обеспечивает дальнейшее повышение качества производимых изделий и увеличение их выпуска.

Расширяющееся и углубляющееся разделение труда в ходе развития общества объективно выступало материальной основой зарождения, формирования и прогресса товарного производства. Любое обособление той или иной трудовой деятельности обуславливает отказ от выполнения других видов деятельности или трудовых функций. Однако человеку необходима вся гамма благ для удовлетворения потребностей. Причем эти потребности постоянно возрастают, изменяются и расширяются. В то же время его трудовая деятельность все больше и больше концентрируется на довольно узком круге выполняемых функций.

Следовательно, чтобы удовлетворить свои потребности, хотя бы в одном продукте, от производства которого отказался тот или иной хозяйствующий субъект, он должен вступить в *отношения обмена* с другими хозяйствующими субъектами, которые производят данный продукт. Вступая в отношения обмена, каждый товаропроизводитель, получая от своего контрагента какое-то благо, взамен должен уступать, отдавать другие блага. Происходит товарообмен. Таким образом, можно заключить, что *товарное производство* – это такая общественная форма производства, при которой продукты производятся не для собственного потребления, а для обмена посредством купли-продажи на рынке.

Первоначально люди вступают в *простой товарный обмен* или такие отношения обмена, при которых продажа и купля товаров совпадали во времени и происходили без учета денег. *Формула товарного обмена* имеет следующий вид

Т (товар) – Т (товар).

В результате развития товарообмена открывались все новые возможности для обособления других видов деятельности, ибо возрастала гарантия получения недостающих благ или продуктов, от производства которых товаропроизводитель сознательно отказался. В процессе развития товарных

отношений товарообмен претерпевал существенные трансформации, пока не был заменен *товарным обращением*, в основе где деньги – всеобщее покупательное средство, обладающее способностью обмениваться на любой товар. С возникновением денег обмен разделился на два противоположных и дополняющих друг друга акта: продажу и куплю. Это создало условия, позволяющие включиться в обмен посреднику – купцу. В результате произошло новое крупное разделение труда – выделение торговли в особый крупный вид хозяйственной деятельности (раньше произошло обособление земледелия от охоты, затем ремесла от земледелия). Таким образом, *товарное обращение* – это отношения обмена, которые опосредуются денежным эквивалентом. Оно имеет следующую формулу

Т (товар) – Д (деньги) – Т (товар).

Поиски экономической выгоды каждым товаропроизводителем толкали их к расширению торговли. Она стала и остается на сегодняшний день крупной сферой приложения специфического труда, направленного на обеспечение взаимосвязей между разнообразными, разрозненными товаропроизводителями. В настоящее время она располагает целым арсеналом форм и методов исследования рынков (маркетинг), тенденцию его развития, возможных изменений, происходящих в товарных потоках. Выгода – главный двигатель торговли.

4.2. Становление рыночного хозяйства

Основы современной рыночной экономики зародились в тот исторический момент, когда обмен результатами деятельности стал ведущей формой связей между отдельными производителями. Это произошло в период разложения общины. И с тех пор совершенствование форм обмена, возникновение и развитие товара и денег служат формированию современной формы их существования – рыночного хозяйства. Поэтому, чтобы понять сущность и законы функционирования рынка необходимо начать с рассмотрения ключевых понятий – товара и денег.

Эволюция форм организации общественного хозяйства подчиняется объективным экономическим условиям и закономерностям. Исторически первым возникло натуральное хозяйство.

Под натуральным хозяйством понимается такая организация, при которой все продукты производятся внутри данного хозяйства только для собственного потребления. Оно не связано с другими производителями, не участвует в процессе обмена, т.е. полностью обособлено от других хозяйств. В этих условиях все общественное производство состоит из разрозненных производителей, которые существуют и развиваются, опираясь лишь на собственные материальные и трудовые ресурсы и обеспечивая себя всем необходимым для жизни.

Данный тип хозяйства еще не полностью изжил себя и существует в наши дни в отдельных регионах мира. В определенных условиях даже отдельные государства проводят экономическую политику, направленную на натурализацию хозяйства, ограничение связей по обмену результатами труда. Такая политика получила название «автаркия».

Развитие процесса труда убедило производителей, что человек, занимающийся одним и тем же видом деятельности, достигает больших результатов. Это объясняется тем, что у него возникают определенные навыки, опыт; он лучше знает свои орудия труда и условия работы, заинтересован в том, чтобы постоянно их совершенствовать, экономя свой труд. Данное обстоятельство послужило толчком к разделению труда и последующей специализации производителей. Каждый начал заниматься только одним видом деятельности.

Разделение труда и специализация производителей неизбежно вызвали необходимость обмена результатами труда, продукт труда превратился в товар, а производство – в товарное производство.

Таким образом, *под товарным производством* понимается такая организация общественного хозяйства, когда продукты изготавливаются спе-

специализированными производителями и поступают в потребление посредством обмена на рынке. Отсюда вытекают два условия возникновения товарного хозяйства. *Первое условие* – это общественное разделение труда, при котором отдельные производители специализируются на выработке определенных продуктов. Однако общественное разделение труда обязательно, но недостаточно для возникновения товарных отношений. Только когда возникает *второе условие* – экономическое обособление производителей, продукт труда неизбежно принимает форму товара. Экономическое обособление позволяет производителям относительно свободно распоряжаться произведенной продукцией по своему усмотрению, т.е. быть ее собственником. Следовательно, экономическое обособление неразрывно связано с отношениями собственности на средства производства и на продукт. Там, где есть различные собственники, связь между ними осуществляется в товарной форме. Именно поэтому возникновение частной собственности, приведшее к экономической обособленности производителей, и послужило решающим условием возникновения товарного производства.

В товарном производстве важнейшим условием обеспечения экономических связей между производителями становится *обмен товарами* через рынок. В результате каждый участник обмена получает возможность удовлетворить свои личные потребности и продолжить производственную деятельность.

Товарное производство прошло два основных этапа развития: простое и капиталистическое товарное производство.

При простом товарном производстве собственник средств производства одновременно был и непосредственным производителем. Он вкладывал или собственный труд, или использовал труд членов своей семьи.

Цель его производства – удовлетворение потребностей семьи. В этот период производство осуществлялось мелкими обособленными производителями, связи между ними осуществлялись случайно и не являлись постоянными. Для такого производства характерны анархичность и свободная конкуренция.

При капиталистическом товарном производстве средства производства принадлежат капиталисту, на которого работают наемные работники. Поэтому труд при капитализме эксплуатируется, результаты труда присваиваются собственником средств производства, целью производства становится получение максимально возможной прибыли. Производство при капитализме становится крупным, усиливается его общественный характер, свободная конкуренция ограничивается, а формы и методы конкурентной борьбы ужесточаются.

Простое товарное производство послужило исходным пунктом возникновения и развития рыночного хозяйства.

4.3. Рынок и условия его возникновения

Установление связей между многочисленными хозяйствующими субъектами, каждый из которых стремится реализовать свой экономический интерес, обеспечивает нормальное непрерывное функционирование экономики. Поэтому основополагающую характеристику рынка можно свести к следующему определению. *Рынок* – это система экономических связей между хозяйствующими субъектами, которая базируется на меновых отношениях и платности всех благ и услуг. Такое определение рынка позволяет избежать упрощенных и по своей сути неверных его трактовок. Не следует понимать под рынком ни место, где происходят обменные операции, хотя оно и называется рынком, ни торговлю как вид деятельности, связанный с куплей и продажей товаров. Когда мы говорим о рынке, то непременно должны подразумевать всю совокупность структур экономических отношений между хозяйствующими субъектами на принципе возмездности предоставляемых товаров и услуг.

Не будет большой ошибкой сказать, что *рынок* – это механизм взаимодействия покупателей и продавцов экономических благ по поводу установления цены.

Рынок как экономический механизм, пришедший на смену натуральному хозяйству, формировался на протяжении тысячелетий, в течение которых менялось и содержание самого понятия.

По мере разложения натурального хозяйства и развития производства товаров на продажу менялось само представление о рынке. Современный рынок, оставаясь механизмом взаимодействия покупателей и продавцов, превратился в систему регулирования хозяйственной жизни (экономики).

Для возникновения рынка необходимы три условия:

1. *Разделение труда*, которое обязательно ведет к специализации и обмену.

2. *Самостоятельность или обособленность* хозяйствующих субъектов. Товарный обмен обязательно предполагает стремление к взаимовыгодности. А такое стремление возникает на основе экономической самостоятельности, которая выражается в экономической ограниченности, обособленности интересов. Эта самостоятельность (обособленность) исторически возникает на базе частной собственности. В дальнейшем частная собственность стала опираться и на коллективную собственность, но обязательно ограниченную каким-то локальным кругом интересов (кооперативы, товарищества, акционерные общества, государственные и смешанные предприятия).

3. Для эффективного функционирования рыночного хозяйства необходима *свобода предпринимательства*. Вне рыночного регулирования хозяйства имеет место в любой системе. Институциональная система дополняет рынок. *Институты* – это законы, нормы, традиции, организационные структуры. Именно институты создают ту среду, где функционируют рынки, и определяют систему сдержек и противовесов. Эта система противодействует произволу и деформации рыночных отношений. Но в целом, чем меньше скован производитель, тем больше простора для развития рыночных отношений.

Данные условия можно конкретизировать, разделив их на две группы. Первая группа связана с созданием общих условий хозяйствования, обеспечивающих рыночные связи. К их числу относятся:

– *наличие многообразных форм собственности* (частной, кооперативной, акционерной, государственной). При осуществлении этого условия необходимо соблюдать последовательность и не допускать резких нарушений сбалансированности при структурных изменениях;

– *демократизация производства* при сохранении государственных регуляторов. При этом надо исходить из того, что рыночная экономика сама по себе не является саморегулирующейся системой, способной к бесконечному процветанию; нельзя полагаться на то, что капитализм развивается сам по себе;

– *создание рыночной инфраструктуры*, которая объединяет три основных рынка: товаров и услуг; факторов производства; финансовый рынок.

Вторая группа включает систему мер, связанных с *разработкой правового законодательства и принятия экономических положений* по переходу на рыночные методы хозяйствования. Во-первых, требуются четкие меры по формированию и обладанию многообразными формами собственности и хозяйствования. Во-вторых, преодоление дефицита через структурную перестройку приоритетных отраслей в экономике. В-третьих, превращение экономики в открытую систему с привлечением иностранного капитала и созданием совместных предприятий.

4.4. Экономические агенты

Из-за ограниченности экономических ресурсов вытекает необходимость хозяйственной деятельности. Зачастую хозяйственную деятельность называют экономической. При этом экономическая (хозяйственная) деятельность есть не что иное, как постоянная работа по оценке, сравнению, отбору альтернативных вариантов использования экономических ресурсов. В хозяйственной деятельности участвуют хозяйствующие субъекты, называемые в экономической теории экономическими агентами.

К *экономическим агентам* относятся домашние хозяйства (отдельные лица и семьи), предприятия (фирмы) и государство (органы государственного управления, государственные учреждения), а также некоммерческие организации.

Отличительная черта экономических агентов – принятие и реализация самостоятельных решений в сфере хозяйственной деятельности.

Положение и роль каждого экономического агента определяется его отношением к факторам производства, которыми он владеет. Одни располагают капиталом и обладают экономической властью, определяют формы хозяйствования, участвуют в управлении, занимаются предпринимательской деятельностью. Другие распоряжаются лишь собственной рабочей силой, их возможности влияния на организацию производства, распределение доходов и участие в управлении ограничены.

К *домашним хозяйствам* принято относить тех, кто осуществляет операции, связанные с ведением домашнего хозяйства, т.е. преимущественно с потреблением. Домашние хозяйства получают доходы, предоставляя бизнесу факторы производства (рабочую силу, землю, капитал и др.), которыми они располагают. Полученные доходы используются ими на приобретение необходимых товаров, а также для создания сбережений. Как потребители домашние хозяйства независимы, т.е. они вправе принимать решения самостоятельно, но эта независимость ограничивается размерами доходов.

Предприятия осуществляют производственную деятельность, а также инвестирование производства. Они разделяются по формам собственности (частные, государственные), по размерам и масштабам производства и занимаются различными видами предпринимательской и коммерческой деятельности с целью извлечения прибыли. Несколько специфические функции выполняют в обществе *некоммерческие организации* (благотворительные фонды, профсоюзные организации, ассоциации предпринимателей). Их основная задача – удовлетворение потребностей людей, а не получение прибыли.

Основные функции государства состоят в обеспечении общественных потребностей и безопасности членов общества. Наряду с этим государство играет важную роль в экономической жизни общества. Оно активно вмешивается в экономику, используя различные формы и методы. Существуют различные показатели и критерии экономической активности государства, среди них доля государственных расходов в ВВП, доля налогов в ВВП, размеры государственной собственности, объемы продукции, производимой государственными предприятиями.

4.5. Функции и структура рынка

Рынок оказывает огромное воздействие на все стороны хозяйственной жизни, выполняя ряд экономических функций.

Самая важная *функция рынка – регулирующая*. В рыночном регулировании большое значение имеет соотношение спроса и предложения, влияющие на цены. Растет цена – сигнал к расширению производства, цена падает – к его сокращению. Рынок выступает регулятором производства, спроса и предложения. Через механизм закона стоимости, спроса и предложения он восстанавливает необходимые воспроизводственные пропорции в экономике.

Рынок выполняет *стимулирующую функцию*. Посредством цен он стимулирует внедрение в производство достижений научно-технического прогресса, снижение затрат на производство продукции и повышение ее качества, расширение ассортимента товаров и услуг.

Следующей функцией рынка является *информационная*. Рынок представляет собой богатый источник информации, знаний, сведений, необходимых хозяйствующим субъектам, о количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг, которые на него поставляются. Наличие информации позволяет каждому предприятию сверять собственное производство с меняющимися условиями рынка.

Посредническая функция рынка заключается в том, что в нормальной рыночной экономике с развитой конкуренцией потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика продукции. В то же время продав-

цу предоставляется возможность выбрать наиболее подходящего покупателя.

Рынок выполняет и *санитрующую функцию*. Он очищает общественное производство от экономически слабых, нежизненно способных хозяйственных единиц и, наоборот, поощряет развитие эффективных, перспективных предприятий.

Рынок решает также проблемы уровня жизни, структуры и эффективности производства, позволяет пользоваться общечеловеческими ценностями. Сам рынок является достоянием мировой цивилизации. Механизм рынка освобождает экономику от дефицита товаров и услуг. Рыночная экономика преимущественно бездефицитна в пределах тех ресурсов (включая импорт), которыми располагает страна. Дефицит противоречит экономическим интересам участников рынка. Расхождения между появлением потребности и ее удовлетворением возможны, но они носят временный характер.

На рынке осуществляется реализация стоимости и доведение товаров до потребителя и таким образом рынок служит связующим звеном между производителем и потребителем.

Рынок влияет на все фазы воспроизводства – производство, распределение, обмен и потребление. В этом смысле рынок есть саморегулирующаяся система воспроизводства, все звенья которой находятся под постоянным воздействием спроса и предложения.

Структура рынка – это совокупность взаимосвязанных качественных и количественных соотношений между отдельными элементами рынка, характеризующая ее устойчивую определенность и обеспечивающая функционирование рынка.

Рынок связан как с производственной, так и с финансовой сферой. В него включены элементы, непосредственно связанные с обеспечением производства, а также элементы материального и денежного обращения. В соответствии с этим рынок имеет многообразную структуру.

По объектам обмена различают рынок: *товаров, услуг, капиталов, ценных бумаг, труда, валютный рынок, рынок информации, рынок инноваций* и др.

В пространственном разрезе выделяют *местный (локальный) рынок*, который ограничивается одним или несколькими районами страны; *национальный рынок*, который охватывает его национальную территорию; *мировой рынок*, охватывающий все страны мира.

По механизму функционирования различают *свободный, монополизированный и регулируемый рынок*.

В соответствии с действующим законодательством той или иной страны различают *легальный (функциональный) и нелегальный (теневой) рынок*.

По степени насыщенности товарами и услугами выделяют *равновесный, дефицитный и избыточный рынок*.

В экономике существуют не только отдельные, изолированные рынки, но и единая рыночная система, где все элементы находятся в определенных соотношениях друг с другом.

4.6. Инфраструктура рынка

Под рыночной инфраструктурой понимается система учреждений и организаций, обеспечивающих свободное движение товаров и услуг на рынке. Ее характеризуют комплекс элементов, институтов и видов деятельности, создающих организационно-экономические условия для нормального функционирования рынка.

Организационная база инфраструктуры рынка включает снабженческо-сбытовые, брокерские и другие посреднические и коммерческие организации крупных промышленных предприятий.

Материальная база состоит из транспортных систем, складского хозяйства, информационной системы и средств связи.

В кредитно-расчетную базу входят отдельные банковские и страховые системы и кредитно-сберегательные учреждения, а также различные коммерческие банки.

Важнейшими элементами рыночной инфраструктуры являются ярмарки, аукционы и биржи.

Ярмарка представляет собой регулярный рынок мирового значения, который организуется в определенном месте. Она может быть местом пе-

риодической торговли или местом сезонной распродажи товаров одного или многих видов.

Аукцион имеет дело с продукцией, которой на рынке недостаточно. Здесь главным ориентиром является получение максимальной цены за какой-либо товар. На аукционе происходит публичная продажа товара. Продаваемые товары достаются покупателю, назначившему самую высокую цену.

Биржа – место встречи покупателей и продавцов, место, где заключаются сделки. Различают товарные, фондовые биржи и биржи труда.

Элементом инфраструктуры рынка выступает *кредитная система*. Она включает банки, страховые компании, фонды организаций, обладающих правом коммерческой деятельности. В кредитную систему входят все, кто способен мобилизовать временно свободные средства, превратить их в кредиты, а потом в инвестиции. Ядро кредитной системы – *банковская система*, включающая в себя центральные, коммерческие, ипотечные и инвестиционные банки.

Важной частью инфраструктуры рынка является *система законодательства*, регулирующая правовые взаимоотношения хозяйствующих субъектов и определяющая «правила рыночной игры».

4.7. Кругооборот благ и доходов. Потoki и запасы

Экономика – это миллионы предприятий, учреждений, различных организаций и домашних хозяйств. Между ними существует сложная система связей. Представим самую простейшую картину экономических связей – укрупненную *схему движения благ*, доходов и расходов. Пусть в ней будут только две основные хозяйственные единицы: домашние хозяйства и предприятия. В этой схеме движение разнообразных благ и услуг, расходов и доходов представим в виде потоков, протекающих между предприятиями и домашними хозяйствами, объединяющих их в хозяйственную систему.

В схеме кругооборота (рис. 2) все ресурсы принадлежат домашним хозяйствам. Они предоставляют рабочую силу, капиталы, природные и другие ресурсы.

Домашние хозяйства предъявляют спрос и потребляют товары и услуги. Они оплачивают их за счет доходов, которые получают, предоставляя в распоряжение предприятий рабочую силу, капитал, землю и другие факторы производства.

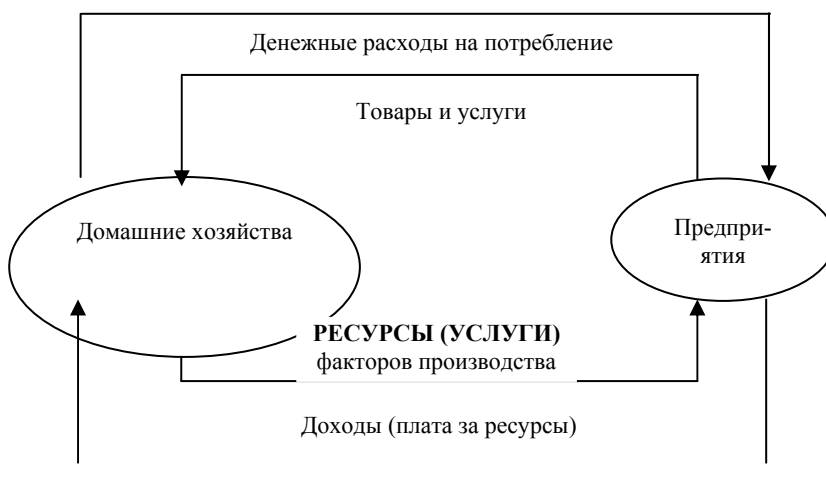


Рис. 2. Кругооборот товаров, доходов и расходов

Предприятия включают факторы производства в производственный процесс и поставляют готовые товары и услуги домашним хозяйствам, где они и потребляются, заканчивают свое движение, и процесс кругооборота начинается снова.

Движение потоков товаров и денежных средств осуществляется постоянно. Потоки товаров (благ) и денег исчисляются за определенный

отрезок времени, например за год. Один миллион автомашин, произведенных в течение года – это годовой поток, в то время как три миллиона автомашин имеется в наличии на определенную дату – это запас. Численность станочного парка или стоимость домашнего имущества населения – запас, годовое производство станков – поток.

Из всех потоков нас интересует весь продукт, произведенный страной за год (чаще его называют валовым внутренним или валовым национальным продуктом). Он представляет собой агрегированный поток, т.е. выражает стоимость всех товаров и услуг, произведенных за год. Валовой внутренний продукт включает конечную продукцию, готовую для потребления. Он также является суммарным доходом всех владельцев экономических ресурсов.

Валовой внутренний продукт может быть рассчитан как совокупный доход от производства товаров и услуг (прямая линия со стрелкой в нижней части схемы). Он может быть подсчитан и иначе – как совокупный расход на покупку произведенных товаров и услуг – прямая линия в верхней части (рис. 2).

Деньги и в верхней и в нижней части схемы движутся в направлении, противоположном направлению товаров. При этом совокупные доходы равны совокупным расходам.

Если увеличивается выпуск продукции, то соответственно возрастают расходы и доходы. Предприятия нанимают дополнительных работников, закупают дополнительное сырье, топливо, материалы, устанавливают дополнительное оборудование. Увеличиваются выплаты заработной платы, возрастают размеры прибыли. И вновь расходная и доходная части производимого продукта равны.

Данную схему можно усложнить, если в процесс экономического кругооборота включить, например государство и финансовые организации (в основном банки). Суть от этого не изменится.

4.8. Товар и его свойства. Закон стоимости

Товар – это продукт труда, предназначенный для обмена. Но для того чтобы стать товаром продукт должен обладать двумя свойствами: потребительной стоимостью и стоимостью. Способности продукта удовлетворять потребности общества, быть полезной людям – это *потребительная стоимость*. Как потребительная стоимость все товары различны и, чтобы обменять одну вещь на другую, нужно, чтобы они обладали общей чертой – имели стоимость.

Если потребительная стоимость видна, то для понимания сущности стоимости необходимо сначала обратиться к меновой стоимости. *Меновая стоимость* – это способность товара обмениваться на другой товар, в определенных пропорциях. Товары обмениваются, прежде всего, потому, что они имеют разные потребительные стоимости. За меновыми пропорциями скрывается *стоимость*, т.е. затраты труда производителей – затраты их физической и умственной энергии на производство товаров. Товары обмениваются в соответствии с количеством затраченного на них труда.

Каждый товар, поэтому носит *двойственный характер*. С одной стороны, он выступает как потребительная стоимость, с другой – как результат человеческого труда, т.е. обладает стоимостью. Единство потребительной стоимости и стоимости противоречиво – это внутреннее противоречие товара. Оно заключается в том, что как потребительные стоимости все товары разнородны и несоизмеримы. Один и тот же товар не может использоваться одним человеком как стоимость и как потребительная стоимость. Для производителя товар есть вещь, которую он произвел для продажи. Это, прежде всего стоимость – средство обмена на другой товар, на другую потребительную стоимость. Покупатель же приобретает вещь не потому, что она имеет стоимость, а потому, что она обладает потребительной стоимостью, способна удовлетворять его потребности. Следовательно, хотя в товаре стоимость не может существовать без потребительной стоимости и наоборот, но, находясь у конкретного человека, товар как бы теряет одно из этих свойств. В этом заключается внутреннее противоречие товара как единство противоположностей.

Двойственный характер товара обусловлен двойственным характером труда, создающего товар. Это один из наиболее важных вопросов в трудовой теории стоимости. Труд каждого товаропроизводителя выступает в

конкретной форме. Это не просто труд, а труд токаря, кузнеца, сапожника и т.д. Конкретные виды труда создают конкретные вещи: сапожник производит обувь, портной – одежду. *Конкретный труд* создает определенную потребительскую стоимость.

В процессе труда каждый производитель затрачивает свои силы, свою физическую и умственную энергию. Эти затраты человеческой энергии представляют собой абстрактный труд. Абстрактный – значит отвлеченный, т.е. труд, отвлеченный от конкретной формы. *Абстрактный труд* характеризует затраты энергии производителя на производство товара, создает стоимость данного товара. Поэтому стоимость можно определить как овеществленный в товаре абстрактный труд.

Стоимость товара определяется затратами общественно необходимого труда, а труд может измеряться общественно необходимым рабочим временем.

Развитие товарного производства и превращение его в современное рыночное хозяйство осуществлялось на основе действия закона стоимости.

Сущность закона стоимости заключается в том, что все товары обмениваются на основе общественно необходимого труда. Это не только закон товарного обращения, но и закон производства. Механизм действия закона стоимости основан на разнице между индивидуальной и общественной стоимостями товара.

4.9. Теории стоимости

Стоимость относится к числу важнейших проблем экономики. Это объясняется глубиной и кругом рассматриваемых вопросов. На основе теории стоимости определяются цели и мотивы деятельности экономических субъектов, выбираются варианты распределения экономических ресурсов и доходов, функционирует процесс рыночного обмена. Таким образом, *теория стоимости – это фундамент*, на котором строится теоретическая конструкция экономики.

Первый весомый вклад в разработку теории стоимости внесла английская классическая политэкономия (У. Петти, А. Смит, Д. Риккардо). Дальнейшее развитие их взгляды получили в трудах К. Маркса. Стоимость признавалась как единственная исходная категория экономического анализа. Английская классическая политэкономия выдвинула теорию *трудовой стоимости*, определяющую стоимость материальных благ затратами труда в процессе производства.

После работ А. Смита и Д. Риккардо в экономической практике господствующее положение занимала так называемая *теория факторов производства*. Основные представители этой теории – Ж.-Б. Сэй и Дж. Милль.

Согласно их взглядам, создание стоимости, во-первых, связывалось не с функционированием одного какого-то фактора производства (например, с трудом), а с несколькими факторами. Поскольку основных факторов производства насчитывалось три – труд, капитал и земля, то *создание стоимости приписывалось всем трем факторам*. Во-вторых, стоимость рассматривалась как порождение соответствующих факторов производства. В-третьих, в качестве основных доходов в большинстве случаев принимались: заработная плата, предпринимательский доход, процент и рента.

В середине XIX в. *теория трудовой стоимости* сводилась к следующим положениям:

1. Стоимость блага бывает рыночной и естественной. Естественная стоимость является стержнем, вокруг которого колеблется и к которому стремится рыночная стоимость.

2. Рыночная стоимость определяется спросом и предложением. При этом спрос зависит от рыночной стоимости.

3. Рыночная стоимость по-разному определяется для невозпроизводимых и свободно воспроизводимых товаров. В первом случае она зависит от ограниченности блага. Во втором – от величины издержек производства товара и его доставки на рынок.

4. Издержки производства состоят из заработной платы и прибыли на капитал и определяются, в конечном счете, количеством затраченного труда.

Таким образом, в классической модели средний уровень цен (естественная стоимость) определяется в производстве и задается издержками. Предложение же товара определяется спросом, складывающимся при данной цене. Классической теории были присущи противоречия, а некоторые ее положения требовали уточнений.

Представители новой экономической концепции – *теории предельной полезности* (Е. Бем-Баверк, К. Менгер, Ф. Визер) – в качестве исходного явления при определении стоимости избрали отношение человека к вещи, субъективную оценку индивидуумом полезности различных благ. Это было поистине революционное событие, впоследствии названное маржиналистской революцией (marginal – предельный).

Главные идеи маржинализма состоят в следующем:

- неприемлемо определять стоимость затратами труда;
- стоимость блага определяется величиной полезного эффекта, т.е. предельной полезностью блага;
- стоимость рассматривается как субъективная категория, отражающая индивидуальные оценки полезности благ конкретными потребителями;
- введено понятие предельной величины и на основе этого разграничены совокупная и предельная полезность блага;
- стоимость труда и капитала, а, следовательно, и издержек производства определяются как производные от стоимости (предельной полезности) потребительских товаров.

Теория предельной полезности заложила фундамент неоклассического экономического анализа (А. Маршалл). Утвердился принцип одновременной оценки стоимости конечных продуктов и факторов производства. Знаменитое сравнение А. Маршалла полезности и издержек с двумя лезвиями ножниц имеет следующий смысл: как нет основания говорить, разрезает ли лист бумаги верхнее или нижнее лезвие ножниц, так и то, регулируется ли стоимость полезностью или издержками производства. Его идея заключается в необходимости использования метода взаимного и одновременного определения обеих ценностей. Именно через взаимодействие, в котором полезность и издержки выступают как равноправные и независимые силы, определяется точка равновесия спроса и предложения и соответственно стоимость и цена.

В теории предельной полезности большое влияние обращается на проблему выбора отдельного потребителя. Проблема выбора, прежде всего, связана с пониманием и измерением предельной полезности.

4.10. Основные элементы рыночного механизма

Рынок, независимо от его конкретного вида, базируется на четырех основных элементах: спросе; предложении; цене; конкуренции.

Спрос (платежеспособный) – это представленная на рынке потребность в определенном количестве тех или иных товаров, которые потребители могут купить при сложившихся ценах и денежных доходах.

Предложение – это количество товаров, имеющееся в продаже при данной цене. Изменение соотношения между спросом и предложением порождает колебание рыночных цен вокруг так называемой цены равновесия. Через эти колебания устанавливается тот уровень цен, при котором обеспечивается равновесие спроса и предложения и в конечном итоге равновесие производства и потребления.

Цена – это денежное выражение стоимости.

Конкуренция – это экономическая борьба, соперничество между товаропроизводителями за более выгодные условия хозяйствования, за получение максимальной прибыли.

Цель каждого предпринимателя – максимизация прибыли а, следовательно, и расширение масштабов хозяйственной деятельности. Это неизбежно приводит к взаимной борьбе предпринимателей за более выгодные условия производства и сбыта товаров, рост объемов производства. Предприниматели выступают по отношению друг другу как соперники или конкуренты.

Если предложение какого-либо товара больше, чем спрос на него, то увеличивается конкурентная борьба между продавцами. Каждый из них,

чтобы продать свой товар, вынужден снижать цену, что ведет за собой сокращение производства данного товара. Если спрос больше чем предложение, то конкурировать между собой будут покупатели. Чтобы иметь возможность приобрести дефицитный товар, каждый из них предлагает более высокую цену, чем его соперники. Цена повышается, и это стимулирует увеличение предложения данного товара.

Конкуренция является необходимым элементом рыночного механизма. Экономисты считают конкуренцию одной из причин роста эффективности производства. Именно конкуренция заставляет предприятия внедрять технический прогресс, совершенствовать технологию производства, снижать затраты на производство продукции и оказание услуг.

Однако характер конкуренции может быть различным, что существенно влияет на способ достижения рыночного равновесия.

Конкуренция может быть ценовой и неценовой.

Ценовая конкуренция основана на привлечении покупателей за счет продажи товара по более низкой цене, чем аналогичных по качеству товаров конкурентов.

Неценовая конкуренция есть соперничество вне маневрирования ценами (повышение качества продукции, овладение передовой технологией).

Нечестность, обман, скрытие информации означает оппортунистическое поведение. Короче, это просчитанные усилия по сбиванию с правильного пути. *Оппортунистическое поведение* – это методы конкурентной борьбы, связанные с нарушением принятых на рынке норм и правил конкуренции. В частности, не допускаются: неправомерное получение, самовольное использование или разглашение конфиденциальной научно-технической, производственной и торговой информации; распространение ложных сведений в рекламной информации относительно способа, места изготовления или качества товаров, использование которых может ввести общественность в заблуждение относительно свойств товара; логичные утверждения, способные дискредитировать предприятие, его промышленную или торговую деятельность и т.д.

4.11. Типы рыночных структур

Различия в характере рыночной конкуренции связаны с сосуществованием различных рыночных структур. Они отличаются друг от друга по количеству и размерам функционирующих на данном рынке предприятий, характеру производимой этими предприятиями продукции, возможностями входа на рынок новых предприятий и выхода из него, а также доступностью информации, необходимой для принятия экономических решений.

Наиболее эффективно рыночный механизм действует в условиях свободной, или совершенной конкуренции. Рынок совершенной конкуренции характеризуется следующими принципами:

1. Множеством покупателей и продавцов.
2. Высокой мобильностью факторов производства.
3. Отсутствием барьеров на пути вступления на рынок или выхода из него.
4. Однородностью продаваемой продукции.
5. Равным доступом всех участников рыночных отношений к информации.

При совершенной конкуренции доля каждого участника в продажах или покупках незначительна. Поэтому ни один из продавцов или покупателей сам не в состоянии воздействовать на рыночную цену.

Совершенная конкуренция – это абстракция. В чистом виде она никогда и нигде не существовала. Лишь некоторые рынки по своим характеристикам могут приближаться к совершенной конкуренции (например, рынок зерна). Поэтому совершенную конкуренцию можно рассматривать как первый шаг для уяснения принципов функционирования рыночного механизма.

Если хотя бы один из пяти признаков совершенной конкуренции отсутствует, то такая рыночная структура называется несовершенной конкуренцией. Различают три основных вида несовершенной конкуренции:

1. *Чистая монополия* – на рынке одно предприятие является единственным продавцом товара и услуг и границы предприятия и отрасли совпадают;
2. *Олигополия* – в отрасли существует незначительное число предприятий, производящих однородную продукцию;
3. *Монополистическая конкуренция*, которая характеризуется наличием на рынке сравнительно большого числа предприятий, производящих дифференцированную продукцию.

Независимо от типа рыночных структур, важно отметить, что необходимым условием их нормального функционирования является экономическая свобода, самостоятельность, независимость субъектов экономических отношений.

4.12. Рынок совершенной конкуренции и механизм его функционирования

Рассмотрим модель отдельно взятого рынка свободной конкуренции. Взаимодействие его основных элементов – спроса, предложения и цены – раскрывает механизм рынка.

Пусть на товарном рынке, например, велосипедов существует режим свободной конкуренции. Это значит, что на нем представлено множество потребителей и покупателей, нуждающихся в велосипедах и имеющих средства для их приобретения. Экономический интерес потребителей состоит в том, чтобы купить товар и удовлетворить свою потребность. Им противостоят продавцы – производители велосипедов. Затрачивая ресурсы на производство и сбыт велосипедов, они заинтересованы в прибыльной продаже этих вещей.

Потребители приходят на рынок с определенным объемом совокупного дохода, предназначенного для приобретения велосипедов. Несмотря на то, что им хотелось бы купить товар подешевле, они осознают, что у продавцов другие заботы – продать подороже. Поэтому любители велосипедов предлагают за них так называемую цену спроса – предельную максимальную цену, за которую покупатели еще согласны взять товар. Выше ее рыночная цена подняться не может, так как у потребителей нет денег на покупку.

Между ценой спроса и количеством продаваемой продукции существует взаимная связь. С одной стороны, когда цена спроса велика, покупателей товара немного, сохраняется небольшой объем продаж. Если же цена спроса снижается, товар становится более доступным, число потребителей растет вместе с количеством продаваемых изделий.

Итак, зависимость между ценой спроса и количеством продаваемого товара, описывающая рыночное поведение потребителя, называется *кривой спроса*.

Производители – продавцы стремятся продать товар подороже, сознавая, что у потребителей иные интересы. В результате образуется *цена предложения*. Это предельная минимальная цена, по которой производители еще готовы продать свои изделия покупателям. Рыночная цена не может опуститься ниже цены предложения, потому, что производство и сбыт, стали бы нерентабельными.

Чем меньше цена предложения, тем меньшее количество велосипедов поступит в продажу, поскольку у многих изготовителей издержки производства и сбыта окажутся выше этой сравнительно небольшой цены, что сделает невыгодным выпуск товара. По мере повышения цены предложения будут возрастать и число производителей, и объем поставок на рынок. Поведение продавцов характеризуется *кривой предложения*.

Интересы производителей и потребителей совпадают в точке пересечения кривых спроса и предложения. Это равновесное состояние рынка, при котором достигается наилучший объем производства и продаж, равный оптимальной величине покупок и потребления, а рыночная цена становится *ценой равновесия*. Действительно, изготовителям невыгодно дальнейшее повышение цены и расширение предложения, ибо тогда товар не найдет спроса, а они обанкротятся. Соответственно и потребителям не приходится рассчитывать на приобретение большого количества товара или на снижение его цены: такое развитие ситуации противоречит интересам производителей.

4.13. Преимущества и недостатки рыночной организации

Рынку принадлежит важная *позитивная роль*, он:

- естественным образом, без команд соединяет интересы производителей и потребителей (продавцов и покупателей);
- освобождает экономику от дефицита товаров и услуг;
- эффективнее других хозяйственных систем решает основные проблемы экономики (уровень жизни, структура и эффективность производства, качество продукции);
- способствует развитию научно-технического прогресса, побуждает применять новейшие технологии, рационально использовать ресурсы;
- формирует и воспитывает «экономического человека», характеризующегося расчетливостью и предприимчивостью, готовностью идти на риск, ответственностью за свои действия;
- устанавливает четкую зависимость между реальным вкладом в создание необходимого потребителю товара и размером получаемого дохода;
- материально заинтересовывает производителей в удовлетворении тех потребностей, которые выражаются через спрос. Под влиянием рыночных сил происходит отборка неэффективных товаропроизводителей;
- является саморегулирующейся системой, способной эффективно функционировать без прямого вмешательства государства.

Есть достаточные основания утверждать, что рынок относится к разряду общечеловеческих ценностей, является достоянием всей мировой цивилизации и останется таковым в обозримом будущем.

Рынок имеет много достоинств, его возможности велики, однако он имеет и *негативные стороны*. Существуют области, где механизм рынка не срабатывает. При всей своей позитивной роли он не в состоянии обеспечить эффективное решение ряда стратегических задач развития экономики, социальных проблем. Рынок предоставлен самому себе и ему присущи анархичность и стихийность, приводящие к экономическим потерям и снижению эффективности хозяйствования. Рынок обостряет проблему социального неравенства, порождает значительную дифференциацию доходов, имущественное расслоение населения.

Рыночная конкуренция приводит к экономической дифференциации производителей, высвобождению работников из производства, образованию безработицы, обострению социального положения малообеспеченных слоев населения. Рынок благоприятствует экономически сильным группам потребителей, в то время как экономически слабые группы (пенсионеры, инвалиды, молодежь и др.) остаются порой обделенными.

Рынок не восприимчив к долгосрочным общегосударственным программам, связанным с ликвидацией социального неравенства, экологией, обустройством территорий. Он не в состоянии самостоятельно реализовать стратегические цели в области науки и техники, осуществить в масштабе всей национальной экономики крупные структурные сдвиги, ориентированные на перспективу.

От механизма рынка не приходится ждать соблюдения социально-экономических прав человека: рыночное распределение характеризуется значительным неравенством, право на труд для тех, кто может и хочет работать не соблюдается.

Рынок не способен регулировать внешнеэкономические связи, не обеспечивает производство общественных товаров (оборона, охрана общественного порядка, государственное управление, энергетическая система и т.д.). «Провалы» рынка наблюдаются при решении проблем конкуренции, в области фундаментальной науки и техники, организации денежного обращения, при решении региональных и межгосударственных проблем.

Поэтому совершенно необходимо активное вмешательство со стороны государства в экономические процессы. Именно государство способно взять на себя ведущую роль в регулировании рыночного хозяйства. Без государственного вмешательства невозможно развитие самой рыночной системы.

4.14. Экономическая эффективность и социальная справедливость

Экономическая эффективность – это способ действий, обеспечивающий получение в результате осуществляемых усилий и затрат ресурсов максимального (наилучшего) результата.

Социальная справедливость в сфере экономики – это соответствие системы экономических отношений (преимущественно отношений распределения) потребностям, интересам, которые господствуют в данном обществе.

Экономическая эффективность в принципе противоречит социальной справедливости в таких сферах, как перераспределение ресурсов в пользу малоимущих, поддержание всеобщей занятости, решение экономических проблем и др.

Противоречие между экономической эффективностью и социальной справедливостью – это отражение противоречия между производством и потреблением.

Экономическая эффективность, направленная на увеличение общественного продукта, достигается наилучшим образом в рамках рыночной системы с преобладанием частной собственности. Однако такая система неизбежно порождает *усиление социальной дифференциации*, так как в ней преобладает распределение по факторам производства, если государство устраняется от перераспределения доходов граждан. Социальная справедливость реализуется, главным образом, через перераспределение доходов между различными группами населения, что ограничивает стихийное действие механизмов рыночной экономики. Развитие современной рыночной экономики предполагает определенную меру выравнивания доходов, создания социальных гарантий и равных стартовых условий для всех слоев населения.

4.15. Внешние эффекты (экстерналии)

Взаимодействие экономических субъектов рыночной экономики порождает внешние по отношению к рынку *эффекты (экстерналии)*. Они имеют существенные последствия для благосостояния людей, механизма функционирования рынка, оптимального размещения ресурсов, эффективности рыночного равновесия.

Внешние эффекты – это неучтенные в цене товаров и услуг побочные эффекты функционирования рынка, воздействующие на третьих лиц (или общество в целом), находящиеся вне рыночной сделки. Внешние эффекты возникают в случаях, когда установленная рынком цена данного товара (услуги) не отражает или реальных издержек производства, или его истинных достоинств с точки зрения общества. При этом третья сторона либо несет издержки, либо получает выгоду.

Внешние эффекты в рыночной экономике присутствуют всегда, их существует великое множество. Все они классифицируются *по ряду признаков*:

- по характеру воздействия на третьих лиц – отрицательные и положительные;
- по источникам возникновения – производственные и потребительские;
- по объектам воздействия – производство и потребление;
- по сфере действия – локальные, общие, глобальные.

Они действуют как отрицательно, так и положительно.

Отрицательный внешний эффект – это побочный эффект деятельности рыночных субъектов не отраженный в ценах и вызывающий издержки третьих лиц.

Положительный внешний эффект – не отраженный в ценах побочный эффект деятельности рыночных структур, обеспечивающий выгоды для третьих лиц.

Причины, по которым внешние эффекты не получают отражения в рыночных ценах, различны. У производителя, принимающего решение об объеме производства, нет стимула для учета внешних эффектов, поскольку это может повысить цену и уменьшить объем производства и, соответственно, прибыль. В свою очередь повышение цен за счет включения в них побочных эффектов не отвечает интересам потребителей, так как уменьшает величину спроса.

В обществе существуют эффекты, обусловленные «отсутствующими рынками», т.е. имеющие внерыночный характер. Так, не существует рынка чистого воздуха, поэтому за его использование производителям ничего не надо платить. В некоторых случаях возникают трудности с определением хозяйствующих субъектов, ответственных за отрицательный внешний эффект. Кого, например, можно считать ответственным за кислотные дожди?

Виды положительных эффектов многообразны. Например, сооружение бассейна в густонаселенном квартале положительно влияет на положение его жителей. Деятельность пчеловода по разведению пчел благоприятно сказывается на опылении садов на соседних участках. Занимающиеся туризмом люди укрепляют свое здоровье, а это позволяет экономить общественные средства на здравоохранение. Приобретение бесплатного высшего образования индивидом приносит выгоду обществу: повышается его образовательный уровень, создаются предпосылки для развития НТП, в производстве используется более квалифицированная рабочая сила, снижается уровень преступности, меняется политическая активность населения.

Во всех этих случаях третьи лица получают выгоду (полезность), не отраженную в цене товара.

Когда потребители получают выгоды от чисто общественного блага независимо от того, платят они за него или нет, то возникает желание обойтись без лишних выплат, получить это благо даром. Такая ситуация получила название *проблемы безбилетника*.

Отрицательные и положительные эффекты могут быть устранены путем частных решений, либо государственным регулированием внешних эффектов.

4.16. Роль и место государства в рыночной экономике

Государство вовлекается в рыночную экономику с целью *поддержания экономической стабильности, макроэкономического равновесия, сглаживания циклической формы развития экономики*.

Сегодня государство является необходимым и весомым субъектом любой экономики. Эффективность экономики предполагает оптимальное сочетание рыночных и государственных регуляторов. Обе стороны – рынок и государство – существенны. По выражению П. Самуэльсона «управлять экономикой в отсутствие того или другого все равно, что пытаться аплодировать одной рукой».

Разумный синтез государственного регулирования и механизма рынка позволяет решать основные социально-экономические проблемы общества. Если же государство пытается делать больше, чем ему отведено рыночной экономикой, то происходят губительные деформации рыночных процессов, падает эффективность производства. Тогда становится необходимым избавление экономики от чрезмерной государственной активности, проведение разгосударствления собственности. Вмешательство государства в рыночное хозяйство должно быть экономически оправданным. Поэтому одной из основных задач рыночной экономики – добиться оптимума в соотношениях государственного вмешательства и рыночной стихии. Перекос в ту или иную сторону приводит к нежелательным результатам.

Всякая эйфория рынка так же недопустима, как и тотальное разгосударствление народного хозяйства в целом.

Поэтому проблема поиска оптимальных пределов участия государства в рыночном хозяйстве является не только национальной, но и мировой. Ныне экономическая роль государства неуклонно возрастает. Усиление его роли находит отражение в следующих *формах*:

- в количественном росте государственных расходов;
- в значительном расширении прямого регулирования экономической жизни;
- в активном участии государства в распределении национального продукта;
- в создании государственного сектора экономики (государственное предпринимательство);
- в заметном пополнении казны с помощью налогов.

4.17. Функции и методы государства в рыночной экономике

Роль государства в рыночной экономике проявляется через его функции.

Основной функцией государства в рыночной экономике является *стабилизация и стимулирование сбалансированного экономического роста*. Мерами в области бюджетной, денежно-кредитной и фискальной политики государство пытается преодолеть кризисные явления и спад производства, снизить инфляцию.

Особо следует выделить *функцию обеспечения занятости*. Ведь безработица – это недопроизведенный ВВП, снижение потребительского спроса, налоговых поступлений, рост расходов государства на пособия по безработице, серьезная социальная проблема.

Государство влияет и на цены, используя различные методы воздействия, проводит определенную политику ценообразования. Например, имеется множество товаров и услуг, цены на которые определяются государством: тарифы на железнодорожные перевозки, электроэнергию. Государство предоставляет ценовые субсидии, производит доплаты производителям социально-значимых товаров, устанавливает так называемые лимитные цены.

Одной из основных функций государства есть *обеспечение правовой базы деятельности хозяйствующих субъектов*. Государство в лице его органов разрабатывает и принимает законодательно нормативные акты, регулирующие экономическую деятельность в стране.

Рыночное распределение доходов признает только один критерий – итог участия в конкуренции. Поэтому справедливыми будут высокие доходы для преуспевающих в конкурентной борьбе и низкие для потерпевших неудачу. Рыночное распределение не гарантирует получения прожиточного минимума. Поэтому государство берет на себя *функцию перераспределения доходов и ресурсов*. Выполняя эту функцию, государство стремится сгладить остроту социально-экономических противоречий, не допустить обнищания отдельных социальных слоев.

Рыночный механизм не обеспечивает рационального с общественной точки зрения распределения ресурсов. В этих случаях государство берет на себя *функцию установления административных ограничений и стандартов*, специальных налогов и дотаций, финансирования производства общественных благ, или непосредственного управления их производством. Для того чтобы сохранить кадровый потенциал в жизненно важных для развития общества сферах, обязательным элементом государственной политики перераспределения ресурсов должна быть эффективная система оплаты труда работников бюджетной сферы.

Перечень функций государства этим не исчерпывается. Государство пытается решить проблемы, непосильные рынку, осуществляет антимонопольную политику, социальное страхование, организует денежное обращение, проводит структурные преобразования производства и природоохранные мероприятия, поддерживает оборону, стимулирует научно-технический прогресс и т.д.

Свои функции государство выполняет, применяя разнообразные методы воздействия на экономику. *Выделяют косвенные (экономические) и прямые (административные) методы государственного регулирования*.

Преобладают *экономические методы*, среди которых можно назвать:

- денежно-кредитную политику;
- налоговую политику;
- государственное предпринимательство;
- государственное программирование;
- регулирование экспорта и импорта.

К *административным методам* регулирования рыночной экономики относятся:

- прямой контроль над монопольными рынками;
- жесткие стандарты, гарантирующие населению жизнь в условиях экономической безопасности;
- гарантированный минимум заработной платы и пособий по безработице;
- выработка нормативных актов, направленных на защиту национальных интересов.

Говоря о государственном вмешательстве в экономику, следует иметь в виду допустимые пределы этого вмешательства. Если государство переступает этот предел, то происходит деформация самого рыночного механизма.

Есть общее понимание того факта, что в рыночной экономике у государства есть свои проблемы, а у рынка – свои. Вопросы о том: «что?», «как?», и «для кого?» производить решает не только рынок, но и государство. Однако решает государство эти вопросы на основе рыночного механизма.

II. МИКРОЭКОНОМИКА

Тема 5. ТЕОРИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

5.1. Спрос и факторы, влияющие на него

Чтобы понять как, функционируют рынки, необходимо точно определить понятия «спрос» и «предложение».

Спросом называется количество товаров или услуг, которое будет куплено по определенной цене за определенный период. Спрос изменяется именно в зависимости от цены.

Спрос – это форма выражения потребности, представленной на рынке и обеспеченной соответствующими денежными средствами. Спрос выступает в виде платежеспособной потребности. Рынок не реагирует на потребность, не обеспеченную платежеспособностью покупателя.

Действует *закон спроса*: спрос на товары изменяется в обратной зависимости от цены. Это происходит по двум причинам:

- 1) При снижении цены потребитель хочет приобрести больше товара;
- 2) Товар при снижении цены на него дешевле относительно других товаров и приобретать его становится выгоднее.

Закон спроса не действует в трех случаях:

- 1) При ажиотажном спросе, вызванном ожидаемым повышением цен.
- 2) Для некоторых редких и дорогостоящих товаров (золото, драгоценности, антиквариат и др.), являющихся средством помещения денег.
- 3) При переключении спроса на более качественные и дорогостоящие товары (например, переключение спроса с маргарина на масло: снижение цен на маргарин не ведет к увеличению спроса на него).

Зависимость между ценой и спросом выражается в виде графика (рис. 3).

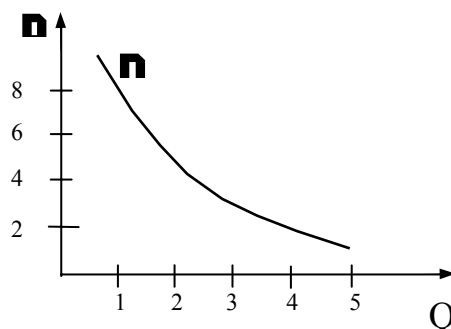


РИС. 3. ГРАФИК СПРОСА:

P – цена товара; Q – величина спроса на товар

Кривая спроса D показывает в графическом виде объем спроса на товар при каждом значении цены. Кривая спроса обычно убывающая.

На изменение спроса влияют и *неценовые факторы*:

- изменения в денежных доходах населения;
- изменения в структуре населения. Например, старение населения, увеличение числа пенсионеров увеличивает спрос на лекарства, медицинское обслуживание;
- изменение цен на другие товары, особенно на товары-заменители (субституты). Так, рост цен на сливочное масло вызывает повышение спроса на маргарин;
- экономическая политика государства. Денежные пособия, выплачиваемые государством малоимущим слоям населения, увеличивают спрос на товары, потребляемые этой группой населения;

– изменение потребительских предпочтений под воздействием рекламы, моды.

Объем спроса на некий товар – это количество товара, которое покупатели желают приобрести на рынке за некоторый период (день, месяц, год).

В рыночном механизме функция спроса является определяющей. Именно она заставляет производство выпускать необходимые населению товары, улучшать их качество и ассортимент. Спрос в свою очередь зависит от потребностей людей: с изменением потребностей меняется и спрос.

На рынке сталкиваются интересы покупателей и продавцов: продавцы стремятся продать свой товар подороже, а покупатели – купить его подешевле. Но здесь существует определенный предел, а именно, та максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за товар. Эта цена называется *ценой спроса*, и рыночная цена не может ее превышать.

5.2. Предложение и факторы, влияющие на него

Предложением называется количество товаров и услуг, которое производители готовы продать по определенной цене за определенный период. Зависимость между ценой и предложением уже не обратная, а прямая. *Закон предложения* гласит: предложение изменяется в прямой зависимости от изменения цены. По мере роста цен производители предлагают к продаже большие количества товаров, а по мере их падения – меньшие.

Зависимость между ценой и предложением показана на графике (рис. 4).

Кривая предложения S показывает в графическом виде количество предлагаемого товара при каждом значении цены, при этом другие факторы, влияющие на объем предложения, остаются неизменными. Кривая предложения обычно возрастающая.

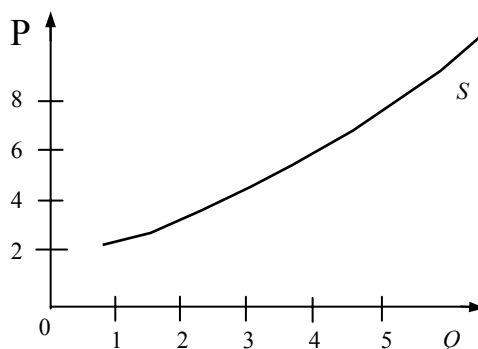


Рис. 4. График предложения:

P – цена товара; Q – величина предложения товара

Реакция предложения на цену объясняется тем, что, во-первых, предприятия заняты в отрасли, при повышении цены задействуют новые мощности, что приводит к увеличению предложения. Во-вторых, в случае продолжительного и устойчивого повышения цены в эту отрасль устремятся другие производители, что еще более увеличит производство и предложение.

Однако в краткосрочном плане увеличение предложения не всегда наступает немедленно за повышением цены, так как может не оказаться резервов для увеличения производства, а расширение мощностей и перелив капиталов из других отраслей обычно не могут быть осуществлены в короткие сроки. Но в долгосрочном периоде за повышением цены всегда следует увеличение предложения.

Предложение, так же как и спрос, может изменяться под влиянием *неценовых факторов*, к ним относятся:

- изменение издержек в результате технических нововведений, изменение источников ресурсов, налоговой политики, стоимости факторов производства;
- выход на рынок новых предприятий увеличит предложение вне зависимости от цен;
- изменение цен на другие товары, приводящие к переливу ресурсов: уход предприятий уменьшит предложение;

– природные катастрофы, политические действия, войны, разрушая экономику, влияют на сокращение предложения.

Предложение связывает производство с потреблением. Реагируя на возникающий спрос, производство начинает увеличивать выпуск товаров, улучшать их качество и уменьшать издержки их изготовления, а тем самым увеличивать общий объем предложения на рынке.

Минимальную цену, по которой продавец все еще может продать свой товар, называют *ценой предложения*. Ниже этой цены он не может его уступить, так как в противном случае он потерпит убыток, и производство товара окажется нерентабельным. Поэтому рыночная цена выше цены предложения.

Объем предложения определяется общей суммой предложений товаров, продаваемых на рынке.

5.3. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие

Взаимодействие между спросом и предложением лучше всего можно понять, если совместно рассматривать кривые спроса и предложения (рис. 5). В результате взаимодействия спроса и предложения устанавливается *рыночная цена*. Она фиксируется в точке *E*, в которой пересекаются кривые спроса *D* и предложения *S*. Эта точка называется точкой равновесия, а цена – равновесной. Только в этой единственной точке цена устраивает одновременно и покупателя и продавца.

Точка равновесия характеризует такое состояние рыночных цен, когда объем спроса на товар равен объему его предложения. Если предложение превысит спрос, то товар перестанут покупать, и поэтому продавцы вынуждены будут снижать цены. Когда же спрос превысит предложение, то цена повысится.

При ценах ниже равновесной имеет место *избыточный спрос* (дефицит), означающий превышение объема спроса над объемом предложения. При ценах выше равновесной существует *избыточное предложение* (излишек), означающее превышение объема предложения над объемом спроса.

Если рынок не находится в состоянии равновесия, то цены движутся в направлении к равновесному уровню. Когда имеет место избыточный спрос, поставщики могут поднимать цены и при этом продавать столько, сколько хотели бы, по более высоким ценам. Когда наблюдается избыточное предложение, давление со стороны нерализованных товаров заставляет предприятия снижать цену.

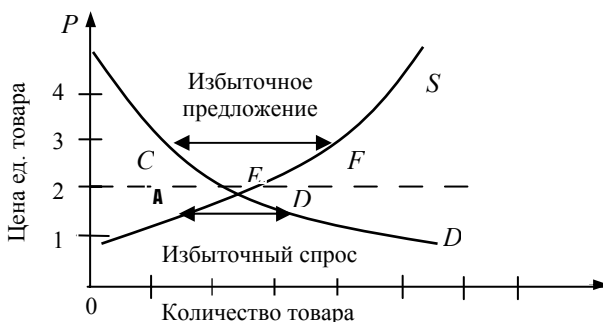


РИС. 5. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Рыночное равновесие, определяемое через равенство объемов продаж и покупок, предполагает соблюдение определенных условий.

Во-первых, мы рассматриваем равновесие по отношению к какому-либо отдельному виду товаров, а от изменения цен других товаров при этом абстрагируемся, считая их цены неизменными. Ясно, что в реальном рыночном механизме это условие не соблюдается. Но тем не менее для теоретического анализа приходится рассматривать сначала явления обособленно.

Во-вторых, следует учитывать, что при этом не происходит увеличение доходов покупателей, цены товаров конкурирующих с данным товаром не меняются и т.п. Обычно, когда формируют изменение спроса и предложения, а также условий рыночного равновесия то оговаривают, что указанные соотношения имеют место только «при прочих равных условиях». Эта фраза как раз и указывает, что рассматриваемые рыночные отношения применимы к некоторому идеальному рынку совершенной конкуренции, в котором отсутствуют монопольные цены. Кроме того, имеется в виду, что

другие факторы при этом не учитываются. Поэтому равновесие между спросом и предложением в данном случае принято называть частичным, поскольку оно касается только некоторого частного товара и не рассматривает процесс изменения, равновесной цены с течением времени.

Проблему изменения такой цены в зависимости от времени подробно исследовал А. Маршалл, который ввел понятия мгновенного, краткосрочного и долгосрочного равновесия.

5.4. Мгновенный, краткосрочный и долгосрочный периоды равновесия

При *мгновенном равновесии* предложение товара не меняется, но в связи с увеличением спроса равновесная цена на него увеличивается. Эту ситуацию можно изобразить на графике путем передвижения точки равновесия вверх по прямой линии, изображающей постоянное предложение (рис. 6).

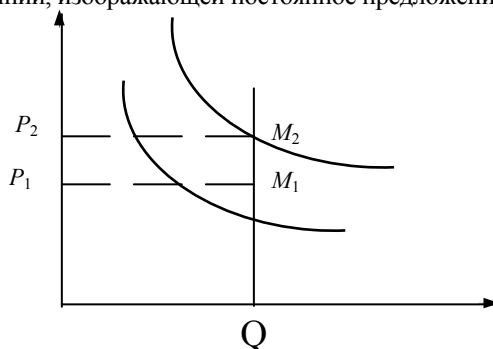


РИС. 6. МГНОВЕННЫЙ ПЕРИОД РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ

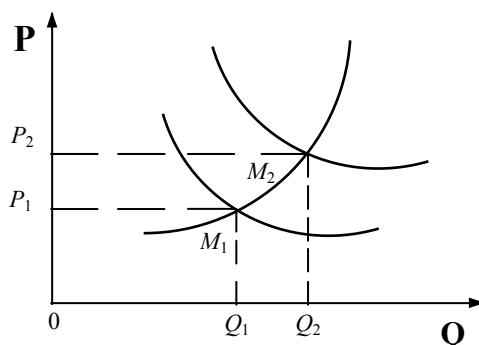


РИС. 7. КРАТКОСРОЧНЫЙ ПЕРИОД РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ

Краткосрочное равновесие устанавливается за более длительный промежуток времени, когда предложение увеличивается, но число предприятий, производящих товар, не меняется. Убедившись в том, что данный товар пользуется спросом, то же самое число предприятий начинает интенсивно его производить. При этом равновесная цена будет ниже той, которая возникает при мгновенном равновесии (рис. 7).

Наконец *долгосрочное*, или *нормальное равновесие* устанавливается, когда изменяется как число предприятий, так и объем используемых ресурсов для производства товара. Благодаря этому предложение товара увеличивается, а это приводит к понижению равновесной цены. Таким образом, долгосрочное равновесие называется нормальным потому, что оно отражает типичную ситуацию, когда возникает конкуренция между предприятиями и в результате устанавливается длительное равновесие между спросом и предложением (рис.8).

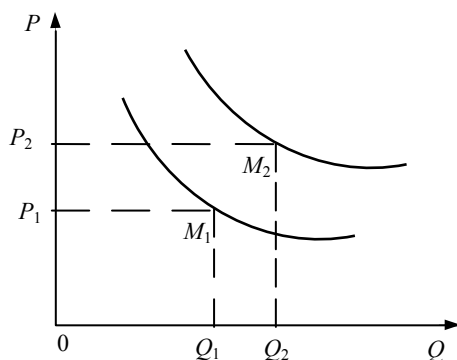


РИС. 8. ДОЛГОСРОЧНЫЙ ПЕРИОД РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ

Понятие мгновенного, краткосрочного равновесия можно рассматривать как временные этапы для установления нормального равновесия между спросом и предложением. Но такое равновесие следует понимать не статически, как неизменное, а динамически.

Долгосрочная кривая спроса показывает, как объем спроса зависит от цены в ситуации, когда покупатели имеют возможность полностью приспособиться к изменениям цены. Краткосрочная кривая спроса, напротив, относится к той ситуации, когда покупатели не полностью приспособились к изменениям цены.

Долгосрочная кривая предложения показывает, как объем предложения зависит от цены в ситуации, когда предприятия имели время для полной адаптации к изменениям цены. Краткосрочная кривая предложения, напротив, относится к ситуации, когда продавцы не полностью адаптировались к изменениям цены.

5.5. Эластичность спроса

С повышением цен на продукцию предприятия можно ожидать снижения спроса на нее. Активная деятельность конкурентов, выпускающих продукты-заменители и продающих их по более низким ценам, также может привести к снижению спроса на изделия предприятия. В то же время, с ростом доходов населения предприятие может рассчитывать на расширение покупательского спроса и, соответственно, увеличение сбыта предлагаемой продукции.

Однако нас интересует величина изменения спроса. Как изменится величина спроса при повышении или понижении цены продукции? Обычно предприятие, повышая цену, рассчитывает на рост выручки от продаж. Однако возможна ситуация, когда повышение цены приведет не к росту выручки, а, наоборот, к ее снижению за счет сокращения величины спроса и, соответственно, уменьшения сбыта.

Поэтому для предприятия при планировании объема и структуры производства важно знать, какое воздействие на величину спроса могут оказать изменения цены продукции, доходов потребителей или цен на товары-заменители, производимые конкурентами.

Мера реакции одной величины на изменение другой называется *эластичностью*. Эластичность показывает, на сколько процентов изменится одна переменная экономическая величина при изменении другой на один процент. Примером может служить *эластичность спроса по цене*, или *ценовая эластичность спроса*, которая показывает, на сколько изменится в процентном отношении величина спроса на товар при изменении его цены на 1 %.

Показатель (коэффициент) ценовой эластичности спроса (E_p) находится по формуле

$$E_p = \Delta Q / \Delta P,$$

где ΔQ – прирост величины спроса, %; ΔP – прирост цены, %.

Показатель ценовой эластичности спроса для всех товаров является отрицательной величиной. Действительно, если цена товара снижается – величина спроса растет, и наоборот. Однако для оценки эластичности часто используется абсолютная величина показателя (знак «минус» опускается).

Например, снижение цены товара на 5 % вызвало увеличение спроса на него на 10 %'. Показатель эластичности будет выглядеть следующим образом:

$$E_p = 10 / -5 = -2; \quad |E_p| = 2.$$

Если абсолютная величина показателя ценовой эластичности спроса

больше единицы, то мы имеем дело с *относительно эластичным спросом*. Иными словами, изменение цены в данном случае приведет к большему количественному изменению величины спроса.

Если абсолютная величина показателя ценовой эластичности спроса меньше единицы, то спрос *относительно неэластичен*. В этом случае изменение цены повлечет за собой меньшее изменение величины спроса.

При коэффициенте эластичности равном единице говорят о *единичной эластичности*. Изменение цены в этом случае приводит к такому же количественному изменению величины спроса.

Рассмотрим два варианта графиков спроса (рис. 9, 10).

Вариант 1

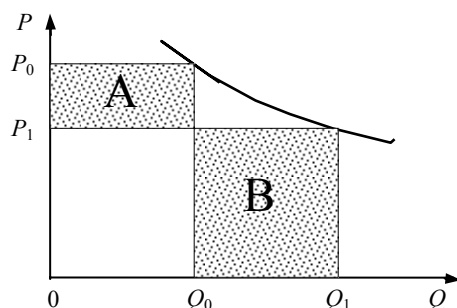


РИС. 9. СПРОС ЭЛАСТИЧЕН ПО ЦЕНЕ:

$P_0 = 300$ р., $P_1 = 200$ р.; $Q_0 = 10$ шт., $Q_1 = 30$ шт.

Вариант 2

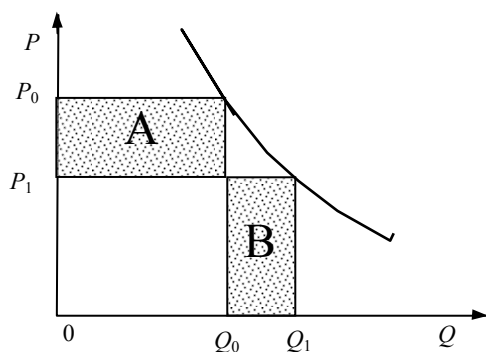


Рис. 10. Спрос неэластичен по цене:

$P_0 = 300$ р., $P_1 = 200$ р.; $Q_0 = 10$ шт., $Q_1 = 12$ шт.

Снижение цены (рис. 9) с P_0 до P_1 на 100 р. (на 33 %) приведет к росту величины спроса с Q_0 до Q_1 на 20 шт. (на 200 %). Коэффициент эластичности будет равен 6 ($200 : 33$), т.е. больше единицы, и спрос эластичен. Выручка от реализации увеличится с 3000 (100×10) до 6000 р. (200×30), т.е. вырастет в два раза. Заштрихованные прямоугольники А и В показывают выручку от реализации продукции до и после снижения цены в условиях эластичного спроса. Площадь прямоугольника В больше площади прямоугольника А.

Снижение цены (рис. 10) на 100 р. с P_0 до P_1 увеличит величину спроса только на 2 шт. Выручка от реализации при этом упадет с 3000 (300×10) до 2400 (200×12). Естественно, что при такой ситуации предприятие не будет снижать цену своей продукции, опасаясь снижения своих доходов.

Существуют два крайних случая. В первом возможно существование только одной цены, при которой товар будет приобретаться покупателями. Любое изменение цены приведет либо к полному отказу от приобретения данного товара (если цена повышается), либо к неограниченному увеличению спроса (если цена будет снижена). Спрос при этом является *абсолютно эластичным*, показатель эластичности бесконечен. Графически этот случай можно изобразить в виде прямой, параллельной горизонталь-

ной оси (рис. 11).

Другой крайний случай представляет собой пример *абсолютно неэластичного спроса*: изменение цены не отражается на величине спроса. График абсолютно неэластичного спроса выглядит как прямая, перпендикулярная горизонтальной оси (рис. 12).

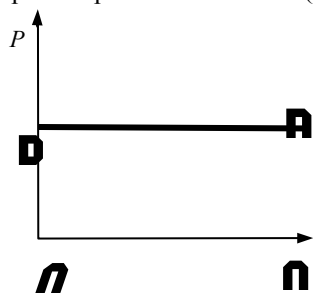


РИС. 11. СПРОС АБСОЛЮТНО ЭЛАСТИЧЕН

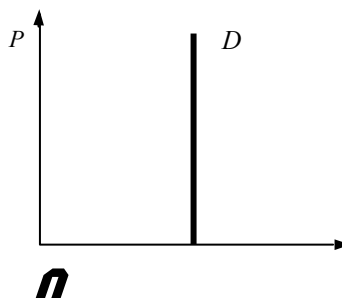


РИС. 12. СПРОС АБСОЛЮТНО ЭЛАСТИЧЕН

Таким образом, абсолютная величина показателя ценовой эластичности спроса может изменяться от нуля до бесконечности:

$$\begin{aligned} 1 < |E_p| \leq \infty & - \text{спрос эластичен;} \\ 0 \leq |E_p| < 1 & - \text{спрос неэластичен;} \\ |E_p| = 1 & - \text{спрос с единичной эластичностью.} \end{aligned}$$

Для измерения *эластичности спроса по цене* необходимо подсчитать процентное изменение величины спроса, процентное изменение цены и соотнести их

$$E_p = \frac{(Q_1 - Q_0) / Q_0}{(P_1 - P_0) / P_0},$$

где Q_0 и Q_1 – спрос до и после изменения цены; P_0 и P_1 – цены до и после изменения.

Важным моментом, оказывающим воздействие на эластичность спроса, является наличие товаров-заменителей. Чем больше на рынке продуктов, призванных удовлетворять одну и ту же потребность, тем больше возможность для покупателя отказаться от приобретения данного конкретного продукта в случае повышения его цены, тем выше эластичность спроса на данный товар.

Другим важным обстоятельством, влияющим на ценовую эластичность, является фактор времени. В краткосрочном периоде спрос менее эластичен, чем в долгосрочном.

Для определения степени влияния на величину спроса на данный товар изменения цены другого товара используется понятие *перекрестной эластичности спроса*. *Коэффициент перекрестной эластичности* – это отношение процентного изменения спроса на товар А к процентному изменению цены товара Б

$$E_c = \frac{(Q_1^A - Q_0^A) / Q_0^A}{(P_1^B - P_0^B) / P_0^B}.$$

Значение коэффициента перекрестной эластичности зависит от того, какие товары мы рассматриваем – взаимозаменяемые или взаимодополняемые.

Если товары взаимозаменяемые, коэффициент перекрестной эластичности будет положительным. Так, подорожание сливочного масла вызовет увеличение спроса на маргарин. Если товары являются взаимодополняемыми (автомобиль и бензин), величина спроса будет изменяться в том же направлении, что и цены, а коэффициент эластичности будет отрицательным.

Измерив перекрестную эластичность, мы можем определить, являются ли выбранные товары взаимодополняемыми или взаимозаменяемыми и, соответственно, как изменение цены на какой-то один вид продукции, производимой предприятием, может сказаться на спросе на другие виды продукции того же предприятия. Такие расчеты помогут оценить решения по

изменению цен на выпускаемую продукцию.

Для оценки эластичности спроса может быть выбрана не только цена, но и другие экономические переменные, например доход. *Эластичность спроса по доходу* измеряется как отношение изменения спроса на товар к изменению доходов потребителей. Измерив эластичность по доходу, можно определить, относится ли данный товар к категории *нормальных* (когда рост доходов приводит к росту спроса) или *низших* (когда реакция обратная).

Основная масса потребительских товаров относится к категории нормальных. С ростом доходов мы больше покупаем одежды, обуви, высококачественных продуктов питания, товаров длительного пользования. Однако есть товары, спрос на которые обратно пропорционален доходам потребителей (крупы, сахар, хлеб и т.п.).

5.6. Эластичность предложения

По той же формуле, что и коэффициент ценовой эластичности спроса, рассчитывается *коэффициент эластичности предложения*. Различие состоит только в том, что вместо величины спроса берется величина предложения

$$E_S = \frac{(Q_1 - Q_0)}{Q_0} \bigg/ \frac{(P_1 - P_0)}{P_0},$$

где Q_0 и Q_1 – предложение до и после изменения цены; P_0 и P_1 – цены до и после изменения.

Измерив эластичность предложения по цене, мы можем получить ответ на вопрос, на сколько производство той или иной продукции реагирует на изменение цены.

Предложение, поскольку оно связано с изменением производственного процесса, медленнее адаптируется к изменению цены, чем спрос. Фактор времени, поэтому является важнейшим в определении показателя эластичности.

Теория эластичности спроса и предложения имеет важное практическое значение. Например, увеличение производственных издержек толкает предприятие на повышение цены продукции. Что произойдет со сбытом? Снизится ли он или вообще не изменится? Компенсирует ли рост цены сокращение прибыли за счет потери части потребительского спроса? Чтобы ответить на эти вопросы и правильно выбрать ценовую стратегию предприятия, надо знать эластичность спроса и предложения на данный товар.

Эластичность спроса является важным фактором, влияющим на ценовую политику предприятия. Предположим, что какое-то предприятие построило многоквартирный дом и решает вопрос, по какой цене следует предлагать квартиры съемщикам. Расходы на эксплуатацию дома фактически не зависят от того, сколько квартир будет сдано. Если предприятие знает спрос на квартиры и его эластичность, оно может определить, по какой цене следует сдавать эти квартиры, чтобы обеспечить максимальную выручку. При этом максимальная выручка может достигаться даже в том случае, если часть квартир останется пустовать.

Другим примером практического использования теории эластичности является государственная налоговая политика. При введении косвенных налогов государство преследует цель увеличить объем налоговых поступлений в бюджет. Однако в зависимости от эластичности спроса и предложения на отдельные виды товаров и услуг налоговое бремя будет распределяться по-разному между производителями и потребителями продукции.

С понятием эластичности спроса и предложения связано понятие гибкости цены. *Гибкость цены* может быть определена как величина обратная эластичности. Она измеряет влияние изменения спроса и предложения на изменение цены.

Тема 6. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

6.1. Теория предельной полезности

Пусть предприятие разработало новый усовершенствованный вид товара более высокого качества. Перед предприятием встает вопрос: по какой цене продавать свою продукцию, какая цена окажется приемлемой для потребителей и какое количество товара они приобретут?

Для этого предприятие проведет анализ спроса на продукцию, изменения доходов покупателей, определит, от каких факторов зависит потребительский выбор.

Главным фактором потребительского выбора является полезность товара. *Полезностью* называется то удовлетворение, которое благо приносит потребителю.

Полезность – понятие сугубо индивидуальное. То, что полезно для одного человека может быть абсолютно бесполезно для другого. Однако, если выбранный продукт полезен для потребителя, существуют обстоятельства, ограничивающие возможности покупателя в его приобретении. Такими ограничителями являются цена и доход. Например, мясо является очень полезным продуктом для большинства людей, однако высокие цены и ограниченные доходы не всем позволяют потреблять его в больших количествах. Вместе с тем и сама полезность меняется с увеличением количества потребляемой продукции.

Задачу выявить предпочтение потребителей путем соизмерения и сопоставления полезностей поставили перед собой экономисты австрийской школы К. Менгер и Е. Бем-Баверк. Они пришли к заключению, что *потребительский выбор* зависит от степени значимости приобретаемого блага для индивида, уровня насыщенности и количества этих благ, возможности их воспроизводства. Острота нужды в том или ином благе неодинакова, существуют своего рода иерархия потребностей. Одно дело, кусок хлеба, чтобы не умереть с голода; стакан воды, чтобы удалить жажду. Иное дело, наличие значительного количества подобных благ, что существенно изменяет остроту потребности, степень их полезности.

По мере потребления новых единиц блага темп нарастания пользы падает, добавочная полезность, приносимая каждой новой порцией, снижается. *Ценность блага* определяет не средняя, а наименьшая добавочная полезность. Для обозначения этой наименьшей по величине добавочной полезности употребляется термин предельная полезность.

Под предельной полезностью принято понимать наименьшую полезность из всех, удовлетворяемых из имеющегося запаса. Проиллюстрируем это следующим примером.

Предположим, что поселенец, живущий в лесу, собрал со своего поля пять мешков зерна. Этим зерном он должен прокормиться до следующей жатвы. Один мешок нужен ему, чтобы не умереть с голода. Этот мешок имеет наивысшую полезность. Обозначим ее числом 10. Второй мешок нужен, чтобы сохранить здоровье и силы – его полезность пусть будет равна восьми единицам. Третий мешок предназначен для откармливания птицы – его полезность обозначим числом шесть. Четвертый мешок нужен для приготовления водки – его полезность равна четырем. Наконец, пятый мешок наш поселенец решает употребить для кормления своего попугая. Полезность этого мешка равна двум. При названных условиях это и будет предельная, наименьшая полезность зерна, определяющая величину его ценности. Если у нашего поселенца будет только три мешка зерна, то положение изменится. Теперь предельной полезностью будет обладать третий мешок, предназначенный для откармливания птицы, и величина ценности мешка повысится с двух до шести. Если же останется один мешок, то его предельная полезность будет равна десяти.

В рыночной экономике полезности распределяются согласно ценам. *Цена* должна соответствовать предельной полезности товара (степени его важности и насыщенности им рынка). При повышении цен происходят сдвиги в структуре и иерархии полезностей, а на практике – в структуре спроса и предложения. Если растут цены товаров, их относительная полезность падает. На каждый рубль, затрачиваемый покупателем на приобретение товара, он будет стремиться приобрести сопоставимые предельные полезности. Иначе говоря, рубль, затраченный на мясо, должен представлять такую же полезность, что и рубль, израсходованный на макароны.

6.2. Закон убывающей предельной полезности

Предельная полезность обратно пропорциональна объему потребления. Полезность снижается с увеличением количества потребляемой продукции. Действует *закон убывающей предельной полезности*. Данный закон

можно сформулировать следующим образом: по мере увеличения количества потребляемого товара его предельная полезность имеет тенденцию к сокращению. Графически это изображение показано на (рис. 13).

Закон убывающей предельной полезности может быть использован при объяснении потребительского выбора. Предположим, что мы пришли в магазин за покупками, имея 350 р. Пусть имеется всего два товара: А и Б, цены которых соответственно 50 и 100 р. Сколько единиц товара А и Б мы купим? Иными словами, как мы распределим наш бюджет, на покупку этих товаров исходя из их полезности?

Оценим предельную полезность товара А и Б в баллах исходя из наших субъективных представлений и поместим данные в графы табл. 2.

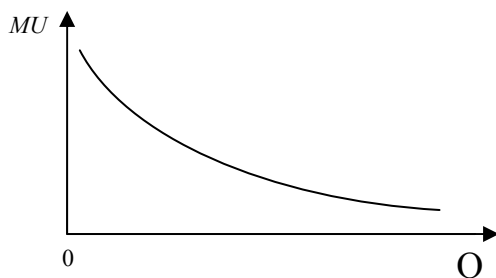


Рис. 13. Кривая предельной полезности

2. Предельная полезность товара А и товара Б

Количество шт.	Товар А (цена 50 р.)		Товар Б (цена 100 р.)	
	Предельная полезность	Предельная полезность на 1 р.	Предельная полезность	Предельная полезность на 1 р.
1	5	0,1	9	0,09
2	4	0,08	6	0,06
3	3	0,06	5	0,05
4	2	0,04	3	0,03
5	1	0,02	1	0,01

Согласно нашей оценке, наибольшее удовлетворение нам принесет покупка товара Б. Однако мы учитываем не только предельную полезность, но и цену товара А. Но цена товара Б в два раза превышает цену товара А. Мы принимаем решение о покупке, исходя из полезности на единицу затраченных средств, т.е. на 1 р. Данные предельной полезности на 1 р. будут иными, чем предельные полезности, поэтому максимально удовлетворит наши потребности покупка трех единиц товара А и двух единиц товара Б.

Любая другая комбинация количеств товаров А и Б при существующих ценах и определенном размере имеющихся в наличии средств даст меньшую суммарную полезность для покупателя.

Потребительское равновесие достигается тогда, когда отношения предельных полезностей отдельных товаров к их ценам равны. Обозначив предельную полезность через MU (*marginal utility*), получим равенство:

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_S}{P_S} = \dots = \frac{MU_N}{P_N}.$$

В нашем примере $3 : 50 = 6 : 100$.

Что произойдет, если цена товара Б снизится вдвое? Тогда на те же 350 р. мы купим три единицы товара А и четыре единицы товара Б. Таким образом, при снижении цены количество купленных товаров будет возрастать.

6.3. Эффект дохода и эффект замещения

Эффект дохода состоит в том, что если цена на какой-либо товар снижается, то у потребителя высвобождается часть дохода для покупки дополнительных единиц данного или какого-либо другого товара. Падение цены даже одного товара оказывает влияние на общий уровень цен и делает потребителей относительно богаче.

Согласно *эффекту замещения* потребитель будет покупать больше продукции, цена которой снизилась, и заменять ею другие товары, которые при этом относительно подорожают. Например, снижение цен на куры заставит нас покупать больше кур по сравнению с говядиной и свининой.

Для *нормальных товаров* действие эффекта дохода и эффекта замещения объясняет увеличение спроса при понижении цен и сокращение спроса при их повышении.

Для *низших товаров* ситуация зависит от степени воздействия каждого из этих эффектов на потребительский выбор. Если эффект замещения действует сильнее эффекта дохода, то кривая спроса на низший товар будет иметь ту же форму, что и на нормальный. Например, с ростом цен на сливочное масло мы станем больше покупать относительно дешевого маргарина.

Если влияние эффекта дохода выше, чем эффекта замещения, то картина наблюдается обратная: при увеличении цены растет потребление низшего товара. Общее снижение жизненного уровня населения приводит к росту потребления товаров низшей категории: срабатывает эффект дохода.

Эффект дохода вследствие изменения цены заключается в адаптации объемов спроса к изменению дохода.

6.4. Кривые безразличия. Бюджетная линия

Составим два набора продовольственных товаров таким образом, чтобы они были равноценными, несмотря на различный состав включенных в них продуктов.

Представим для упрощения, что в каждый набор входит только два продукта – масло и сыр, и составим табл. 3 равноценных для нас количеств обоих продуктов.

На основании табл.3 наших вкусов (набор по вертикали нам безразличен) построим график (рис. 14), или так называемую кривую безразличия. Все соотношения количеств масла и сыра, лежащие на этой кривой, для нас равноценны.

3. Выбор сочетания продуктов, максимизирующего полезность

Наименование продукта	Количество, кг				
	Масло	4,0	2,5	1,5	1,0
Сыр	0,5	1,0	1,5	2,5	4,0

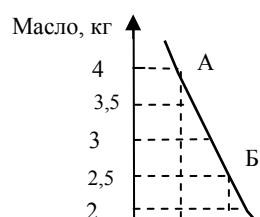


Рис. 14. Кривая безразличия

Если взять другие возможные варианты количественных сочетаний продуктов, мы можем составить *карту безразличия*, которая представляет собой семейство кривых безразличия при различных количествах предлагаемых товаров (рис. 15).

Обратим внимание, что увеличивая потребление сыра, покупатель готов отказаться от все меньшего и меньшего количества масла: при переходе от точки А к точке Б – от 1,5 кг масла ради дополнительных 0,5 кг сыра, от точки Б к точке В – только от 1 кг масла и т.д. Количество товара X, от которого мы готовы отказаться ради увеличения потребления товара Y на единицу, называется предельной нормой замещения товара Y товаром X.

$$MRS = \frac{-\Delta X}{\Delta Y},$$

где *MRS* – предельная норма замещения.

В нашем примере предельная норма замещения будет составлять при переходе от точки А к точке Б – 3 (– 1,5/0,5) и далее – 2; – 1/2; – 1/3.

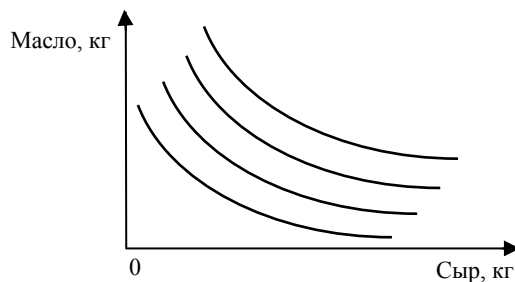


РИС. 15. КАРТА БЕЗРАЗЛИЧИЯ

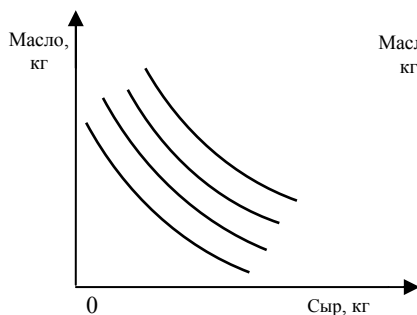


РИС. 16. ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ А

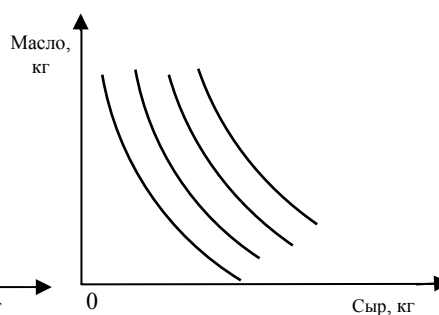


РИС. 17. ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ Б

Исходя из норм замещения, можно определить, насколько значимым является один товар относительно другого для потребителя и насколько он готов отказаться от одного товара ради увеличения потребления другого. На рис. 16, 17 покажем предпочтение двух потребителей, (А и Б), в отношении масла и сыра: потребитель А – отдает предпочтение маслу, потребитель Б – сыру.

Теория потребительского выбора широко используется предприятиями при разработке новых видов продукции, совершенствовании уже производимых. Для принятия решения об улучшении выпускаемых изделий надо учитывать не только необходимые для этого дополнительные затраты, но и потребительские предпочтения. Какое из свойств товара является более

значимым для потенциальных покупателей? На что следует обратить особое внимание?

Например, для предприятия, выпускающего обувь, надо знать, что является для потребителей более важным в новых моделях: долговечность, удобство, фасон, цвет кожи? Как правило, предприятие проводит опрос среди возможных покупателей. Кривые безразличия по всем указанным параметрам обуви, рассчитанные для каждого опрашиваемого, позволяют выявить предпочтения большинства из них и определить, во что следует вкладывать средства в первую очередь. Может быть, инвестиций в разработку более удобных моделей потребуется меньше, чем в дизайн. Однако если потребители отдадут явное предпочтение дизайну, средства следует вкладывать в первую очередь туда же.

Склонность потребителя к покупке того или иного товара еще не означает, что этот товар он купит. Если он явно предпочитает масло сыру, но цена на масло очень высока, потребитель купит сыр. Ограничивают потребление два фактора: цена и доход потребителя.

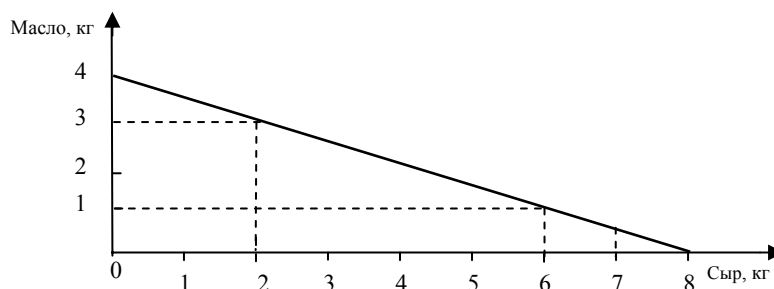


Рис. 18. График бюджетной линии

Предположим, что в нашем распоряжении имеется 400 р., которые мы потратим на покупку масла и сыра. Допустим, что цена масла составляет 100 р. за 1 кг, а сыра 50 р. Тогда мы можем графически изобразить бюджетную линию, (рис. 18) т.е. все возможные варианты сочетания покупок масла и сыра, сумма затрат на которые равна 400 р.

Любая точка, лежащая на прямой удовлетворяет уравнению

$$P_M \cdot Q_M + P_C \cdot Q_C = I,$$

где P_M – цена масла, P_C – цена сыра; I – доход потребителя.

На эту сумму можно купить 3 кг масла и 2 кг сыра ($3 \cdot 100 + 2 \cdot 50$), или также 1 кг масла и 6 кг сыра ($1 \cdot 100 + 6 \cdot 50$) и т.д. При любом возможном сочетании на прямой количеств закупок этих двух продуктов мы потратим свой доход в 400 р. Иными словами, можно выбрать любое сочетание количеств масла и сыра, однако какое же сочетание конкретно мы выберем?

Чтобы ответить на вопрос, как обеспечить максимальное удовлетворение от покупки при ограниченном бюджете, надо знать, какой из наборов продуктов мы предпочтем. Наши предпочтения выражаются через кривые безразличия, какую точку на кривой безразличия мы выберем. Эта точка должна быть точкой пересечения кривой безразличия и бюджетной линии. Очевидно, это будет точка X (рис. 19).

Точки Y и Z не выбираются, ибо они лежат на кривой безразличия A , находящейся ниже кривой B , а потому приносят меньше удовлетворения; с кривой безразличия C бюджетная линия не имеет общих точек. Поэтому можно сделать вывод, что в своем выборе остановимся на точке, где бюджетная линия является касательной к кривой безразличия. Купим 2 кг масла и 4 кг сыра.

Зная данные о спросе на сыр со стороны отдельных покупателей, мы можем получить рыночную кривую спроса на сыр, суммировав количество сыра, которое будет приобретено отдельными лицами при всех возможных уровнях цен.

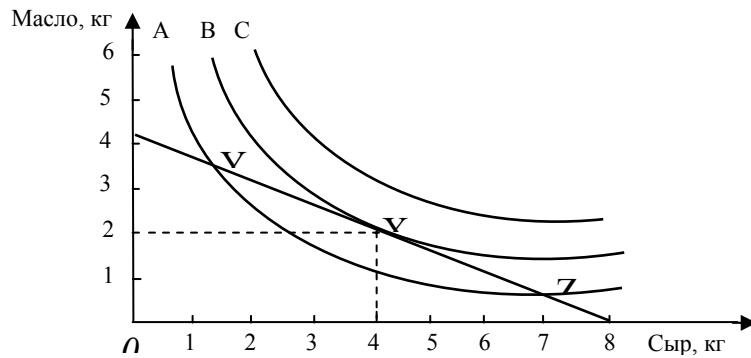


РИС. 19. ГРАФИК ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

Таким образом, успех каждого предприятия на рынке определяется и тем, насколько точно и своевременно учитываются интересы потребителей, их предпочтения, мотивы, заставляющие совершать покупки? Анализ потребительского поведения на основе кривых безразличия и бюджетных линий позволяет правильно выбрать направления улучшения характеристик уже выпускаемых изделий, а также лучше ориентироваться при разработке новых товаров.

6.5. Излишек потребителя

Кривая предельной полезности позволяет осмыслить и такое понятие, как *излишек потребителя*. Смысл этого понятия заключается в следующем: потребитель платит за каждую единицу товара одинаковую цену, равную предельной полезности последней, наименее ценной для него единицы. А это значит, что на каждой единице товара, которая предшествует этой последней, потребитель получает некоторую выгоду. Идею излишка потребителя можно пояснить на графике (рис. 20).

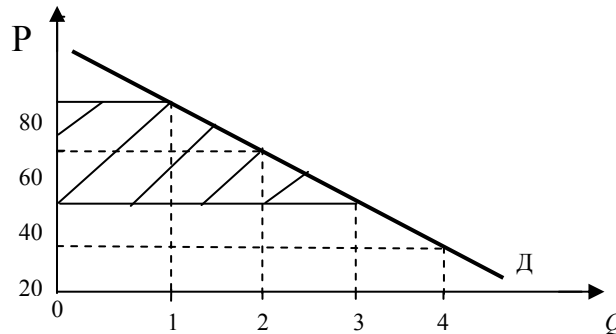


РИС. 20. ИЗЛИШЕК ПОТРЕБИТЕЛЯ

Если потребитель покупает одну единицу товара, то платит 80 р. За вторую единицу (если было бы всего две единицы товара) потребитель заплатил бы 60 р. Рыночная цена каждой из двух единиц при этом составила бы одну и ту же величину – 60 р. (ведь цена устанавливается на уровне предельной – в данном случае – второй единицы). Получается, что индивидуальная оценка полезности 1-ой единицы – 80 р., 2-ой – 60 р., их сумма – 140 р. Но по единой цене покупаются обе единицы, так что потребитель заплатит $(60 + 60) = 120$ р.; 3-ю единицу покупатель оценивает в 40 р. и эта предельная полезность будет определять рыночную цену всех трех единиц. Следовательно, рыночная цена, уплаченная потребителем при покупке трех товаров, составит $(40 + 40 + 40) = 120$ р. Если бы суммировать индивидуальные оценки предельной полезности каждой из трех единиц, то получалось бы $(80 + 60 + 40) = 180$ р. Итак, *излишек потребителя* – это разница между той суммой денег, которую потребитель был бы согласен уплатить, и той суммой денег, которую он реально уплатил. Другими словами, изли-

шек потребителя – это избыток цены, когда потребитель готов был бы заплатить, сверх той цены, которую он действительно платит.

На рис. 20 излишек потребителя – это заштрихованный участок, ограниченный сверху кривой спроса, а снизу – линией цены. Чем ниже цена, тем больше величина излишка потребителя.

Существенная причина изменения объема спроса как обратной функции цены заключается в происходящем убывании предельной полезности товара. Только тогда, когда цена товара снижается, потребитель будет готов купить последующие количества этого товара, приносящие ему меньшее удовлетворение.

Теория предельной полезности и теория потребительского выбора позволяют лучше понять, как ведет себя на рынке экономический субъект.

ТЕМА 7. Теория поведения производителя (предприятия)

7.1. Издержки: внешние и внутренние

Производство – это целесообразная деятельность людей, направленная на создание продуктов, предназначенных для удовлетворения индивидуальных и коллективных потребностей.

В процессе производства взаимодействуют основные факторы производства (экономические ресурсы) – труд, капитал, земля и предпринимательские способности.

Расходы предприятия в денежной (стоимостной) форме на приобретение различных экономических ресурсов (сырья, материалов, труда, основных средств, услуг, финансовых средств) с целью использования их в процессе производства и сбыта товаров называются *издержками*.

Прежде всего, необходимо выделять явные (внешние) и вмененные (внутренние) издержки. К *явным* относятся все издержки предприятия на оплату факторов производства. Сюда входят: оплата труда в виде заработной платы работников, земли в виде аренды, капитала в виде расходов на основные и оборотные средства, а также оплата предпринимательских способностей организаторов производства и сбыта продукции. Сумма всех явных издержек выступает как себестоимость продукции.

Однако сумма издержек, если в них включать только явные издержки, может быть заниженной, а прибыль соответственно, завышенной. Для более точной картины деятельности предприятия в издержки следует включать не только явные, но и *невяные* (вмененные, альтернативные, внутренние, издержки отвергнутых возможностей).

Вмененными называются альтернативные издержки использования ресурсов, являющихся собственностью предприятия. Эти издержки не входят в платежи предприятия другим организациям или лицам. Например, предприниматель, вложивший свои деньги в производство, не может положить их в банк и получать ссудный процент.

Проведя различие между явными (внешними) и вмененными (внутренними) издержками, можно определить, что понимается под прибылью.

Разность между валовым доходом (выручкой) предприятия и ее явными (внешними) издержками представляет собой *бухгалтерскую (финансовую) прибыль* предприятия.

Разница между валовым доходом (выручкой) и всеми как явными (внешними), так и вмененными (внутренними) издержками является *экономической прибылью* предприятия.

7.2. Виды издержек: постоянные, переменные, общие, средние и предельные

Некоторые факторы производства используются предприятиями постоянно, независимо от объемов производства и даже независимо от его временного прекращения. Примером может служить аренда помещения, поскольку арендную плату надо платить в любом случае, сколько бы продукции мы не производили. То же самое можно сказать и о возмещении банковского кредита об уплате страховых взносов, коммунальных услуг, об амортизационных отчислениях. Издержки, связанные с возмещением про-

изводственных факторов, размеры которых не зависят от объема производимой продукции, называются *постоянными издержками* предприятия (FC).

Затраты на выплату заработной платы персоналу, платежи за сырье, материалы, топливо, электроэнергию и т.д. относят к *переменным издержкам* предприятия (VC). Если производство прекратится, то переменные издержки сократятся почти до нуля, в то время как постоянные издержки останутся на том же уровне. С расширением производства переменные издержки будут возрастать, предприятию потребуется больше сырья, материалов, работников и т.д.

Основу постоянных издержек составляют издержки, связанные с использованием основного капитала, а переменных – оборотного капитала.

Деление издержек на постоянные и переменные имеет важное значение для анализа деятельности предприятия, в частности принятия решения о закрытии или об объявлении банкротства в случае убыточной деятельности предприятия.

В сумме постоянные и переменные издержки составляют *общие или валовые издержки* предприятия (TC)

$$TC = FC + VC.$$

Если постоянные издержки неизменны, а переменные растут по мере увеличения объемов производства, то валовые издержки будут расти.

Издержки на единицу продукции называются *средними* (AC). Сравнивая средние издержки с ценой продукции, можно получить представление о прибыльности работы предприятия. *Средние издержки* рассчитываются путем деления издержек на объем произведенной продукции. Таким образом можно рассчитать средние постоянные (AFC), средние переменные (AVC) и средние валовые (ATC) издержки

$$AFC = FC/Q; AVC = VC/Q; ATC = (FC+VC)/Q = AFC + AVC.$$

Как видим, средние валовые издержки можно получить двумя способами: путем деления валовых издержек на объем производства и путем суммирования средних постоянных и средних переменных издержек.

Отношение прироста переменных издержек к вызванному ими приросту продукции, называется предельными издержками предприятия (MC)

$$MC = \frac{\Delta VC}{\Delta Q},$$

где MC – предельные издержки; ΔVC – прирост переменных издержек; ΔQ – вызванный ими прирост объема производства.

Покажем на графике (рис. 21) семейство кривых издержек предприятия в краткосрочном периоде.

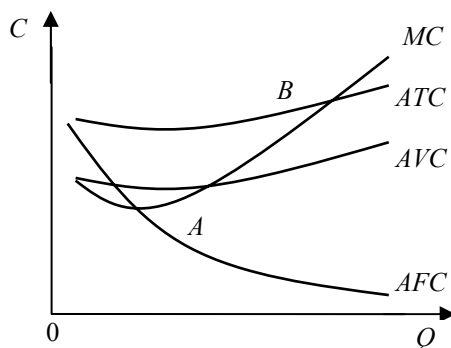


РИС. 21. СЕМЕЙСТВО КРИВЫХ ИЗДЕРЖЕК ПРЕДПРИЯТИЯ В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

7.3. Закон убывающей отдачи

Факторы производства должны использоваться предприятием с соблюдением определенной *пропорциональности между постоянными и переменными факторами*. Нельзя произвольно увеличивать количество переменных факторов на единицу постоянного фактора, поскольку в этом случае вступает в действие *закон убывающей отдачи* (возрастающих затрат).

В соответствии с этим законом непрерывное увеличение использования одного переменного ресурса в сочетании с неизменным количеством других ресурсов на определенном этапе приводит к прекращению роста отдачи от него, а затем и к ее сокращению. Действие закона предполагает неизменность технологического уровня производства. Переход к более прогрессивной технологии повышает отдачу независимо от соотношения постоянных и переменных факторов.

Закон убывающей отдачи применим ко всем видам переменных факторов во всех отраслях. При постепенном введении в производство дополнительных единиц переменного ресурса при условии, что все остальные ресурсы постоянны, отдача от этого ресурса сначала быстро растет, а затем ее прирост начинает снижаться.

Допустим, что предприятие в своей деятельности использует только один переменный ресурс – труд, отдачей которого является производительность. По мере загрузки оборудования за счет постепенного увеличения числа нанимаемых рабочих выпуск продукции быстро возрастет. Затем прирост постепенно замедляется до тех пор, пока рабочих станет достаточно для полной загрузки оборудования. Если продолжать нанимать рабочих, они уже ничего не смогут добавить к объему производимой продукции. В конце концов, рабочих станет так много, что они будут мешать друг другу, и выпуск сократится.

7.4. Правило равенства предельного дохода и предельных издержек

Предельный доход (MR) есть дополнительный доход, полученный от продажи дополнительной единицы товара. Он определяется как разница в валовом доходе при переходе от продажи предыдущей единицы товара к последующей, т.е. при переходе от продажи $(T - 1)$ единицы к T -единице товара.

Предельный доход и предельные издержки связаны между собой. Пока предельный доход увеличивается быстрее, чем предельные издержки, прибыль предприятия возрастает, и поэтому оно расширяет производство товаров. Когда предельные издержки превысят предельный доход, предприятие станет сокращать производство. Оптимальный уровень будет достигнут тогда, когда *предельные издержки сравняются с предельным доходом*. Именно здесь можно рассчитывать на получение максимальной прибыли. $MC = MR$ – условие максимальной прибыльности предприятия (рис. 22).

7.5. Поведение предприятия в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде

Для определения объема производства на краткосрочном временном интервале предприятие сравнивает получаемый им валовой доход (TR) при различных объемах выпуска с валовыми издержками (TC), соответствующими каждому из возможных объемов. Предприятие выберет вариант, когда *разница между валовым доходом и валовыми издержками будет максимальной*.

Когда предприятие желает расширить производство, то оно сравнивает *предельный доход и предельные издержки*, т.е. будет смотреть, что даст ему производство еще одной дополнительной продукции, в какой пропорции расширение производства увеличит доход и издержки. До тех пор, пока расширение производства обеспечивает более быстрый рост предельного дохода по сравнению с ростом предельных издержек, предприятие будет наращивать производство. Когда же дополнительная продукция больше добавляет к издержкам, чем к доходу, предприятие прекратит расширять объем производства. Переломной точкой станет момент, когда будет достигнуто *равенство предельного дохода и предельных издержек*. То количе-

ство продукции, при котором обеспечивается это равенство, и выбирается предприятием. Объем производства, при котором предельный доход равен предельным издержкам, называется *точкой оптимального выпуска*.

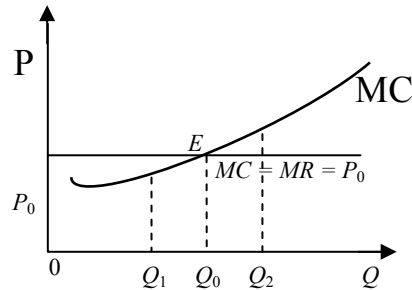


Рис. 22. Выбор объема производства предприятием путем сравнения предельных издержек (MC) и предельного дохода (MR)

При Q_0 предельный доход будет равен предельным издержкам. На участке Q_1Q_0 предприятие недополучит возможную прибыль, а в промежутке Q_0Q_2 предельные издержки превысят предельный доход и эффективность снизится. Как только прирост издержек начнет превышать прирост дохода, предприятие перестанет производить дополнительную продукцию (рис. 22).

Положение предприятия, при котором объем производства определяется равенством рыночной цены предельным издержкам и предельному доходу называется *максимально прибыльным равновесием предприятия*.

На практике возможны четыре ситуации, с которыми сталкивается предприятие в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде:

1. Если на рынке сложившаяся цена P_1 превышает минимальные средние валовые издержки, то предприятие, производя продукцию в количестве Q_1 , при котором обеспечивается равенство цены, предельного дохода и предельных издержек, получает экономическую прибыль (рис. 23).

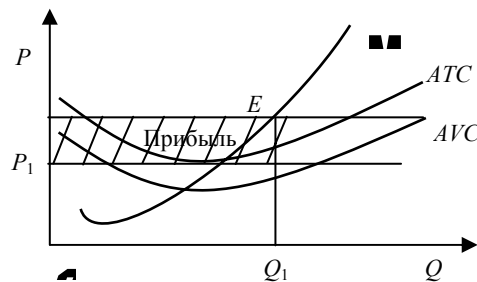


Рис. 23. Максимизация прибыли предприятием в условиях совершенной конкуренции

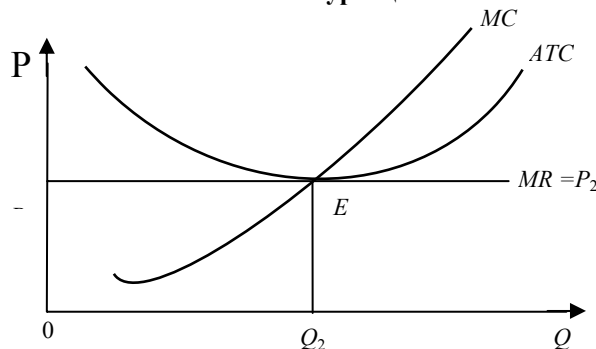


Рис. 24. Самоокупаемость предприятия в условиях совершенной конкуренции

2. Если же рыночная цена на продукцию предприятия равна минимальным средним издержкам, то она позволяет совершенно конкурентному предприятию покрывать свои издержки. В результате этого предприятие не получает экономической прибыли, довольствуется нормальной прибылью. В этом случае предприятие находится на уровне самоокупаемости (рис. 24).

3. Если по каким-то причинам рыночная цена упала до уровня P_3 и стала ниже минимума средних валовых издержек предприятия, но выше минимума средних переменных издержек, то предприятие понесет убытки (рис. 25). Однако оно продолжит производство в объеме, который позволит ему максимально сократить возникшие убытки и хотя бы частично компенсировать постоянные издержки (затраты на аренду помещения и т.д.).

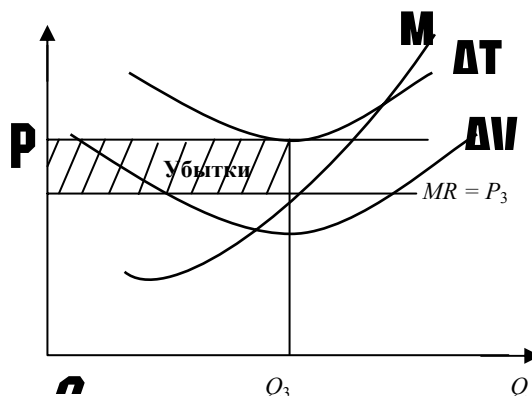


Рис. 25. Минимизация убытков предприятием в условиях совершенной конкуренции

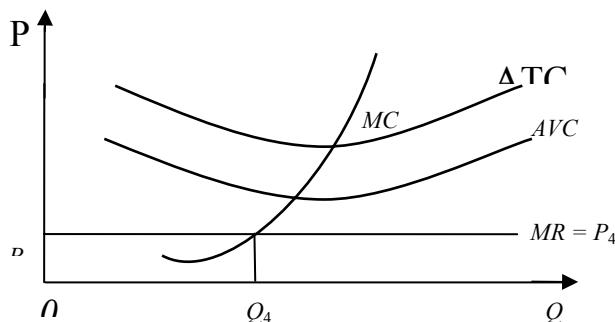


РИС. 26. СИТУАЦИЯ, КОГДА ПРЕКРАЩАЕТСЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

4. В случае, если рыночная цена снизится до уровня P_4 и окажется ниже минимальных средних переменных издержек, предприятие не сможет компенсировать даже части своих постоянных затрат и единственным приемлемым выходом для него станет прекращение производства (рис. 26).

В краткосрочном периоде предприятие может продолжать производство в случае его убыточности. Стабильные убытки в течение длительного времени скорее заставят предприятие отказаться от выпуска данной продукции и перенести свою деятельность в другую более выгодную сферу.

7.6. Излишек производителя

В предыдущей теме было введено понятие излишка потребителя. Излишек производителя представляет собой аналогичный показатель для производителя. Излишек производителя – это разница между рыночной ценой и предельными издержками выпускаемой продукции. Предельные издержки – это минимальная цена, при которой предприятие согласилось бы производить каждую дополнительную единицу продукции. Графически этот излишек может быть показан в виде площади над кривой предложения, вплоть до линии рыночной цены (рис. 27).

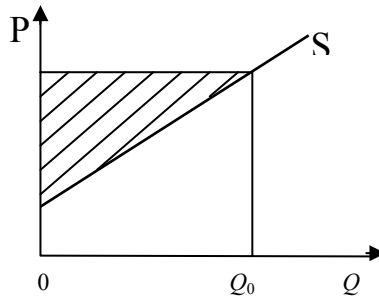


РИС. 27. ИЗЛИШЕК ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

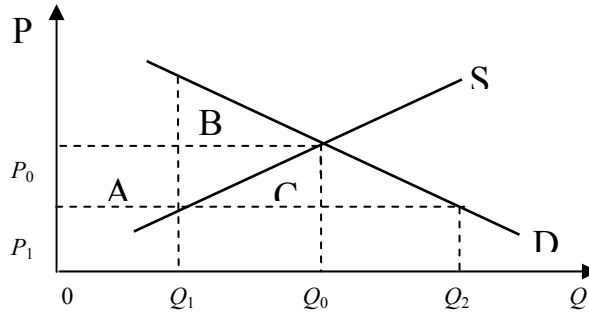


РИС. 28. ПОСЛЕДСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ НАД ЦЕНАМИ

Понятия излишка потребителя и излишка производителя могут быть использованы для оценки последствий государственной политики в области ценообразования (рис. 28). Если государство фиксирует цену на какой-либо товар на уровне ниже цены равновесия, то потребители в результате государственного контроля над ценами оказываются в выигрыше, а производители несут потери.

Рассмотрим последствия государственного контроля над ценами.

Потребители платят за товар меньшую цену, их потребительский излишек возрастает на величину, равную площади прямоугольника A . Но в связи с возникшим дефицитом ряд потребителей не может приобрести необходимый им товар. Потеря их потребительского излишка показана треугольником B . Общий выигрыш потребителей составит

$$(A - B).$$

Что же касается производителей, то в результате сокращения объема производства их общие потери составят

$$(-A - C).$$

Ясно, что общее изменение совокупных излишков производителей и потребителей составит

$$(A - B - A - C) = (-B - C).$$

Другими словами, потери производителей превышают выигрыш потребителей, и, следовательно, государственный контроль над ценами приводит к чистым потерям благосостояния.

В целом можно сделать вывод, что купля-продажа товаров по сложившейся на рынке цене является взаимовыгодной для продавцов и покупателей. И те, и другие получают в результате обмена определенный излишек. Важно подчеркнуть, что совокупный размер этого выигрыша достигается в условиях совершенной конкуренции. Любое отклонение от конкурентного равновесия приводит к потерям общественного благосостояния.

7.7. Издержки в долгосрочном периоде

В долгосрочном временном интервале предприятие может менять все факторы производства. Все издержки выступают в качестве переменных. Анализ изменения долгосрочных издержек важен для выбора стратегии предприятия в области масштабов своей деятельности. Например, стоит ли создавать для выпуска заданного объема товаров одно крупное предпри-

ятие или несколько мелких? Какой вариант позволит минимизировать издержки?

Допустим, наше предприятие производит продукцию с минимальными издержками в количестве 1000 шт. Если предприятие производит большее количество продукции, то его средние издержки возрастут. Нивелировать действие закона убывающей отдачи можно только, расширив масштабы производства, открыв новый цех с новым оборудованием. На этом новом, более крупном предприятии закон убывающей отдачи начнет действовать при большем объеме выпуска и минимальные средние издержки на 1 ед. продукции будут достигнуты при производстве 2000 шт.

Если мы и дальше будем расширять наше предприятие, то кривая средних издержек поднимется вверх и минимальные издержки при производстве 3000 шт. будут выше, нежели при производстве 2000 шт. продукции. Дуга AC , описывающая кривые ATC_1 , ATC_2 , ATC_3 , представляет собой кривую долгосрочных средних издержек предприятия при различных масштабах производства. Минимальными издержки будут при производстве 2000 шт. продукции (рис. 29).

Положение кривой средних долгосрочных издержек предприятия объясняется так называемым положительным и отрицательным эффектом масштаба производства. *Эффект масштаба будет положительным*, если при увеличении размеров предприятия средние издержки уменьшаются, и *отрицательным* – если увеличиваются.

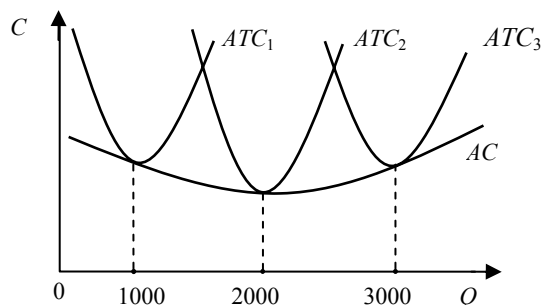


РИС. 29. КРИВАЯ СРЕДНИХ ИЗДЕРЖЕК В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

7.8. ЭФФЕКТ МАСШТАБА ПРОИЗВОДСТВА. ОТДАЧА ОТ ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА

Масштаб производства задается производственной функцией. Если предприятие принимает решение об одновременном и пропорциональном изменении количества всех применяемых факторов, то налицо – изменение масштаба производства.

Взаимосвязь между изменениями масштаба производства и соответствующим изменением в объеме выпуска продукции называется *отдачей от масштаба производства*. Отдачу от масштаба можно измерить путем сравнения процентного изменения объема выпуска продукции с процентным изменением количества изменяемых факторов.

Принято различать постоянную, возрастающую и убывающую отдачу от масштаба производства.

Если при пропорциональном увеличении количества факторов в n раз, объем производства тоже растет в n раз, то имеет место *постоянная отдача от масштаба*.

Возрастающая отдача от масштаба имеет место тогда, когда пропорциональное увеличение количества всех применяемых факторов в n раз увеличивает объем производства больше, чем в n раз.

Источником возрастающей отдачи от масштаба являются специализация в рамках предприятия и используемая технология. Увеличение масштабов производства может позволить предприятию нанимать специалистов в той или иной области производственной и сбытовой деятельности. Крупное предприятие может себе позволить такие расходы, которые, изменяя внутреннюю организацию производства, в итоге и приведет к более чем пропорциональному увеличению выпуска по сравнению с затратами. Технология же позволяет использовать крупные производственные мощно-

сти, которые более производительны в расчете на единицу готовой продукции.

Когда пропорциональное увеличение всех применяемых факторов в n раз вызывает рост объема производства меньше, чем в n раз, имеет место *убывающая отдача от масштаба производства*.

Причинами убывающей отдачи от масштаба являются растущие бюрократические издержки внутреннего управления укрупненного предприятия. Распоряжения «сверху – вниз» проходят через все большее количество инстанций, административные расходы возрастают в большей степени, нежели выпуск готовой продукции. В целом это ведет к снижению эффективности производства.

Эффект масштаба проявляется в отдельных отраслях по-разному. Существуют отрасли, где средние издержки достигают минимума при очень большом объеме производства. Это отрасли так называемой естественной монополии. С точки зрения экономии издержек в них целесообразно существование одной крупной корпорации.

Отдача от фактора производства показывает зависимость между объемом выпускаемой продукции и изменениями в количестве одного фактора при неизменном количестве других. По мере наращивания одного переменного фактора начинает проявляться тенденция, известная как закон убывающей предельной производительности (доходности) фактора производства.

В некоторых отраслях кривые средних долгосрочных издержек быстро снижаясь, затем долго остаются горизонтальными. Здесь могут существовать как мелкие, так и крупные предприятия (производство одежды, обуви и т.д.).

7.9. Поведение предприятия в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде

В *долгосрочном периоде*, когда могут меняться все виды затрат (в том числе и те, которые в краткосрочном периоде были постоянными), решение предприятия об объеме выпускаемой продукции будет приниматься иначе, поскольку *можно изменять все производственные факторы*, в том числе и размеры предприятия.

Если при существующей рыночной цене несколько предприятий терпят убытки и прекращают производство, предложение на рынке сокращается. Результатом сокращения предложения при постоянном спросе является повышение цены. Возросшая цена позволит предприятиям, оставшимся в отрасли, получать экономическую прибыль. В условиях совершенной конкуренции, когда нет ограничений доступа на рынок, появятся новые предприятия, привлеченные возросшей прибылью. В результате предложение возрастет, а цена снизится. При совершенной конкуренции такие колебания носят постоянный характер. Равновесие на рынке будет достигнуто тогда, когда у предприятий не будет стимулов как для входа в отрасль, так и для выхода из нее. Это достигается при условии, если рыночная *цена установится на уровне минимума средних валовых издержек* и экономическая прибыль, таким образом, исчезнет (рис. 30).

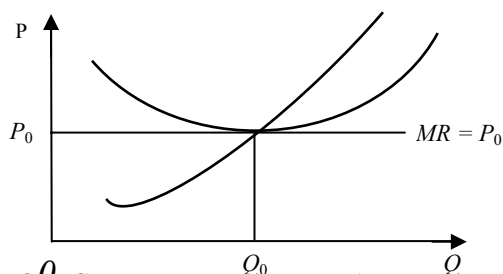


РИС. 30. РАВНОВЕСИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ

При цене P_0 объем производства предприятия составит Q_0 . При таком объеме *предельный доход равен предельным издержкам*, а минимальные средние валовые издержки равны рыночной цене, экономическая прибыль равна нулю. При таких условиях предприятие удовлетворено объемом производства и получает нормальную прибыль.

В условиях совершенной конкуренции равновесие достигается, когда *экономическая прибыль равна нулю*. При такой ситуации нет стимулов для

расширения или сокращения объема производства, а также у новых предприятий нет мотивов для вступления в отрасль, а у старых – для выхода из нее.

Высокие прибыли и убытки отдельных предприятий характерны для краткосрочного периода, когда недостаточно времени для выхода отдельных предприятий из отрасли или входа в нее новых предприятий. В долгосрочном периоде *экономические прибыли привлекут* новые предприятия, которые, увеличив предложение отрасли, окажут воздействие на снижение рыночной цены.

С другой стороны, *длительные убытки заставят* ряд предприятий покинуть отрасль, предложение уменьшится и цена повысится. Долгосрочное равновесие в условиях совершенной конкуренции устанавливается, когда цена равна предельным и средним валовым издержкам. В этом случае нет стимулов расширения или сужения производства, а также входа и выхода предприятий из отрасли.

В условиях совершенной конкуренции предприятия производят такое количество продукции, которое соответствует точке пересечения кривых рыночного спроса и рыночного предложения.

Совокупное предложение отрасли складывается из объемов предложения всех работающих в ней предприятий. Реакция на изменения спроса быстрая и гибкая. Рынок совершенной конкуренции автоматически реагирует на изменение потребительского спроса расширением или сужением производства.

Тема 8. МЕХАНИЗМ РЫНКА НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

8.1. Монополия. Поведение монополии в краткосрочном периоде

В реальной действительности *понятие чистой монополии является абстракцией*. Даже полное отсутствие конкурентов внутри страны не исключает их наличия за рубежом. Поэтому можно представить чистую монополию скорее теоретически.

Монополия предполагает, что одно предприятие является единственным производителем продукции, не имеющей аналогов. Покупатели при этом не имеют возможности выбора; они вынуждены приобретать продукцию предприятия – монополиста.

На *рынке монополист контролирует весь объем выпуска товара*. Если он принимает решение о повышении цены на свою продукцию, то не боится потерять часть рынка, отдать его конкурентам. Но это не означает, что он бесконечно будет повышать цену своей продукции.

В ходе принятия решения о цене предприятие-монополист учитывает рыночный спрос и свои издержки. Поскольку монополист является единственным производителем данной продукции, *кривая спроса на его продукцию будет совпадать с кривой рыночного спроса*.

Решение монополиста об объеме производства с целью получения максимальной прибыли основывается на том же принципе, что и в случае совершенной конкуренции, т.е. *на равенстве предельного дохода и предельных издержек*.

В условиях совершенной конкуренции для предприятия характерно равенство среднего и предельного доходов и цены. У монополиста *кривая среднего дохода и цены совпадает с кривой рыночного спроса*, а кривая предельного дохода лежит ниже ее. Предельный доход в условиях совершенной конкуренции равен цене единицы товара и спрос на продукцию предприятия совершенно эластичен. Любое предприятие, спрос, на продукцию которого не является эластичным, будет сталкиваться с ситуацией, когда предельный доход меньше цены.

Поскольку монополист – единственный производитель и представляет собой всю отрасль, снижая цену на свою продукцию для увеличения объема продаж, он *вынужден снижать цену на все единицы товаров*, а не только на последующую (рис. 31).

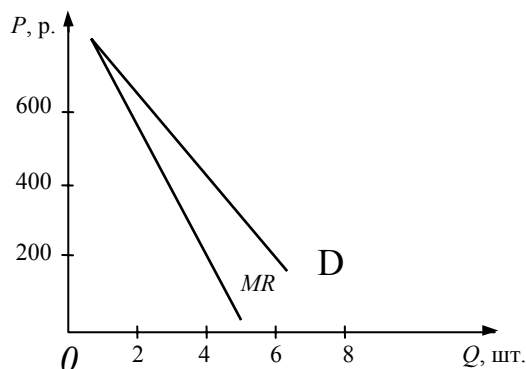


РИС. 31. ЦЕНА И ПРЕДЕЛЬНЫЙ ДОХОД ПРЕДПРИЯТИЯ-МОНОПОЛИСТА

Например, монополист продает по цене 800 р. только одну единицу своей продукции. Чтобы продать две единицы, он снижает цену до 700 р. как на первую, так и на вторую единицу товара. Чтобы продать три единицы – цена 600 р. на каждую из них, четыре – 500 р. и т.д. Доход предприятия-монополиста составит, р.

- 1 единица – 800;
- 2 единицы – 1400 ($700 \cdot 2$);
- 3 единицы – 1800 ($600 \cdot 3$);
- 4 единицы – 2000 ($500 \cdot 4$).

Соответственно предельный доход составит:

- 1 единица – 800;
- 2 единицы – 600 ($1400 - 800$);
- 3 единицы – 400 ($1800 - 1400$);
- 4 единицы – 200 ($2000 - 1800$).

Кривые спроса и предельного дохода представляют собой две несовпадающие линии. Причем предельный доход во всех случаях, кроме первого, меньше цены. Поскольку монополист принимает решение об объеме производства, выравнивая предельный доход и предельные издержки, цена и количество произведенной продукции будут иными по сравнению с условиями совершенной конкуренции. Объем выпуска, при котором предельный доход равен предельным издержкам, обеспечивают предприятию-монополисту максимальную прибыль. Цена, дающая максимум прибыли, равна высоте кривой спроса при этом уровне выпуска.

На монопольном рынке будет произведено меньше продукции по более высокой цене, чем в условиях совершенной конкуренции.

Оптимальный выпуск и максимум прибыли для монополии достигается при равенстве $MR = MC$ (рис. 32).

В том случае, когда цена превышает минимальные средние издержки, то предприятие-монополист получает экономическую прибыль.

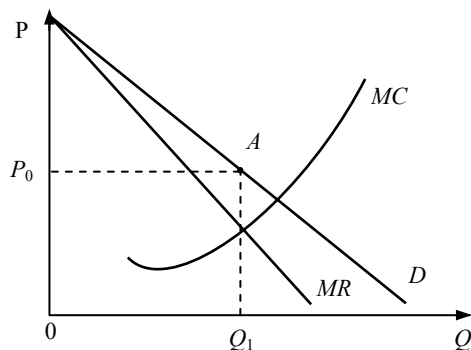


Рис. 32. Оптимальный выпуск продукции монополии на краткосрочном временном интервале

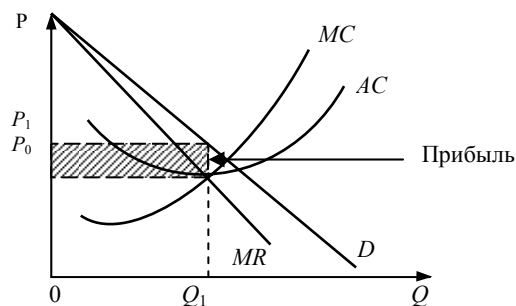


Рис. 33. Прибыль предприятия-монополиста на краткосрочном временном интервале

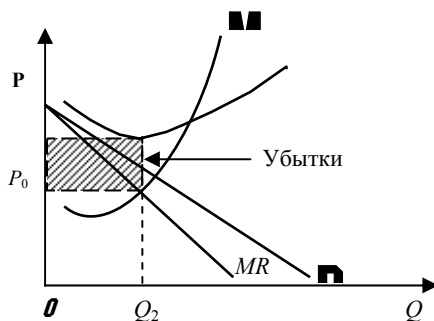


Рис. 34. Убытки предприятия-монополиста на краткосрочном временном интервале

Если рыночные условия неблагоприятны, т.е. рыночный спрос недостаточный, то предприятие-монополист так же как и предприятие в условиях совершенной конкуренции, может оказаться не в состоянии получить прибыль в пределах краткосрочного периода (рис. 33).

Если цена, соответствующая выпуску продукции, при котором предельный доход равен предельным издержкам, упадет ниже средних издержек, предприятие-монополист понесет убытки (рис. 34).

Если же складывается ситуация, при которой монополия покрывает свои издержки, то имеет место положение безубыточности.

8.2. Поведение монополии в долгосрочном периоде

Аналогично можно описать поведение предприятия-монополиста и на долгосрочном временном интервале. При описании краткосрочного и долгосрочного интервалов изменяется лишь интерпретация кривых.

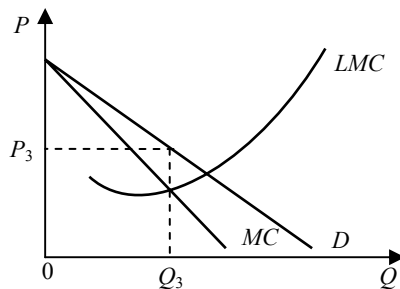


РИС. 35. ОПТИМАЛЬНЫЙ ВЫПУСК ДЛЯ МОНОПОЛИИ В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

Кривая, отображающая изменение средних совокупных издержек на долгосрочном временном интервале, представляется как *кривая долгосрочных средних издержек*. Кривая предельных издержек будет уже соответствовать кривой долгосрочных предельных издержек. Следовательно, максимизация прибыли на долгосрочном временном интервале предполагает объем выпуска, при котором *предельные издержки равны предельному доходу*. Цена, максимизирующая прибыль предприятия-монополиста на долгосрочном временном интервале, *равна высоте кривой спроса в этой точке* (рис. 35).

Монополия максимизирует прибыль на долгосрочном временном интервале при равенстве предельного дохода и долгосрочных предельных издержек.

Долгосрочное равновесие предприятия в условиях монополии позволяет ему:

- взвинчивать цены до уровня, обеспечивающего получение краткосрочной максимальной прибыли, и получать чистую экономическую прибыль, пока цены вновь не упадут. Предприятие должно мириться с тем, что высокая прибыль привлечет на рынок конкурентов и в последствии оно может потерять часть своей прибыли;
- устанавливать несколько меньшую цену. В этом случае прибыль будет умеренной по размерам, но зато рынок станет менее привлекательным для потенциальных конкурентов. Такая стратегия носит название лимитирующего ценообразования, поскольку она ставит цель затруднить вход в отрасль конкурентов.

8.3. Ценовая дискриминация

Для расширения рынка сбыта при определенных условиях монополист может назначать разные цены для различных покупателей. Иными словами, предприятие-монополист может проводить ценовую дискриминацию. *Ценовая дискриминация* предполагает политику установления разных цен на один и тот же продукт для различных категорий покупателей. На ценовую дискриминацию влияют два основных фактора:

- 1) Отсутствие у покупателя возможности перепродажи продукта.
- 2) Наличие у продавца возможности разделить покупателей на группы.

В качестве примеров ценовой дискриминации могут служить различные цены на авиабилеты для различных групп потребителей, а также в зависимости от дня недели различные телефонные тарифы в разное время суток.

Экономические последствия ценовой дискриминации двойственны. С одной стороны, ценовая дискриминация позволяет увеличить доходы монополиста. С другой стороны, большее количество потребителей получают возможность воспользоваться услугой, производится больше продукции. Такая политика в области ценообразования выгодна обеим сторонам. Однако, в некоторых странах ценовая дискриминация рассматривается как препятствие конкуренции и усиление монопольной власти, и ее отдельные проявления подпадают под антимонопольное законодательство.

8.4. Естественные монополии

Большинство чисто монополистических объединений являются естественными монополиями. *Естественная монополия* – это официально признанная неизбежная монополия на производство и продажу товаров и услуг, применительно к которым монополизм обусловлен либо естественными правами монополиста, либо соображениями экономической выгоды для всего государства и населения. Так естественная монополия возникает в тех областях, где действует авторское право, ибо автор-монополист по закону. С другой стороны, в интересах всего государства выгодно иметь единые трубопроводные, энергетические сети, железнодорожные магистрали. *Государственная монополия* возникает также в тех сферах, где ее наличие обусловлено соображениями общественной безопасности.

Естественные монополии подлежат общественному регулированию. В частности, цены и тарифы, которые могут назначать железные дороги, телефонные компании, поставщики природного газа и электричества определяются государственными и местными органами управления.

Регулирование цен может быть использовано для того, чтобы полностью или частично устранить стремление монополистов недораспределять ресурсы и получать экономическую прибыль. В зависимости от целей может устанавливаться «общественно оптимальная цена». Это происходит в том случае, если ставится цель эффективного распределения ресурсов. Может быть поставлена цель, обеспечивающая «справедливую прибыль», что возможно в том случае, если ставится задача предупреждения банкротства, например, коммунальных служб.

8.5. Поведение предприятия в условиях монополистической конкуренции в краткосрочном периоде

Совершенная конкуренция и чистая монополия – два крайних типа рынков. Однако наиболее распространенной и наиболее близкой к совершенной конкуренции является *монополистическая конкуренция*. В этом случае на рынке действует большое число продавцов, производящих разнообразную продукцию. И хотя продукт каждого предприятия в чем-то специфичен, потребитель легко может найти товары заменители и переключить свой спрос на них. Вступление конкурентов в отрасль достаточно свободное. Имеются некоторое влияние предприятия на цены и небольшие ограничения доступности к информации.

Спрос на продукцию предприятий, действующих в условиях монополистической конкуренции, не является абсолютно эластичным. Однако его эластичность достаточно высока. Конкурентность таких рынков также очень высока, что во многом объясняется легкостью доступа на рынок других предприятий.

Кривая спроса на продукцию предприятия в условиях монополистической конкуренции отражает суммарный объем продукции, поставляемой предприятием при каждом значении цены (рис. 36).

В краткосрочном периоде предприятие будет выбирать цену и объем выпуска, максимизирующие прибыль, исходя из принципа равенства предельного дохода и предельных издержек.

Кривые спроса, предельного дохода, средних валовых и предельных издержек предприятия, максимизирующего прибыль, показаны на рис. 37.

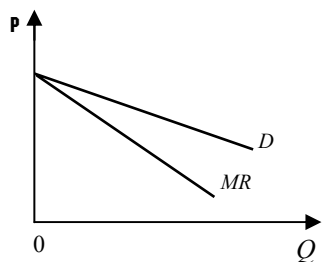


Рис. 36. Спрос на продукцию предприятия в условиях монополистической конкуренции

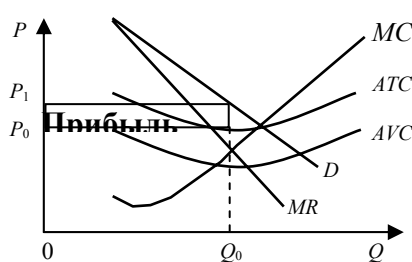


Рис. 37. Цена и объем производства предприятия в условиях монополистической конкуренции, максимизирующего прибыль

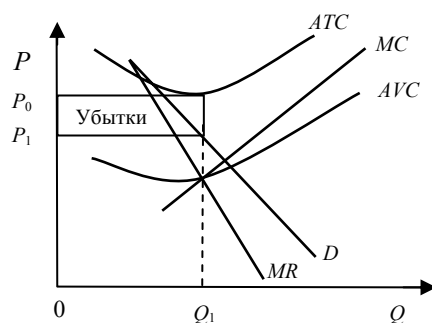


Рис. 38. Цена и объем производства предприятия в условиях монополистической конкуренции, минимизирующего убытки

Рассмотрим график кривых спроса, предельного дохода, средних валовых и предельных издержек предприятия, минимизирующего убытки (рис. 38).

На рис. 37 и 38 заштрихованными прямоугольниками показаны соответственно прибыль и убытки этих предприятий.

Ситуация во многом сходна с совершенной конкуренцией. Разница состоит в том, что спрос на продукцию предприятия не является абсолютно эластичным, и поэтому кривая предельного дохода проходит ниже кривой спроса. Наибольшую прибыль предприятие получит при цене P_0 и объеме производства Q_0 , а минимальные убытки – при цене P_1 и выпуске Q_1 .

8.6. Поведение предприятия в условиях монополистической конкуренции в долгосрочном периоде

На рынках монополистической конкуренции экономическая прибыль и убытки не могут существовать долго. В долгосрочном периоде предприятия, терпящие убытки, предпочтут уйти из отрасли, а высокие экономические прибыли станут стимулом вступления новых предприятий в отрасль. Новые предприятия, производя близкую по характеру продукцию, получают свою долю рынка, и спрос на товары предприятия, получавшего экономическую прибыль, снизится.

Сокращение спроса уменьшит экономическую прибыль предприятия до нуля. Иными словами, долгосрочным девизом предприятий, действующих в условиях монополистической конкуренции, является безубыточность. Покажем на графике (рис. 39) ситуацию долгосрочного равновесия предприятия в условиях монополистической конкуренции.

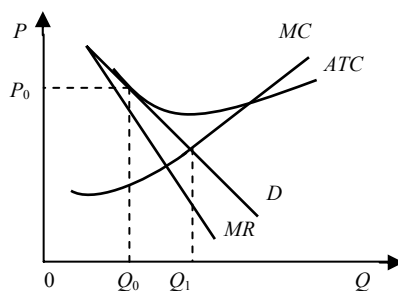


Рис. 39. Долгосрочное равновесие предприятия в условиях монополистической конкуренции

Отсутствие экономической прибыли лишает новые предприятия стимула для выступления в отрасль, а старые – для выхода из нее. Однако в условиях монополистической конкуренции стремление к безубыточности является скорее тенденцией. В реальной жизни предприятия могут получать экономическую прибыль достаточно длительный период. Это связано с тем, что некоторые виды продукции, выпускаемые предприятиями, трудно воспроизвести. С другой стороны, барьеры для входа в отрасль хотя и не высоки, но все же существуют.

8.7. Олигополия

Олигополия – рыночная структура, состоящая из небольшого числа предприятий, причем больших размеров. Товар, реализуемый в условиях олигополии, может быть и дифференцированным и стандартизированным (разнородным или однородным). Имеются существенные препятствия входа на рынок, некоторые ограничения к доступу информации, контроль над ценами ограничен взаимной зависимостью.

На олигополистическом рынке предприятия, имеющие большие доли в общем выпуске товара, обладают способностью влиять на цену товара.

Особенностью олигополии является взаимозависимость решений предприятий по ценам и объему производства. Ни одно решение не может быть принято без учета и оценки возможных ответных действий со стороны конкурентов.

Действия предприятий-конкурентов – это дополнительное ограничение, которое они должны учитывать при определении оптимальных цен и объема производства. Не только издержки и спрос, но и ответная реакция конкурентов, обуславливают принятие решений. Поэтому олигополия должна отражать все эти три момента.

Единой теории олигополии не существует. Однако впервые объяснить поведение олигополии была предпринята французом А. Курно. Его модель основывается на следующих предпосылках:

- на рынке присутствуют только два предприятия;
- каждое предприятие признает цену и объем производства конкурента неизменными, а затем принимает свое решение.

Допустим, что на рынке действуют два предприятия – X и Y . Как будет определять предприятие X цену и объем производства? Помимо издержек они зависят от спроса, а спрос, в свою очередь, от того, сколько продукции выпустит предприятие Y . Однако, что будет делать предприятие Y , предприятию X неизвестно. Оно может только предположить возможные варианты его действий и соответственно планировать собственный выпуск.

Поскольку рыночный спрос есть величина данная, расширение производства предприятием Y вызовет сокращение спроса на продукцию предприятия X . Если Y начнет расширять продажи, то график спроса на продукцию предприятия X сдвинется влево. Цена и объем производства, устанавливаемые предприятием X исходя из равенства предельного дохода и предельных издержек, будут снижаться от P_0, Q_0 до P_1, Q_1 и до P_2, Q_2 (рис. 40).

Если рассматривать ситуацию с позиции предприятия Y , то можно начертить подобный график, отражающий изменение цены и количества выпускаемой продукции в зависимости от действий предприятия X

Объединив оба графика, получим *кривые реакции* *обоих предприятий* на поведение друг друга (рис. 41).

Кривая X отражает реакцию предприятия X на изменения в производстве предприятия Y , кривая Y – соответственно наоборот. Равновесие наступает в точке пересечения кривых реакций *обоих предприятий*. В этой точке предложения предприятий совпадают с их реальными действиями.

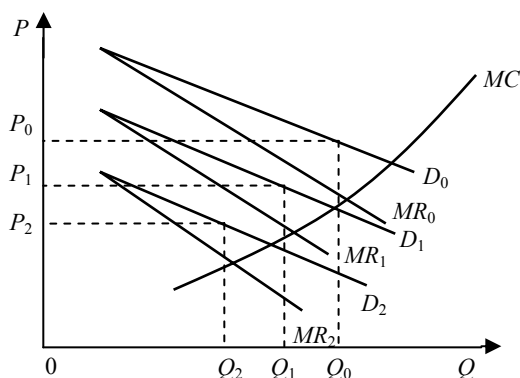


Рис. 40. Модель Курно. Изменение цены и объема выпуска продукции предприятием X при расширении производства предприятием Y

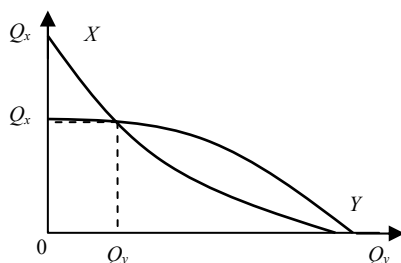


Рис. 41. Кривые реакции предприятий X и Y на поведение друг друга

В теории Курно не отражено одно существенное обстоятельство. Предполагается, что конкуренты отреагируют на изменение предприятием цены определенным образом. Когда предприятие Y выходит на рынок и отнимает у предприятия X часть спроса, последнее вступает в ценовую игру, снижая цены и объем производства. Однако предприятие X может за-

нять активную позицию и, значительно снизив цену, не допустить предприятия *У* на рынок. Такие действия предприятия *Х* не описываются теорией Курно.

«Ценовая война» снижает прибыли обеих сторон. Поскольку решения одной из них влияют на решения другой, существуют основания договориться о фиксации цен, разделе рынка с целью ограничения конкуренции. Поскольку всякого рода сговоры подпадают под антимонопольное законодательство и преследуются государством, то предприятия в условиях олигополии предпочитают от них отказаться.

Существуют и другие модели олигополии, основанные на теории игр. Так, при определении собственной стратегии предприятие оценивает вероятные прибыли и убытки, которые будут зависеть от того, какую стратегию выберет конкурент. Предположим, что предприятия *А* и *В* контролируют основную долю продаж на рынке. Каждое из них стремится увеличить объем продаж и тем самым обеспечить себе рост прибылей. Достигнуть результата можно снижением цен, привлечением дополнительных покупателей, активизацией рекламной деятельности и т.д. (табл. 3).

Однако результат для каждого предприятия зависит от реакции конкурента. Если предприятие *А* начнет снижать цены, а предприятие *В* последует за ним, то ни одно из них не увеличит своей доли на рынке, а их прибыли сократятся. Однако если предприятие *А* снизит цены, а предприятие *В* не сделает того же, то прибыли предприятия *А* увеличатся. Разрабатывая свою стратегию в области цен, предприятие *А* просчитывает возможные варианты ответной реакции со стороны предприятия *В*.

3. Влияние рыночной стратегии на изменения прибыли предприятия *А* (числитель) и предприятия *В* (знаменатель), тыс. р.

Стратегия предприятия <i>А</i>	Реакция предприятия <i>В</i>	
	снизить цену	оставить цену без изменения
Снизить цену	$\frac{-1000}{-1000}$	$\frac{+1500}{-1500}$
Оставить цену без изменения	$\frac{-1500}{+1500}$	$\frac{0}{0}$

Если предприятие *А* решит снизить цену, а предприятие *В* последует за ним, прибыли предприятия *А* сократятся на 1000 тыс. р. Если предприятие *А* снизит цену, а предприятие *В* не сделает этого, то прибыли предприятия *А* возрастут на 1500 тыс. р. Если предприятие *А* не предпримет никаких шагов в области цен, а предприятие *В* снизит свои цены, прибыли предприятия *А* сократятся на 1500 тыс. р. Если оба предприятия оставят цены без изменений, их прибыли не изменятся.

Наилучшим для предприятия *А* является представленный в верхнем правом углу табл. 3 вариант, при котором прибыли возрастают на 1500 тыс. р. Однако этот вариант является наихудшим с точки зрения предприятия *В*. Для обоих предприятий было бы целесообразно оставить цены без изменения, прибыли остались бы при этом на прежнем уровне. Вместе с тем, опасаясь наихудшего из возможных вариантов, предприятия снизят свои цены, теряя при этом по 1000 тыс. р. прибыли. Стратегия предприятия *А* на снижение цены называется стратегией наименьших потерь.

Ни одна из приведенных выше моделей олигополии не позволяет ответить на все вопросы, связанные с поведением предприятий на подобных рынках. Однако они могут быть использованы для анализа отдельных аспектов деятельности в условиях олигополии.

8.8. БАРЬЕРЫ ВХОДА И ВЫХОДА (В ОТРАСЛИ)

Предприятия, потенциально готовые выйти на рынок товаров и услуг, должны четко представлять себе, что их появление на рынке неизбежно при-

ведет к перераспределению рынка (или его сегмента), обострению конкуренции и снижению цен. Реальность проникновения новых предприятий на рынок зависит от уровня входных барьеров, препятствующих такому проникновению. Суть их состоит в том, что они могут вызвать повышение размеров первоначальных капиталовложений или увеличение степени риска для новых предприятий. *К входным барьерам* относятся высокая монополизация рынка, эффект масштаба (при увеличении объема выпуска общие издержки производства единицы продукции снижаются), патентно-лицензионная защита ключевых технологий и ноу-хау, контроль над ограниченными видами экономических ресурсов, лучшими каналами сбыта. Иногда имеют место *дополнительные барьеры*, связанные с криминогенным влиянием на рынок, в том числе с разделом сфер влияния между криминальными структурами.

Конкуренция принимает явно выраженный агрессивный характер, когда с появлением новых видов товаров формируются новые сегменты рынка, проникновение на которые позволит получать высокую прибыль. В этих условиях более крупные предприятия, стремясь увеличить свою долю на рынке, действуют наступательно, скупая более мелкие предприятия, внедряя на них новые технологии и расширяя выпуск продукции под своей торговой маркой.

Конкурентная борьба носит наиболее ожесточенный характер в депрессивных отраслях с высокими *выходными барьерами*, т.е. когда затраты на уход с рынка (консервацию производства, выплату компенсации увольняемому персоналу и т.д.) превышают расходы, связанные с продолжением конкурентной борьбы. Оказавшиеся в тяжелом финансовом положении предприятия вынуждены проводить оборонительную стратегию, стремясь удержаться на плаву, сохранить свою нишу на рынке даже в условиях падающей рентабельности и отсутствия доходов на капитал.

8.9. Сравнительная эффективность рыночных структур

Экономическая теория рассматривает *совершенную конкуренцию как эталон эффективности производства*. Чисто конкурентные рынки решают две задачи:

1. Участвующие в производстве предприятия выпускают такой набор продукции, который наиболее полезен для потребителей.
2. Производство осуществляется таким образом, что издержки для общества становятся минимальными, т.е. товары производятся с возможными наименьшими издержками.

Совершенная конкуренция является наиболее эффективной из всех имеющихся рыночных структур.

Распространение *монополии снижает экономическую эффективность* по трем причинам:

1. Объем производства, максимизирующий прибыль предприятия-монополиста, ниже, чем в условиях совершенной конкуренции, а цена – выше. Это приводит к тому, что ресурсы общества используются не в полной мере, и при этом часть продукции не производится.
2. Являясь единственным продавцом на рынке, монополист не стремится к снижению производственных издержек. У него нет стимула, использовать наиболее прогрессивную технологию. Обновление производства, снижение издержек, гибкость не являются для него вопросами выживания.
3. Барьеры для вступления новых предприятий в монополизированные отрасли, огромные силы и средства, которые монополисты тратят на сохранение собственной рыночной власти, оказывают сдерживающее воздействие на экономическую эффективность.

У олигополистической структуры рынка есть свои плюсы и минусы. Находясь в условиях взаимозависимости, олигополисты устанавливают цены очень взвешенно, пересматривают их весьма редко и осторожно. Олигополистическая власть над ценой не так значительна, как у монополиста, следовательно, олигополии приносят обществу меньше невосполнимых потерь от сознательного недопроизводства по сравнению с монополией. Однако технологические и другие барьеры вступления в олигополистическую отрасль все же высоки. Создавая условия для технологически статичного развития, они слишком ослабляют стимулы для разработки и вне-

дрения прогрессивных технологий, к удешевлению продукции, серьезно ограничивают конкуренцию со стороны новых предприятий.

Рыночный механизм монополистической конкуренции с точки зрения использования ресурсов не является эффективным, поскольку производство осуществляется не с минимальными издержками. Производство Q_1 не достигает величины Q_0 , где средние валовые издержки предприятия минимальны (рис. 39). Если оценивать эффективность с точки зрения удовлетворения интересов потребителей, то многообразие товаров является для них более предпочтительным, нежели однообразная продукция по более низким ценам и в большем объеме.

Тема 9. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. ПРЕДПРИЯТИЕ И ЕГО ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ

9.1. Предпринимательство и его признаки

Предпринимательство (предпринимательские способности) – это инициативная деятельность, связанная с хозяйственным риском, направленная на поиск наилучших способов использования ресурсов и ведущаяся с целью извлечения дохода и приумножения собственности.

Предпринимательство по своей экономической природе неразрывно связано с рыночным хозяйством и является его продуктом.

Предпринимательству присущи следующие *признаки*: инициатива, коммерческий риск и ответственность, комбинирование факторов производства и новаторство. Охарактеризуем каждый из них.

1. *Инициатива* хотя и является свойством человеческой природы, проявление ее в качестве признака предпринимательской деятельности обусловлено природой рынка. Инициатируя свои начинания, любой предприниматель опирается на обладание некими преимуществами, дающими ему уверенность в успехе. Такие преимущества, например, могут быть извлечены из информации. Люди, обладающие большей информацией, получают преимущества, что и порождает инициативу, как стремление использовать их для собственной выгоды.

Инициатива требует известной хозяйственной свободы. Когда уровень регламентации предпринимательской деятельности слишком высок, инициативная активность снижается, оборачивается деловой стагнацией. В этом смысле создание условий для активизации инициативы у субъектов хозяйствования – ключевая задача перехода к предпринимательству.

2. *Асимметрия (отсутствие, недостаток) информации* создает и известную неопределенность в деятельности предпринимателя. Неопределенность возникает как в связи с изменением конъюнктуры, цен и предпочтений потребителей, так и в силу непредсказуемой реакции рынка на предлагаемые решения. Таким образом, вся окружающая предпринимательская деятельность представляется в виде неподвластной ему *неопределенности*, что и порождает коммерческий риск.

Хотя риск и является органической компонентой предпринимательской деятельности, само предпринимательство не связано со склонностью к риску. Нацеленность предпринимателя на обращение рыночной неопределенности в свою пользу выступает решающим фактором при принятии решений.

Коммерческий риск – это не безрассудный риск. Он основывается на трезвом расчете и учете возможных отрицательных последствий. Стремление к успеху всегда уравнивается хозяйственной ответственностью. Сопровождающая риск хозяйственная ответственность ставит перед предпринимателем задачу овладения риском и управления им. И если устранить рыночную неопределенность не в силах предпринимателя, то снизить риск ему вполне под силу. Наиболее известным механизмом снижения риска является страхование.

3. Стремясь к повышению доходности ресурсов, предприниматель прибегает к *рациональным способам их применения*. Наиболее очевидной формой повышения эффективности ресурсов является их перемещение на рынки, где их альтернативная ценность больше и они принесут больший доход.

Более сложной формой повышения эффективности применения ресурсов является *комбинирование факторов производства*. Суть его состоит в поиске наиболее рационального варианта сочетания факторов путем замещения одного фактора другим. Варьируя факторами производства, предприниматель обеспечивает переход к более эффективному применению ресурса, способствует поступательному ходу развития производства. Комбинирование на основе принципа замещения является определяющим фактором извлечения дохода, а «дух рационализма» пронизывает все содержание предпринимательства.

4. Деятельность в условиях неопределенности требует от предпринимателя изобретательности и творческого подхода. *Новаторство* выделяется в качестве особого функционального признака предпринимательства.

Новаторство – это практическое применение принципиально новых товаров, технологий, новых форм организации производства и сбыта, самих форм организации предпринимательской деятельности.

Новаторство является доминирующим признаком предпринимательства. Во-первых, препятствующая успеху предпринимателя рыночная неопределенность подталкивает его к поиску путей изменения самой рыночной ситуации в выгодном для себя направлении, что возможно только посредством инновационной деятельности. Во-вторых, стремление к извлечению возможно большего предпринимательского дохода может быть реализовано только путем приобретения рыночных преимуществ в результате нововведений. Поэтому действительным мотивом новаторства является конкуренция между предпринимателями.

Новаторский характер предпринимательства позволяет рассматривать его в качестве активного фактора НТП и движущей силы экономического роста.

9.2. Предпринимательство как экономический ресурс

Предпринимательство можно определить как экономический ресурс, в состав которого включаются предприниматели (владельцы компаний, менеджеры, не являющиеся собственниками компаний, организаторы бизнеса, сочетающие в одном лице владельцев и управляющих), предпринимательская инфраструктура, предпринимательская этика и культура.

Благодаря предпринимательству приходят во взаимодействие прочие экономические ресурсы – труд, капитал, земля, знание и информация. Инициатива, риск и умение предпринимателей, помноженные на рыночный механизм, позволяют с максимальной эффективностью использовать все прочие экономические ресурсы, стимулировать экономический рост.

Предпринимательская способность как ресурс имеет свою специфическую оплату – *предпринимательский доход*. В реальной хозяйственной жизни его трудно выделить, тем не менее это не абстрактная экономическая категория. Предпринимательский доход – это та плата, которую получает предприниматель за свою организаторскую работу по объединению и использованию ресурсов, за риск убытков от использования этих ресурсов и за хозяйственную инициативу.

В экономической теории *предпринимательский доход* делят на две части – нормальную прибыль и экономическую прибыль. К первой относят как бы гарантированный доход предпринимателя, своего рода его *заработную плату*. Ко второй – *плату за риск, инновации*. Величина предпринимательского дохода колеблется прежде всего за счет второй составляющей.

9.3. Общая характеристика предприятия

В микроэкономическом анализе *под предприятием следует понимать хозяйственное первичное звено* в системе и структуре экономических отношений, для которого первостепенное значение имеет проблема рационального использования производственных ресурсов, сокращения издержек, совершенствования организации труда и управления производством. *Предприятие* представляет собой определенный *производственно-технический комплекс*, используемый для производства товаров или оказания услуг в любой отрасли экономики. Оно обладает правами юридического лица и осуществляет производственную, научно-производственную и

коммерческую деятельность с целью получения соответствующей прибыли (дохода).

Предприятие представляет собой *хозяйствующий субъект*, имеющий в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечающий по своим обязательствам этим имуществом.

На предприятии происходит непосредственное соединение производственных факторов с целью создания материальных благ и оказания услуг, соединение личных и коллективных интересов.

Основные *функции предприятия* сводятся к удовлетворению спроса потребителей в определенных видах продукции и услуг и максимизации прибыли. Максимизация прибыли в то же время является и целью хозяйственной деятельности предприятия.

В рыночной экономике предприятие самостоятельно планирует основные направления и условия своей деятельности, распоряжается трудовыми, материальными и финансовыми ресурсами. Оно само выбирает деловых партнеров, вступает в договорные отношения с ними, само организует внешнеэкономическую деятельность. Организационные формы управления также определяются самим предприятием.

Наиболее типичными *признаками предприятия*, характеризующими его как первичное звено в производственной структуре народнохозяйственного комплекса является его экономическая обособленность и хозяйственная самостоятельность. *Экономическая обособленность* обусловлена его природой как товаропроизводителя, осуществляющего свое индивидуальное воспроизводство. Оно проявляется в обособлении ресурсов предприятия в виде замкнутого хозяйственного оборота, осуществления воспроизводства за счет результатов своей хозяйственной деятельности, наличии специфических экономических интересов.

Хозяйственная самостоятельность есть форма проявления экономической обособленности предприятия. Она выражает имущественно-правовые отношения предприятия как юридического лица и потому является одной из сторон хозяйственного механизма экономической системы.

Самостоятельно *хозяйствующий субъект называется предприятием* в том случае, если он создан в порядке, установленном действующем законодательством, и осуществляет производство продукции, выполнение работ, оказание услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Это первичные, существенные признаки и свойства предприятия. Но столь же важно отметить, что предприятие считается юридическим лицом, имеющим название, печать и расчетный счет в банке.

9.4. Внутренняя и внешняя среда предприятия

Предприятие является самостоятельным, обособленным субъектом. Это означает свободу в принятии экономических решений. Но любое решение принимается с учетом внутренней и внешней среды.

Внутренняя среда предприятия – это собственная экономика предприятия. Она охватывает все составляющие деятельности предприятия: производственные процессы, реализацию продукции, финансовое, материальное и кадровое обеспечение, систему управления.

Внешняя среда предприятия – это экономическая, правовая и социальная среда, в которой предприятие работает, являясь частью национального хозяйства. Сюда следует отнести макроэкономическую ситуацию, рынки ресурсов, государственное регулирование, налогообложение, рынки продукции.

На экономическое положение предприятия оказывает влияние политическая ситуация, социально-культурная среда, технологическая среда и наконец, институциональная среда, характеризующаяся наличием институтов, с помощью которых бизнес устанавливает деловые взаимоотношения и ведет коммерческие операции.

9.5. Структура бизнеса

Основным экономическим *агентом рыночной экономики является предприятие*, использующее ресурсы для производства товаров и услуг с целью получения прибыли. Для классификации предприятий берут разные

признаки. Главными из них являются два: форма собственности и размеры предприятий.

Если взять за основу собственность, то можно выделить *три вида предприятий, или предпринимательства*:

- индивидуальное или частное предпринимательство;
- товарищество или партнерство;
- корпорация (акционерное общество).

Индивидуальным предпринимательством называется бизнес, владельцем которого является один человек. Владелец индивидуального бизнеса одновременно выполняет функции менеджера. Он несет неограниченную имущественную ответственность. У него невелик капитал – в этом недостаток индивидуального предпринимателя. Однако индивидуальный предприниматель имеет и преимущества. Каждый собственник владеет всей прибылью, может сам производить любые изменения. Индивидуальный предприниматель не является юридическим лицом, поэтому владелец платит только подоходный налог. Он освобожден от налога, установленного для корпорации. Это наиболее распространенная форма бизнеса, характерная для мелких магазинов, предприятий сферы услуг, ферм, профессиональной деятельности юристов и т.п.

Товариществом или партнерством, называется бизнес, которым владеют два и более человека. Партнерство тоже не является юридическим лицом, поэтому партнеры облагаются только подоходным налогом и несут неограниченную ответственность по всем долгам товарищества. Достоинства партнерства в том, что его легко организовать, объединение партнеров позволяет привлечь дополнительные средства и новые идеи. К числу недостатков относятся:

- ограниченность финансовых ресурсов;
- неоднозначное понимание целей деятельности партнерства его участниками;
- сложности определения доли каждого участника в доходе и убытке товарищества, в разделе приобретенного вместе имущества.

В форме товарищества организуются брокерские конторы, аудиторские фирмы, службы сферы услуг и т.п.

Корпорацией называется совокупность лиц, объединенных для совместной предпринимательской деятельности как единое юридическое лицо. Право на собственность корпорации разделено на части по акциям. Поэтому владельцы корпораций называются держателями акций, а сама корпорация – акционерным обществом. Доход корпорации облагается налогом с корпорации. Владельцы корпораций несут ограниченную ответственность по долгам корпорации, определяемую их вкладом в акции.

К числу преимуществ корпораций относят:

- неограниченные возможности привлечения денежного капитала через продажу акций и облигаций;
- разделение прав акционеров на имущественные и личные. К имущественным правам относится право на получение дивиденда, а к личным – право на участие в управлении делами акционерного общества;
- привлечение профессиональных специалистов для выполнения управленческих функций;
- стабильность функционирования корпорации. Выбытие из общества какого-либо из акционеров не влечет за собой закрытие общества.

К недостаткам корпоративной формы организации бизнеса относятся:

- двойное налогообложение той части дохода корпорации, которая выплачивается в виде дивидендов держателям акций: первый раз как часть прибыли корпорации, а второй раз как часть личного дохода владельца акций;
- благоприятные возможности для экономических преступлений. Возможен выпуск и продажа акций, не имеющих никакой реальной стоимости;
- разделение функций собственности и контроля. В корпорациях, акции которых распылены среди многочисленных владельцев, отрывается функция контроля от функции собственности. Владельцы акций заинтересованы в максимальных дивидендах, а менеджеры стараются их уменьшить, чтобы пустить деньги в оборот.

Существуют и другие недостатки корпораций, но их преимущество превалирует над недостатками.

По признаку размера предприятия различают *мелкий, средний и крупный бизнес*.

В западной экономике мелкий бизнес образует самый крупный сектор хозяйства, где находят себе работу более половины занятых. Наиболее типичными формами *мелкого бизнеса* стали система франчайзинга (льготный) и венчурного (рискового) предпринимательства.

Франчайзинг – это система мелких частных предприятий, которые заключают контракт на право пользования фабричной маркой крупной фирмы в своей деятельности на определенной территории и в определенной сфере. Они имеют льготы в виде скидок на цены, помощь в доставке товаров, приобретения оборудования, в кредитах и т.д. Мелкие предприятия становятся различными продавцами продукции крупных компаний. Такие контракты оказываются взаимовыгодными: мелкие предприятия получают опеку, кредиты, торговую зону от крупных корпораций, а последние экономят деньги, не затрачивая их на реализацию собственной продукции и, кроме того, они получают регулярные платежи от своих подопечных.

Венчурное предприятие – это коммерческая организация, занимающаяся разработкой научных исследований. Оно делает бизнес на нововведениях и рискует «прогореть», если новая продукция не будет соответствовать требованиям рынка, потребностям покупателя, низким издержкам. Венчурные предприятия стремятся быстрее завершить разработку одних и перейти к работе над другими видами новой продукции.

Средний бизнес играет менее заметную роль. Он не прочен, так как ему приходится конкурировать как с крупным, так и с мелким предпринимательством, в результате чего он либо перерастает в крупный, либо перестает существовать вообще. Исключения составляют лишь предприятия, которые являются своего рода монополистами в выпуске какой-либо специфической продукции, имеющей своего постоянного потребителя, например, производство инвалидной техники, ремонт городских часов и т.д.

Крупный бизнес отличается большей прочностью, чем средний и мелкий. Его монопольное положение на рынке дает ему возможность производить дешевую и массовую продукцию, рассчитанную на удовлетворение потребностей широкого круга потребителей.

9.6. Предприятие: цели, масштабы и эффективность деятельности

Всякая предпринимательская деятельность имеет своей целью *максимизацию прибыли*. Поведение предприятия можно описать с помощью производственной функции, которая определяет нацеленность предприятия на максимизацию прибыли. Однако существует мнение, что возможны ситуации на рынке, определяющие различные направленности функционирования отдельных предприятий. Это может быть желание выжить при определенном конкретном условии, предполагающем получение минимума прибыли, увеличение доли участия на рынке или захват нового рынка, приводящие к потере части прибыли, повышению качества продукции, требующее повышения издержек и т. п.

Конкретно сформулированная цель деятельности предприятия может включать разнообразные аспекты. Но это справедливо лишь на краткосрочном временном интервале. В долгосрочном же периоде основным остается получение и максимизация прибыли. В конечном счете, все локальные цели ставятся и решаются для того, чтобы достигнуть основную цель.

Конечной целью деятельности предприятия является упрочение его позиций на рынке, прежде всего, за счет максимизации прибыли. Максимизация прибыли является определяющей целью предприятия.

Прорывающее предприятие – это предприятие, занимающее прочные позиции на рынке и получающее устойчивую прибыль от своей деятельности. Эта задача – максимум может быть реализована на стабильной основе только через создание системы ценностей для трех общественных групп:

1. Владельцев предприятия.
2. Потребителей его продукции.
3. Персонала и поставщиков предприятия.

Владельцы предприятия заинтересованы в возрастающем постоянном потоке доходов и увеличении ценности принадлежащей им собственности.

Для потребителей наивысшую ценность представляют товары и услуги, удовлетворяющие их по качеству и цене.

Персонал и поставщики заинтересованы в стабильности предприятия, развитии с ним долгосрочных отношений, благоприятной рабочей атмосфере.

Необходимо рассмотреть вопрос о размерах или масштабах предприятия. Часто утверждают, что существуют определенные преимущества крупного предприятия, с точки зрения величины издержек. Это преимущество экономисты называют эффектом масштаба или экономией от роста масштаба деятельности. По мере того как увеличивается, например, объем выпуска продукции, сокращаются средние издержки производства на каждую единицу товара.

Экономия от увеличения масштаба деятельности измеряется отношением процентного изменения величины издержек к процентному изменению объема произведенного товара. Когда такое отношение меньше единицы, проявляется эффект масштаба, так как средние издержки падают. Если это отношение равно единице, эффекта от увеличения масштабов деятельности не существует, поскольку средние издержки остаются неизменными. Когда же такое отношение больше единицы, налицо отрицательный экономический эффект, так как средние издержки растут.

Выбор показателей эффективности работы предприятия зависит от целей анализа. Таковыми могут быть:

1. *Стратегические цели.* Необходимо сравнить результаты деятельности данного предприятия с результатами деятельности его конкурентов или связанных с ним предприятий. Для этого выбираются обобщающие показатели и показатели каких-либо элементов деятельности.

2. *Тактические цели.* Руководство контролирует деятельность предприятия. Рассчитываются показатели эффективности функционирования отдельных подразделений или производства какой-либо определенной продукции.

3. *Прочие цели руководства.* Необходимо сопоставить выгодность использования различных ресурсов или различных сочетаний данных ресурсов за какой-либо период для определения возможных изменений в будущем, переговоры с профсоюзами о заключении коллективного договора, оценка влияния ожидаемых государственных ограничений и т.д.

Деятельность предприятия может быть представлена в виде потоков финансовых ресурсов кредиторов и инвесторов, превращающихся в физические факторы производства, которые трансформируются в готовую физическую продукцию. Произведенные товары и услуги через сделки превращаются в выходящие потоки финансовых ресурсов, распределяемых среди кредиторов и инвесторов и затем вновь вводимых в производство.

На этапах инвестирования производства и реализации продукции участников предпринимательской деятельности интересуют различные аспекты использования факторов производства. Однако система показателей эффективности их использования достаточно сложна и многообразна.

Обобщающие показатели эффективности работы предприятия в целом определяются сопоставлением объема всех средств предприятия и совокупного результата его деятельности.

К этим показателям относятся:

1. *Рентабельность всего капитала* (активов) предприятия

$$P_A = \Pi/A,$$

где P_A – рентабельность капитала; Π – прибыль; A – капитал (активы) предприятия, т.е. совокупность всех средств.

2. *Оборачиваемость всего капитала* (активов) предприятия

$$R_0 = Q/A,$$

где R_0 – оборачиваемость капитала; A – капитал; Q – объем реализованной продукции.

3. *Издержки на единицу реализованной продукции*

$$S = U/Q,$$

где U – общие издержки; Q – объем реализованной продукции.

4. Рентабельность производства

$$P = \Pi/\Phi,$$

где P – рентабельность производства; Π – прибыль; Φ – среднегодовая стоимость основных и оборотных средств.

Наиболее обобщающим показателем является *рентабельность всего капитала*, которая отражает прибыль предприятия на один рубль средств (всех видов ресурсов предприятия в денежном выражении, независимо от источника их средств). Этот показатель называют также *показателем окупаемости средств*.

9.7. Конкурентоспособность предприятия

Основной целью любого предприятия в условиях рыночной экономики является *сохранение и расширение своих позиций на рынке*, рост или, по крайней мере, стабильное получение прибыли. Это возможно только при ориентации на максимизацию прибыли. Главным средством увеличения прибыли является высокая конкурентоспособность предприятия.

Все большую актуальность эта проблема приобретает для российских предприятий в тех отраслях экономики, где начинает формироваться конкурентная среда, – в розничной торговле, общественном питании, пищевой промышленности, сборке и продаже компьютеров и др.

Конкурентоспособность предприятия – это ее реальная и потенциальная способность изготавливать и реализовывать товары или оказывать услуги, которые по ценам и качественным (неценовым) характеристикам более привлекательным для покупателей, чем товары и услуги других предприятий-конкурентов.

Конкурентоспособность предприятия – понятие относительное. Она может быть выявлена и оценена только путем сравнения предприятий, выпускающих аналогичную продукцию, или оказывающих одинаковые услуги применительно к территории, в пределах которой эти предприятия функционируют (на местном, региональном, национальном, мировом рынках). Поэтому одно и то же предприятие может быть конкурентоспособным на местном или региональном рынке и не быть таковым на национальном и тем более на мировом рынке.

Конкурентоспособность предприятия во многом зависит от наличия и эффективного использования условий, сложившихся в стране:

- необходимых факторов производства;
- развитости спроса;
- зрелости конкурентной среды;
- качества управления;
- разумной государственной политики;
- благоприятных случайностей.

Конкурентные преимущества предприятия обеспечиваются в процессе конкурентной борьбы по пяти направлениям конкуренции:

- с другими продавцами аналогичной продукции;
- с предприятиями – потенциальными конкурентами;
- с производителями заменителей продукции;
- с поставщиками ресурсов;
- с покупателями его продукции.

Данные направления можно назвать основными рыночными силами.

9.8. Организационно-правовые формы предприятий

Рассмотренные ранее виды предпринимательства – индивидуальное, партнерское и корпоративное – в хозяйственной практике облекаются в конкретные *организационно-правовые формы*.

Организационно-правовая форма любого предприятия определяется рядом факторов, важнейшими из них являются:

1. Способ предпринимательской деятельности (индивидуальная или коллективная).

2. Статус предпринимателя (индивидуальный предприниматель, т.е. физическое лицо или юридическое лицо).

3. Характер деятельности предприятия (коммерческая или некоммерческая).

4. Форма ведения хозяйства: хозяйственное товарищество, хозяйственное общество, производственный кооператив.

Все *предприятия классифицируются* по:

- формам собственности;
- размерам (масштабам);
- характеру деятельности;
- отраслевой принадлежности;
- основному фактору производства;
- правовому статусу.

По формам собственности предприятия подразделяются на частные, государственные, смешанные.

По размерам предприятия бывают малые, средние и крупные в зависимости от сферы деятельности.

По характеру деятельности предприятия делятся на производящие материальные блага и услуги.

По отраслевой принадлежности предприятия бывают промышленные, сельскохозяйственные, торговые, транспортные, строительные, банковские, страховые и т.д.

По признаку основного фактора производства выделяют трудоемкие, капиталоемкие, материалоемкие, наукоемкие предприятия.

По правовому статусу различают:

1. Хозяйственные товарищества и общества.
2. Производственные кооперативы.
3. Государственные и муниципальные унитарные предприятия.
4. Некоммерческие организации.
5. Индивидуальные предприниматели.

Рассмотрим, прежде всего, *хозяйственные товарищества и общества*.

Полное товарищество. Полным признается товарищество, где участники в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам, принадлежащим им имуществом, включая личное.

Полные товарищества сосредоточены преимущественно в сельском хозяйстве и сфере услуг и представляют собой небольшие по размерам предприятия.

Товарищество на вере. Товариществом на вере (командитным товариществом) признается товарищество, в котором наряду с участниками, имеющими один или несколько участников-вкладчиков (командитистов), несущих риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности. Данная форма позволяет привлекать значительные финансовые ресурсы через большое число командитистов.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО). Таковым признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных размеров. Участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Уставный капитал ООО составляет из стоимости вкладов его участников. Как правило, ООО – это мелкие и средние предприятия.

Акционерное общество (АО). Акционерным обществом признается общество, уставный капитал его разделен на определенное число акций. Участники АО (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

АО, участники которого отчуждают принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается открытым (ОАО).

ОАО проводит подписку на выпускаемые акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законом. ОАО обязано ежегодно пуб-

ликовать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков.

Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается *закрытым (ЗАО)*.

Учредительным документом АО является его устав. Уставный капитал АО составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами. Высшим органом управления АО является общее собрание акционеров.

Преимуществами акционерной формы организации предприятий являются:

1. Возможность мобилизации больших финансовых ресурсов.
2. Возможность быстрого перелива финансовых средств из одной отрасли в другую.
3. Право свободной передачи и продажи акций, обеспечивающее существование компании независимо от смены акционеров.
4. Ограниченная ответственность акционеров.
5. Разделение функций владения и управления.

Производственный кооператив – это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной деятельности, основанной на их личном трудовом или ином участии в объединении его членами имущественных паевых взносов. Это коммерческая организация. Учредительным документом является устав, утверждаемый общим собранием членов кооператива. Число членов кооператива не должно быть менее пяти. Имущество, находящееся в собственности производственного кооператива делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива.

Государственные и муниципальные унитарные предприятия. Унитарным предприятием называется коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество является неделимым по паям между работниками предприятия. В России в форме унитарных предприятий существуют только государственные и муниципальные предприятия. Они управляют, но не владеют закрепленным за ним государственным или муниципальным имуществом. Если подобное предприятие основано на праве оперативного управления федеральным имуществом, т.е. управляется государственными органами, оно именуется *федеральным казенным предприятием*. Все остальные унитарные предприятия являются предприятиями, основанными на праве хозяйственного ведения.

Некоммерческие организации. К некоммерческим организациям относятся потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации, фонды.

Потребительский кооператив – это объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами паевых взносов. Потребительский кооператив обычно обеспечивает своих членов теми или иными потребительскими благами.

Общественными и религиозными организациями признаются добровольные объединения граждан, в установленном законом порядке объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей.

Фондом признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами или юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующая социальные,

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ, КУЛЬТУРНЫЕ, ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНЫЕ ОБЩЕСТВЕННО ПОЛЕЗНЫЕ ЦЕЛИ. ИМУЩЕСТВО, ПЕРЕДАННОЕ ФОНДУ ЕГО УЧРЕДИТЕЛЯМИ, ЯВЛЯЕТСЯ СОБСТВЕННОСТЬЮ ФОНДА.

Индивидуальные предприниматели. Если отдельный гражданин занимается предпринимательской деятельностью, но без образования юридического лица (например, организует свое фермерское хозяйство), то он признается индивидуальным предпринимателем. Фактически – это тоже предприятие.

9.9. Диверсификация, концентрация и централизация производства

Важнейшей составной частью структуры современной рыночной экономики является диверсификация экономической деятельности. *Под диверсификацией* подразумевается увеличение числа рынков, где осуществляется деятельность предприятия. Активность крупных предприятий и целых отраслей расширяется за рамки основного бизнеса, под которым понимается производство товаров и услуг, имеющих максимальные доли в объеме продаж по сравнению с другими видами выпускаемой продукции. *Диверсификация обусловлена* стремлением предприятий в условиях конкуренции упрочить свое положение, своевременно отреагировать на изменения экономической конъюнктуры, обеспечить эффективность своей деятельности. Другими словами, диверсификация решает проблему зависимости предприятия от конъюнктуры единственного рынка, на котором она работает, поскольку неблагоприятная ситуация в одной отрасли не будет означать для предприятия угрозу разорения. *При этом предприятия из специализированных превращаются в многоотраслевые комплексы* – конгломераты. Его составные части не имеют между собой функциональных связей.

В условиях постоянного роста объема однородной или технологически связанной продукции факторы производства сосредотачиваются на крупных предприятиях. Это объективный процесс производства, в основе него лежит определяющий мотив предпринимательства – увеличение прибыли. Для того чтобы обеспечить непрерывное увеличение прибыли предпринимателю приходится капитализировать часть прибыли, превращая ее в добавочные факторы производства. Это обуславливает рост отдельных предприятий и увеличение масштабов производства.

Стремление к максимизации прибыли и конкуренция приводят к форсированному развитию техники, ко все более крупному производству, совершенствованию системы машин и технологий.

Рост размеров предприятий может происходить и посредством поглощения одним предприятием другого или посредством добровольного объединения нескольких самостоятельных предприятий в форме акционерных обществ. *Централизация производства (капитала)* осуществляется в результате конкурентной борьбы и приводит к перераспределению ресурсов (капитала), имеющихся в обществе. Централизация производства отличается *от концентрации производства*, которая означает увеличение размеров отдельных (индивидуальных) предприятий за счет капитализации прибыли. Концентрация и централизация как два способа расширения масштабов предприятий находятся в тесной взаимосвязи. Оба процесса обуславливают быстрый рост масштабов предприятий, приводящий на определенном уровне к господству монополий. Концентрация и централизация производства ведет к сосредоточению гигантских богатств в руках немногих групп финансовой олигархии.

Акционерные общества, образуемые в результате централизации производства и составляющие подавляющее большинство современных предприятий, обладают значительными возможностями финансирования поглощений: эмиссированием долгосрочных облигаций, получением банковских ссуд, использованием системы участия и т.п.

Тема 10. РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

10.1. Производственная функция

В процессе производства осуществляется производственное потребление имеющихся ресурсов. Между объемом производства и количеством потребленных производственных ресурсов существует функциональная зависимость. Эта зависимость может быть выражена с помощью *производственной функции* вида

$$Q = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n),$$

где Q – максимально возможный выпуск продукции при данной комбинации производственных ресурсов x_i . При этом факторы производства (ресурсы) характеризуются взаимодополняемостью и взаимозаменяемостью

по отношению друг к другу. *Взаимодополняемость ресурсов* означает, что отсутствие одного или нескольких из них делает невозможным производственный процесс – производство останавливается. В то же время факторы производства в известной степени *взаимозаменяемы*: нехватка одного может быть возмещена дополнительным количеством другого, т.е. ресурсы могут комбинироваться между собой в процессе производства в различных пропорциях.

Процесс производства может быть организован по-разному, с использованием разных технологических процессов. *Производственная функция* включает в себе технически эффективные способы производства продукции, т.е. такие, при которых нельзя увеличить объем производства без роста затрат, или уменьшить затраты, не сократив выпуск.

Иллюстрацией к переплетению и альтернативности экономических ресурсов может быть простая, основанная только на двух производственных факторах *модель Кобба-Дугласа* (названа по имени двух американских экономистов). Она выглядит следующим образом

$$Q = FK^ZL^B,$$

ГДЕ Q – ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА; K – РАЗМЕР КАПИТАЛА; L – ЗАТРАТЫ ТРУДА (В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ); Z И B – ПОКАЗАТЕЛИ ЭЛАСТИЧНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА Q ПО ОТНОШЕНИЮ К КАПИТАЛУ И ТРУДУ (ОНИ ПОКАЗЫВАЮТ, НАСКОЛЬКО ПРОЦЕНТОВ ДОЛЖНО УВЕЛИЧИТЬСЯ Q , ЕСЛИ K ИЛИ L ВОЗРАСТУТ НА ОДИН ПРОЦЕНТ; F – ФУНКЦИЯ.

Производственная функция показывает альтернативные возможности, при которых различные комбинации факторов производства обеспечивают один и тот же объем выпуска продукции.

Существует много вариантов производства заданного объема продукции. Производственная функция всегда строится для определенной технологической структуры. Улучшение технологии, увеличивающей максимально достижимый объем выпускаемой продукции при любой комбинации факторов, всегда находит отражение в новой производственной функции. Производственная функция может использоваться для определения минимального количества затрат, необходимого для производства любого данного объема товаров.

Хотя производственные функции различны для разных видов производства, все они обладают одними свойствами.

1. Существует предел для увеличения объема производства. Он может быть достигнут увеличением затрат одного ресурса при прочих равных условиях. Это предполагает, что на предприятии при данном количестве станков и производственных помещений существует предел увеличения производства посредством привлечения большего количества рабочих. Всякий прирост от роста численности занятых будет приближаться к нулю.

2. Существует определенная взаимозаменяемость факторов производства, которая происходит без сокращения объема производства. Например, эффективен труд работников, если они обеспечены производственным инструментом. При отсутствии такого инструмента объем может быть сокращен или увеличен при росте численности занятых. В данном случае происходит замена одного ресурса другим.

Если весь набор факторов производства или ресурсов представить как затраты труда, земли и капитала, производственная функция может быть описана следующим образом

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

где Q – максимальный объем продукции, производимой при данной технологии и данном соотношении труда L , капитала K , земли N .

10.2. Теория предельной производительности факторов

производства

Введем понятия общего, предельного и среднего продукта переменного фактора производства.

Общий продукт (TP) фактора – это суммарный объем выпуска продукции, полученный в рамках заданной производственной функции, и измеренный в физических единицах.

Понятие общего продукта фактора позволяет выявить зависимость между объемом выпускаемой продукции и изменениями в количестве одного ресурса при неизменном количестве других. Например, производственная функция $Q = f(L)$ выражает зависимость общего объема производства от количества используемых единиц труда L , при условии, что количество других факторов постоянно.

Графически данная производственная функция изображена на рис. 42.

Понятие общего продукта фактора дает возможность понять, что такое предельный и средний продукт фактора производства.

Предельный продукт фактора производства (MP_L), исчисленный в физических единицах, показывает изменение в объеме выпуска продукции, вызванное использованием дополнительной единицы данного фактора (L) при неизменном количестве всех остальных. Предельный продукт фактора исчисляется следующим образом:

$$MP_L = \frac{\Delta Q}{\Delta L},$$

где MP_L – предельный продукт фактора L ; ΔQ – изменение общего объема выпуска продукции; ΔL – изменение количества фактора L .

Средний продукт фактора (AP_L) определяется путем деления объема выпускаемой продукции на количество используемого фактора L :

$$AP = \frac{Q}{L}.$$

Средний продукт фактора (труда) показывает, какое количество произведенной продукции приходится на одну единицу труда. Средний продукт труда часто называют показателем производительности труда.

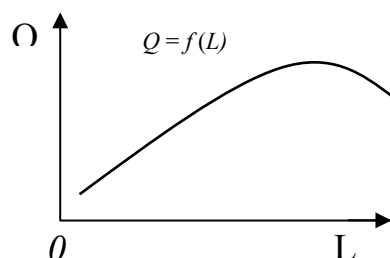


Рис. 42. Производственная функция:

Q – количество продукции, шт.; L – количество переменного фактора (число рабочих)

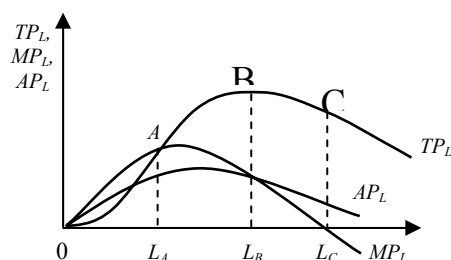


Рис. 43. Общий, предельный и средний продукт переменного фактора:

L – количество труда (число рабочих)

Кривые общего, предельного и среднего продукта переменного фактора показаны на рис. 43.

Точка A на отрезке OA представляет собой точку изгиба, где кривая общего продукта изменяет свою выпуклость. Это связано с тем, что рост общего продукта ускоряется до этой точки, поскольку предельный продукт переменного фактора L на отрезке OA быстро растет. Это означает, что каждая дополнительная единица фактора L увеличивает общий объем производства на большую величину по сравнению с предыдущей. Именно точка A на кривой общего продукта соответствует максимальному значению предельного продукта.

На отрезке AC рост общего продукта замедляется, так как предельный продукт фактора L начинает снижаться. Это означает, что каждая дополнительная единица фактора L увеличивает общий объем производства на меньшую величину по сравнению с предыдущей.

Точка B на кривой (TP_L) показывает ту величину общего продукта, при которой предельный и средний продукт равны.

В точке C кривая общего продукта начинает снижаться, так как предельный продукт принимает отрицательные значения. Это означает, что дальнейшее увеличение количества переменного фактора приведет к сокращению величины общего продукта.

Существует определенная зависимость между предельным и средним продуктом переменного фактора. Предельный продукт достигает своего максимального значения раньше, чем средний продукт. Кривая предельного продукта (MP_L) пересекает кривую среднего продукта (AP_L) в точке максимума последнего. И действительно, когда величина предельного продукта выше величины среднего продукта, тогда кривая AP_L возрастает. И наоборот, когда величина предельного продукта меньше величины среднего продукта, кривая AP_L убывает.

Рассмотренные кривые общего и предельного продукта отражают тенденцию, известную как *закон убывающей предельной производительности (доходности) факторов производства*. Этот закон гласит: по мере увеличения количества переменного фактора при неизменном количестве всех остальных будет достигнут такой рубеж, после которого предельный продукт переменного фактора начнет уменьшаться.

Теория предельной производительности факторов имеет важное значение для определения оптимального сочетания факторов при выпуске продукции.

10.3. Спрос на факторы производства

Отличительной чертой рынков факторов производства является тот факт, что в роли покупателей выступают предприятия (субъекты спроса), а продавцами являются домашние хозяйства (субъекты предложения). В основе потребительского спроса лежит *функция полезности*. Основой же спроса на факторы производства являются цена на ресурсы, а также доход, который предприятие стремится получить, производя с помощью этих факторов различные товары и услуги. Это означает, что предприятие предъявляет спрос на ресурсы лишь постольку, поскольку потребитель нуждается в товарах, произведенных с помощью этих ресурсов. Таким образом, *спрос на факторы производства называют производным спросом*. Это первое отличие спроса на факторы производства от спроса на конечные товары и услуги.

Производство представляет собой процесс взаимодействия различных факторов производства. Ни один из факторов в отдельности не может произвести продукт. Отсюда вытекает, что *спрос на факторы производства является взаимозависимым*. Это второе отличие спроса на факторы производства от спроса на конечные товары и услуги.

Итак, в первую очередь, *спрос предприятия на ресурсы определяется ценами на них*. Однако производный характер спроса на факторы со стороны предприятия делает его *зависимым также и от производительности факторов, и от уровня цен на продукцию*, производимую с помощью этих факторов.

10.4. Равновесие предприятия, предъявляющего спрос на один переменный фактор

Производительность переменного фактора может измеряться не только в физических, но и в денежных единицах. Стоимостным показателем производительности фактора является *предельный продукт фактора в денежном выражении*.

Предельный продукт фактора в денежном выражении (MRP_L) – это произведение предельного физического продукта переменного фактора (L) и предельного дохода, полученного от продажи одной дополнительной единицы продукции

$$MRP_L = MPL \cdot MR_Q,$$

где MRP_L – предельный продукт фактора L в денежном выражении; MPL – предельный продукт фактора L в физическом выражении; MR_Q – предельный доход от продажи дополнительной единицы продукции.

Таким образом, *предельный продукт фактора в денежном выражении* показывает прирост общего дохода в результате использования еще одной дополнительной единицы переменного фактора L при неизменном количестве всех остальных факторов.

В условиях совершенной конкуренции, когда предприятие является «ценополучателем», *предельный продукт фактора L в денежном выражении* – это произведение предельного продукта фактора L в физическом выражении и цены единицы выпускаемой продукции:

$$MRP_L = MP_L \cdot P,$$

где P – цена единицы выпускаемой продукции в условиях совершенной конкуренции, когда $MR = P$.

В условиях несовершенной конкуренции предельный доход от продажи дополнительной единицы продукции будет меньше, чем ее цена. Это означает, что при прочих равных условиях, предельный продукт фактора в денежном выражении (MRP_L) у предприятия – совершенного конкурента будет больше, чем у чистого монополиста.

Для того чтобы определить, какое количество рабочих следует нанять предприятию, необходимо знать цену этого ресурса и сравнить, насколько увеличится доход и издержки предприятия от использования одной дополнительной единицы ресурса. Затраты предприятия на приобретение каждой дополнительной единицы фактора принято называть *предельными издержками ресурса (MRC)*. Если предприятие покупает ресурсы на чисто конкурентных рынках, то предельные издержки на их приобретение будут равны их ценам.

Теперь можно сформулировать правило максимизации прибыли для предприятия, предъявляющего спрос на один переменный фактор. Данное правило идентично правилу определения объема производства предприятия, максимизирующего прибыль, *при котором $MR = MC$* : предприятие максимизирующее прибыль, должно использовать такое количество переменного фактора, при котором его предельный продукт в денежной форме будет равен его предельным издержкам, т.е.

$$MRP_L = MRC_L.$$

Для условий совершенной конкуренции правило примет следующий вид:

$$MRP_L = W, \quad \text{так как } MRC_L = W,$$

где W – уровень ставки заработной платы.

И только тогда, когда достигается *равенство предельного продукта фактора в денежной форме и его предельных издержек* (цены фактора – для чисто конкурентного рынка), предприятие находится в *состоянии равновесия*, т.е. получает максимальную прибыль.

Рассмотрим ситуацию равновесия предприятия, предъявляющего спрос на один переменный фактор, например, труд, при условии, что и рынок товаров и услуг, и рынок труда являются чисто конкурентными, т.е. предприятие и на том и на другом рынках является «ценополучателем». Графически данную ситуацию можно изобразить следующим образом (рис. 44).

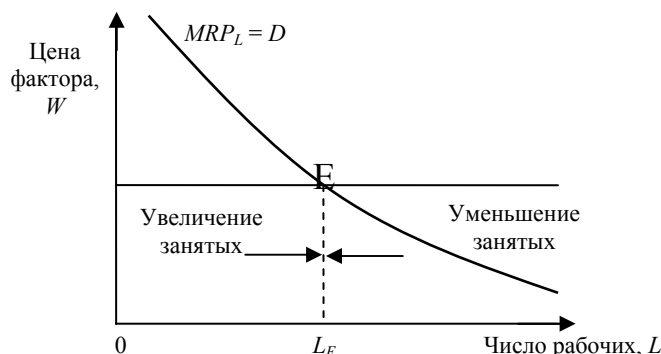


Рис. 44. Равновесие предприятия на чисто конкурентном рынке переменного фактора (труда)

Кривая спроса предприятия на один переменный фактор (D) совпадает с кривой его предельного продукта в денежной форме (MRP_L), так как любая точка на данной кривой показывает число занятых, используемых предприятием при каждом заданном уровне ставки заработной платы (W). Точка E — это точка равновесия предприятия на рынке фактора труда, так как именно здесь $MRP_L = W_E$. Это означает, что при заданном рыночном уровне заработной платы (W_E) предприятию следует нанять число рабочих, равное L_E . Если, $MRP_L > W_E$, то предприятию необходимо увеличить число используемых рабочих, а если $MRP_L < W_E$ — сократить их численность. И только когда $MRP_L = W_E$, предприятие, предъявляющее спрос на один переменный фактор, обеспечит оптимальный уровень занятости.

10.5. Оптимальные пропорции использования факторов производства

Важно знать в каких пропорциях предприятие должно закупать разные ресурсы: труд, капитал, землю. Одного и того же результата можно достигнуть, используя разные их комбинации. *Оценкой эффективности использования ресурсов будет отдача от них.* В количественном выражении она выражается дробью

$$MRP_L/P_L,$$

где MRP_L — предельный продукт фактора в денежной форме; P — цена фактора (труда).

При этом предприятие выбирает тот ресурс, для которого эта величина будет выше.

В соответствии с законом убывающей отдачи, покупая все новые и новые порции самого активного ресурса, предприятие будет тем самым снижать его отдачу, а следовательно, и эффективность. Очевидно, что этот процесс будет идти до тех пор, пока эффективность использования лучшего ресурса не сравняется с эффективностью всех прочих, т.е. пока не сложится равенство

$$\frac{MRP_1}{P_1} = \frac{MRP_2}{P_2} = \dots = \frac{MRP_n}{P_n}.$$

Предприятие оптимизирует закупки каждого ресурса в соответствии с правилом $MRP = MRC$. Но предельные издержки покупки ресурса равны его цене, т.е. $MRP = MRC = P$. Учитывая это, можно представить формулу так:

$$\frac{MRP_1}{P_1} = \frac{MRP_2}{P_2} = \dots = \frac{MRP_n}{P_n} = 1.$$

Максимизация прибыли обеспечивается использованием факторов в таких масштабах и пропорциях, при которых предельный продукт в денежной форме от их применения равен цене соответствующего фактора.

10.6. Рынок труда и заработная плата

На рынке труда продается и покупается не сам труд, который неотделим от человека как такового, а *услуги труда*. Причем решение принимает не только предприятие, предъявляющее спрос на труд, но и наделенные волей и сознанием экономические субъекты, осуществляющие предложение труда. *Количество и качество услуг труда* зависят от многих факторов – уровня профессиональной подготовки работника, его квалификации, опыта, добросовестности и т.д. *Купля-продажа услуг труда* выступает в форме найма работника на определенных условиях (продолжительность рабочего дня, размер заработной платы, должностные обязанности и т.п.).

Субъектами спроса на рынке труда выступают бизнес и государство, а субъектами предложения – домашние хозяйства.

На рынке совершенной конкуренции количество нанимаемых предпринимателем работников определяется двумя показателями – *размером заработной платы и предельным продуктом труда в денежном выражении*. Привлечение дополнительной единицы труда прекратится, когда эти показатели сравниваются, т.е. $MRP_L = W$.

Функциональная зависимость между величиной заработной платы и объемом спроса на труд выражается в виде кривой спроса на труд (рис. 45).

Предложение труда также зависит от величины заработной платы, получаемой за производительные услуги. Продавцы на рынке труда в условиях совершенной конкуренции стремятся увеличить предложение при росте заработной платы. Поэтому кривая предложения труда имеет положительный наклон.

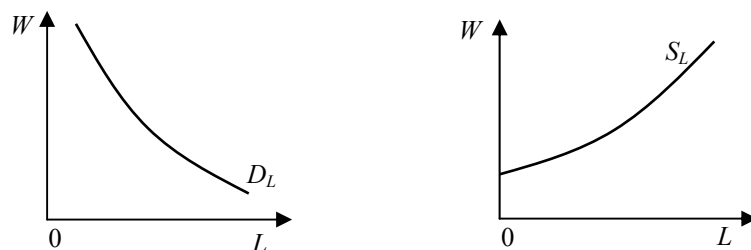


Рис. 45. Кривые спроса на труд и предложения:
 W – ставка заработной платы; L – величина требующегося труда; D_L – кривая спроса на труд, S_L – кривая предложения труда

10.7. Компромисс между потреблением и досугом индивида

Кривая предложения труда отдельного индивида имеет иную конфигурацию при повышении ставок заработной платы (рис. 46).

До точки J кривая показывает увеличение предложения труда при росте заработной платы. После точки J она показывает уменьшение предложения труда при дальнейшем росте заработной платы. Таким образом, одна и та же причина увеличения заработной платы ведет и к росту, и к сокращению предложения труда.

Это объясняется следующим. До точки J работник стремится при росте заработной платы заместить свободное время дополнительной работой. Соответственно досуг замещается тем набором товаров и услуг, которые работник может приобрести на возрастающую заработную плату. Этот процесс получил название *эффекта замещения на рынке труда*.

Эффект дохода противостоит эффекту замещения и становится ощутимым при достижении работником определенного, достаточно высокого уровня материального благополучия. Когда проблемы с хлебом насущным решены, меняется и отношение к свободному времени. Оно перестает казаться вычетом из заработной платы, а предстает «полем» для наслаждения и радости, тем более что высокая заработная плата позволяет обогатить и разнообразить досуг. Поэтому логичным является возникновение желания купить не только больше товаров, но и иметь большее количество свободного времени. А сделать это можно, лишь сократив предложение труда, купив свободное время не за наличные деньги, а за те деньги, которые мог-

ли бы быть получены при отказе от досуга в пользу дополнительной работы. После прохождения кривой S_L точки J эффект дохода становится преобладающим, что выражается в сокращении предложения труда при росте заработной платы, а практически в стремлении к переводу работника на сокращенный рабочий день или неделю, к получению дополнительных выходных дней и отпусков.

Для каждого индивида компромисс между потреблением и досугом достигается при различных уровнях заработной платы.

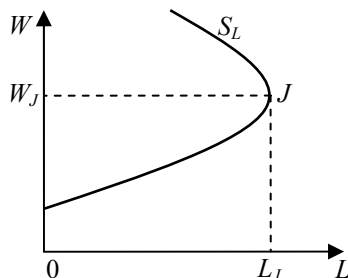


Рис. 46. Кривая индивидуального предложения труда

10.8. Равновесие на рынке труда

Объединив оба графика – кривой спроса и кривой предложения, получим точку пересечения E , в которой спрос на труд равен предложению труда, т.е. рынок труда находится в равновесном состоянии. Это означает, что все предприниматели, согласные платить заработную плату W_E находят на рынке необходимое количество труда, их спрос на труд удовлетворен полностью. В положении рыночного равновесия полностью трудоустроены и все работники, готовые предложить свои услуги при заработной плате W_E . Поэтому точка E определяет положение полной занятости. При любой другой величине заработной платы, отличной от W_E , равновесие на рынке труда нарушается. При совпадении спроса и предложения труда *заработная плата выступает как цена равновесия на рынке труда* (рис. 47).

В случае превышения ставкой заработной платы уровня равновесной, предложение на рынке труда превышает спрос. В этой ситуации происходит отклонение от положения полной занятости, рабочих мест хватает на всех желающих продать свой труд при высокой заработной плате. Возникает избыток предложения труда.

В случае снижения заработной платы по сравнению с равновесной спрос на рынке труда превышает предложение. В результате этого образуются незаполненные рабочие места вследствие нехватки работников, согласных на более низкую заработную плату.

Обе эти ситуации (безработица и наличие незанятых рабочих мест) не могут быть устойчивыми (долгосрочными), они корректируются рыночным механизмом в направлении восстановления положения полной занятости.

Таким образом, рынок труда развивается, как и любой рынок по законам спроса и предложения, равновесие на нем восстанавливается, а продолжительной безработицы не может быть.

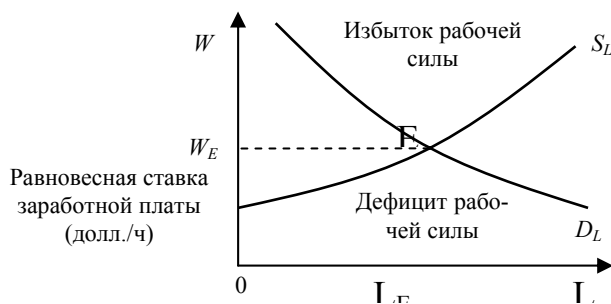


Рис. 47. Равновесие заработной платы и объема труда на конкурентном рынке

Наличие устойчивой безработицы свидетельствует лишь о том, что на рынке труда отсутствуют условия совершенной конкуренции: свободный перелив трудовых ресурсов на различных сегментах рынка труда, гибкая заработная плата, совершенная информация и т.д. На рынке труда присут-

ствуют так называемые *внеконкурентные факторы*, к которым следует отнести различные институты. Во-первых, к ним относится *государство*, активно регулирующее рынок труда, лишая заработную плату рыночной гибкости. Во-вторых, *профсоюзы*, оказывающие большое влияние на уровень заработной платы в направлении ее повышения по сравнению с равновесным уровнем. В-третьих, *крупные корпорации* тяготеют к установлению сравнительно стабильной во времени стандартной ставки заработной платы, отказываясь слишком часто пересматривать ее в зависимости от соотношения спроса и предложения на рынке труда.

Регулирование рынка труда предполагает воздействие как на спрос, так и на предложение труда. *Объектами регулирования* выступают заработная плата, продолжительность рабочей недели и отпусков, порядок найма и увольнения, различные виды социального обеспечения и др.

10.9. Занятость и безработица

Анализ рынка труда позволяет сформулировать понятие занятости и безработицы. *Занятость* отражает соответствие предложения труда и спроса на труд. *Занятость* – это участие в трудовой деятельности, включая учебу, службу в армии, ведение домашнего хозяйства, уход за детьми и престарелыми. Занятостью принято считать общественно-полезную деятельность граждан, приносящую им заработок. К занятым относятся работающие по найму, лица, обеспечивающие себя работой (предприниматели, фермеры), военнослужащие. Уровень занятости зависит от соотношения между количеством трудоспособного населения и рабочих мест, а также соответствия рабочих мест возможностям работников использовать их.

Полная занятость означает полное обеспечение трудоспособного населения рабочими местами. Частичная неполная занятость подразумевает возможность устроиться на работу на неполный рабочий день, на сезонный период. Неполная занятость служит источником безработицы.

Безработица может быть *добровольной*, существовать при наличии свободных рабочих мест, когда работника не устраивает уровень зарплаты, либо сам характер труда.

Безработица может быть и *вынужденной*. Она связана с установлением зарплаты выше точки рыночного равновесия, когда возникает разрыв между спросом на труд и его предложением.

Выделяют три формы безработицы:

1. *Фрикционная безработица* связана с региональными, профессиональными и возрастными перемещениями работников (переезд на новое место жительства, получение новой квалификации, учеба, уход за детьми и т.д.). По своему содержанию фрикционная безработица может быть отнесена к добровольной. В принципе она не устранима в демократическом государстве, где нет принудительного труда и режима прописки.

2. *Структурная безработица* тесно связана с особенностями развития отдельных регионов и отраслей, при этом избыток труда в одних секторах экономики или регионах может сопровождаться ее нехваткой в других; структурные кризисы и структурная перестройка экономики увеличивают масштабы этой формы безработицы.

3. *Циклическая безработица* определяется изменениями экономической конъюнктуры. Она снижается во время циклических подъемов и увеличивается в периоды кризисов.

Структурная и фрикционная безработица есть ее *естественный уровень*. Другими словами, сумма фрикционной и структурной безработицы равна естественной безработице. Естественная потому, что такие формы безработицы, как фрикционная и структурная не могут быть вообще устранены. Они естественны для рыночного хозяйства. Поэтому полная занятость – это отсутствие циклической безработицы, но наличие фрикционной и структурной, т.е. *естественной безработицы*.

Понятие естественного уровня безработицы очень важно для анализа проблем экономического роста и инфляции, так как существует определенная взаимосвязь между уровнем цен и уровнем безработицы. Стремление правительства понизить естественный уровень безработицы может привести к ускорению темпов инфляции. Главное здесь, – какими методами государство снижает естественный уровень безработицы.

Более высокий уровень безработицы складывается в таких сегментах рынка труда, как молодежь, женщины, национальные меньшинства. Пролеживается дискриминация по расовому признаку.

Безработица приводит к экономическим и социальным издержкам общества. К ним относятся:

- недоиспользование рабочей силы и недопроизводство ВВП;
- отставание реального ВВП от потенциального, который мог бы быть произведен при отсутствии безработицы;
- чем выше уровень безработицы, тем больше отставание;
- неравномерное распределение издержек безработицы среди различных групп: более высокий уровень безработицы у неквалифицированных рабочих, среди молодежи и женщин;
- потеря квалификации;
- утрата чувства самоуважения;
- упадок моральных устоев;
- распад семьи;
- общественные и политические беспорядки.

На рынке труда осуществляется обмен услуг труда на созданный в обществе продукт. Получаемый работниками *доход, выступает в форме заработной платы*, экономическое значение которой состоит в обеспечении условий жизнедеятельности человека.

Заработная плата сводится к двум основным формам: повременной и сдельной.

Изначальной формой заработной платы является *повременная*. Она может быть почасовой, понедельной и помесечной.

Превращенной формой повременной заработной платы является *сдельная форма заработной платы*. Ее начисление производится в зависимости от количества созданного продукта.

Существует множество систем заработной платы, сводимых как к одной из форм, так и сразу к обеим формам.

Работнику важно не только то, какую заработную плату в денежном выражении он получит, но и какое количество товаров и услуг он сможет на нее приобрести.

В связи с этим различают *номинальную и реальную заработную плату*. *Номинальная* – это заработная плата в денежном выражении, а *реальная* – это то количество товаров и услуг, которое может приобрести работник за свою номинальную зарплату после уплаты налогов и других отчислений.

10.10. Рынок капитала

Термин «Капитал» используется в двух основных значениях: *как мера всей собственности* (имущества) предприятия и как обозначение фактора производства. Рассмотрим данную категорию во втором значении.

Капитал – как фактор производства, выражает совокупность производственных ресурсов, созданных людьми для того, чтобы с их помощью осуществлять производство будущих экономических благ ради получения прибыли. В состав капитала входят: здания, сооружения, оборудование, инструменты, технологии и разработки, материалы, сырье, полуфабрикаты.

Различные элементы капитала в процессе производства участвуют по-разному. Одна составная часть капитала используется однократно и полностью потребляется в ходе каждого цикла производства. Другая часть функционирует в течение нескольких лет и постепенно потребляется на протяжении ряда производственных циклов. Первая часть капитала называется *оборотным*, а вторая – *основным капиталом*.

К оборотному капиталу относят сырье, материалы, топливо, энергию, полуфабрикаты и т.д.

Рынок оборотного капитала является типичным рынком ресурсов. В принципах его организации и в механизме установления на нем равновесия имеется много общего с рынком трудовых ресурсов. Максимизация прибыли на рынке оборотного капитала достигается в точке равенства предельного продукта в денежной форме и предельных издержек соответствующего материального ресурса. Другими словами, при оптимизации

предприятием спроса на оборотный капитал действует правило $MRP = MRC$.

Важной особенностью оборотного капитала является то, что его элементы трансформируются в денежные средства. Поэтому оборотный капитал называется *оборотными средствами*.

Создание любых ценностей предполагает использование *основного капитала*. Организация нового производства невозможно без капиталовложений в сооружения, здания, оборудования. Функционирование предприятия требует затрат на обновление и восстановление действующего основного капитала.

Поскольку основной капитал участвует в хозяйственной деятельности в течение нескольких лет, принципиальное значение в функционировании рынка основного капитала приобретает *фактор времени*.

10.11. Фактор времени и дисконтирование

Деятельность предприятия связана с необходимостью осуществления *капиталовложений* (инвестиций), под которыми понимаются затраты денежных средств в данное время в расчете получить определенный доход в будущем. Предприятию нужно сравнить предстоящие затраты с отдачей, которая будет получена от этих капиталовложений. Расходы осуществляются сегодня, а доходы они принесут лишь в будущем. Следовательно, для принятия инвестиционного решения надо *сопоставить текущую стоимость (сегодняшние затраты) с будущей стоимостью (потенциальные доходы)*, потому что одна и та же сумма денежных средств имеет большую ценность в данный момент времени по сравнению с будущим моментом.

Сопоставлять денежные суммы, получаемые в разное время, позволяет *метод дисконтирования*. Дисконтирование делает возможным сравнить денежные потоки, получаемые в разное время, путем приведения (пересчета) их к текущему периоду, т. е. сопоставить величину сегодняшних затрат и будущих доходов.

В общем виде формула расчета будущего дохода будет

$$FV = PV(1 + r)^t,$$

где FV – совокупный доход t – года; PV – текущая стоимость; r – процентная ставка; t – число лет.

Используя ее, можно также решить обратную задачу – определить текущую стоимость будущего дохода

$$PV = \frac{FV}{(1 + r)^t} = FV \cdot K_d,$$

где $K = \frac{1}{(1 + r)^t}$ – коэффициент дисконтирования.

Капитальные вложения осуществляются в форме *инвестиционного проекта*. Важным показателем при оценке эффективности инвестиционного проекта является *чистая дисконтированная* (приведенная) стоимость (NPV). Она представляет собой разницу между дисконтированной суммой ожидаемых доходов и инвестициями, т.е. $NPV = PV - I$. *Инвестирование* имеет смысл только тогда, когда $NPV \geq 0$. Положительное значение чистой дисконтированной стоимости ($NPV > 0$) открывает путь к установлению объема спроса предприятия на капитальные ресурсы. Поэтому объем спроса предприятия на инвестиции будет тем выше, чем большее число проектов будут удовлетворять критерию положительной чистой дисконтированной стоимости.

Поскольку, $NVP = (PV - I) = \left(FV \frac{1}{(1 + r)^t} - I \right)$, то величина NPV зависит

от трех основных факторов:

1. Объема предполагаемого дохода FV (прямая положительная связь).
2. Уровня ставки процента (обратная связь).
3. Величины стоимости необходимых капиталовложений (отрицательная зависимость – дорогостоящие проекты менее привлекательны).

Наиболее универсальным фактором, влияющим на деятельность всех предприятий, является второй – *ставка процента*. В то же время ставка процента одина для всей экономики. Именно потому инвестиционная активность связывается в первую очередь с уровнем процента в стране. При более высокой процентной ставке, размер инвестиций уменьшается. Снижение процента вызывает увеличение инвестиционных вложений.

Механизм влияния процента на инвестиционную активность состоит в следующем. Вне зависимости от того, какие средства использует предприятие при инвестировании – собственные или заемные, рыночная процентная ставка выступает в качестве издержек, которые придется нести при реализации инвестиционного проекта.

В случае если предприятием привлекаются средства со стороны, дело обстоит совсем просто. Процент, как плата за использование заемных средств, будет фигурировать *в виде внешних издержек* предприятия. Чем выше ставка процента, тем меньше найдется инвестиционных проектов, которые настолько доходны, что могут окупить издержки по выплате процента. Если же предприятием задействованы собственные средства, процентная ставка принимает форму внутренних издержек. В данном случае процент есть упущенная выгода от предоставления инвестиционных ресурсов другим участникам рынка, например, банку.

Если спрос на инвестиционный капитал предъявляется со стороны предприятий, то предложение заемных средств, необходимых для закупки капитальных ресурсов, формируется и предприятиями, и домашними хозяйствами. Часть своего дохода домашние хозяйства используют на текущее потребление, а предприятия – на текущие нужды. Другая же часть дохода сберегается для будущего потребления (домохозяйствами) или инвестирования (предприятиями). Именно эта часть дохода поступает на рынок в виде предложения инвестиционных ресурсов.

Любой субъект экономики стремится максимизировать свое благосостояние исходя из имеющихся возможностей. Относится это правило и к определению пропорции, в которой *доход делится на потребление и сбережение*. Решающим фактором для принятия решения в пользу сбережений выступает *величина процента*. Предложив свои сбережения по рыночной процентной ставке r через t лет можно получить за это вознаграждение в виде дохода, выросшего в $(1 + r)^t$ раз.

Взаимодействие спроса и предложения на рынке инвестиционных средств определяет равновесное значение объемов инвестирования и цен на инвестиционные ресурсы (*процентная ставка*).

Пересечение кривых совокупного спроса (AD) и совокупного предложения (AS) инвестиционных средств в точке A дает уровень рыночной процентной ставки (r_a), складывающийся не в рамках отдельной отрасли, как на большинстве рынков, а в рамках всего народного хозяйства в целом (рис. 48).

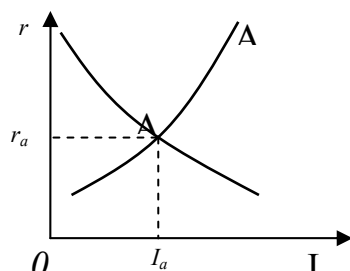


Рис. 48. Равновесие на рынке инвестиционных ресурсов

10.12. Рынок земли

Наряду с трудом и капиталом к числу факторов производства относится и земля. Необходимо отличать понятия «землевание» и «землепользование».

Землевание означает право собственности на землю. Землевание осуществляет собственник земли.

Землепользование – это пользование землей в установленном законом порядке. Пользователь земли не обязательно является ее собственником.

В реальной хозяйственной жизни субъектами землевание и землепользования являются разные физические или юридические лица.

Фактор «земля», как и фактор «капитал» (в отличие от фактора «труд») *отделимы от личности своего владельца*. Например, зачастую собственником земли является одно лицо, а ее использованием занимается другое. Собственник земли за определенную плату передает права на эксплуатацию земли арендатору, который производит сельскохозяйственную продукцию и из выручки от ее продажи расплачивается с землевладельцем. Данная плата за фактор производства «земля» называется *земельной рентой*.

Земельная рента представлена двумя основными видами: дифференциальной рентой и абсолютной рентой.

Земельные участки расположены в различных природно-климатических зонах: одни в благоприятных, другие в неблагоприятных, гораздо худших условиях. Отличаются земли и по местоположению: некоторые расположены вблизи крупных городов и транспортных артерий, другие лежат на отдаленных территориях.

Вместе с тем следует иметь в виду, что *земельный фонд страны ограничен*, т.е. как земли вообще, так и земельных участков определенного качества имеется определенное количество.

Хозяйства, работающие на лучших и средних землях или наиболее выгодно расположенные, обладают преимуществами по сравнению с хозяйствами на худших или отдаленных участках, поскольку их издержки ниже. Это дает возможность извлекать дополнительный доход, получившей название *дифференциальной ренты I*. Причиной ее образования являются преимущества в более низком, чем в среднем по стране, уровне издержек, которые имеет лучший по плодородию или по местоположению земельный участок (естественное плодородие земли).

Кроме естественного плодородия существует *экономическое плодородие земли*. Оно связано с последовательными дополнительными вложениями в нее капитала и отражает интенсивный путь развития сельскохозяйственного производства. Хозяйства, эффективно использующие капитальные вложения и ведущие интенсивное производство, получают *дифференциальную ренту II*.

Земли бывают лучшими и худшими по качеству. И если лучший участок будет давать экономическую прибыль, то худший участок обеспечит лишь безубыточное производство.

В других отраслях, как известно, при совершенной конкуренции такого не бывает. Наличие экономической прибыли притягивает в отрасль новых производителей. Этого не происходит в сельском хозяйстве. Ведь экономическая прибыль на лучших участках обусловлена природной причиной – более высоким качеством земли.

Однако в рыночной экономике не существует *бесхозной земли*. Ни один, даже самый плохой участок земли не будет отдан его хозяином в аренду бесплатно. Даже на худших землях арендаторское хозяйство покрывает свои издержки и получает доход, достаточный для расчетов по арендной плате, внесения налоговых платежей в бюджет, расширения производства и получения нормальной прибыли.

Эта проблема решается с помощью *абсолютной ренты*, получаемой собственниками со всех участков земли, в том числе и с худших. Абсолютная рента является следствием абсолютно неэластичного предложения земли в условиях существования на нее частной собственности.

С одной стороны, частная собственность на землю исключает свободную миграцию капитала в сельское хозяйство. С другой стороны, величина пригодных для сельскохозяйственного использования земельных угодий ограничена.

В этих условиях землевладельцы запрашивают арендную плату за любые земельные участки, а арендаторы устанавливают завышенные цены на сельскохозяйственную продукцию, чтобы иметь возможность заплатить эту арендную плату.

Абсолютная рента – это своеобразный налог, которым землевладельцы при посредстве арендаторов облагают все общество, пользуясь тем, что земля как фактор производства совсем немобильна. Не будь абсолютной ренты, уровень издержек каждого сельскохозяйственного предприятия был бы ниже, а значит, тот же объем предложения сельскохозяйственной продукции существовал бы при более низком уровне цен на них.

Но было бы неверно рассматривать абсолютную ренту как негативное явление. Поскольку для арендатора она является издержками, он склонен

максимально эффективно использовать каждый участок земли. Напротив, отсутствие абсолютной ренты порождает бесхозяйственность. Абсолютная земельная рента представляет собой экономический механизм, обеспечивающий рачительное отношение к земле.

Распределение земельной ренты между субъектами сельскохозяйственного производства зависит от типа ренты. *Дифференциальная рента I в полном объеме принадлежит землевладельцу*, поскольку он устанавливает арендную плату на уровне, учитывающем качество участков.

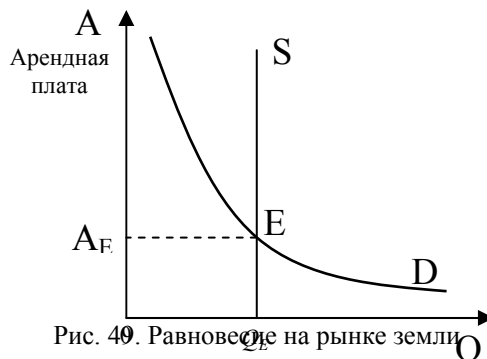


Рис. 49. Равновесие на рынке земли

Дифференциальная рента II является результатом усилий арендатора и полностью присваивается им.

Абсолютная рента присваивается землевладельцем в форме арендной платы за обладание абсолютно ограниченным ресурсом.

Арендная плата – это вознаграждение за пользование землей вместе с находящимися на ней постройками, оборудованием, инвентарем. Плата за эти компоненты рассматривается как процент: ведь передается в пользование фактор «капитал», а не земля.

Арендная плата выступает как рыночная цена передачи права пользования землей и оказывает решающее воздействие на объемы спроса и предложения на землю.

Предложение участков землевладельцами и спрос на них арендаторов приведен на рис. 49.

На земельном рынке не только осуществляются арендные операции, но и происходит купля-продажа земли в собственность. *Цена земельного участка* определяется двумя факторами. Во-первых, *цена земли* прямо пропорциональна приносимой ею арендной плате. Во-вторых, *цена земли* обратно пропорциональна норме ссудного процента. Использование ставки ссудного процента необходимо потому, что покупается право на получение регулярного дохода в течение очень продолжительного периода времени. Владелец определенной суммы денег может положить ее в банк и получать доход в виде процента. Но он может потратить эти деньги и на покупку земельного участка. Следовательно, *цена земли – это дисконтированная стоимость*. Она рассчитывается по аналогии с приобретением физического капитала, приносящего доход, по формуле для определения сегодняшней стоимости будущих доходов

$$PV = \frac{FV}{(1+r)^t}$$

Поскольку t приближается к бесконечности, то коэффициент дисконтирования $\frac{1}{(1+r)^t}$ становится меньше и меньше с ростом t . Таким образом, цена земли как дисконтированная стоимость определяется по формуле

$$PV = \frac{R}{r},$$

где R – ежегодный размер земельной ренты; r – рыночная ставка банковского процента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вечканов, Г.С. Микроэкономика / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. – СПб. : Питер, 2000.
2. Гальперин, В.М. Микроэкономика : учебник : в 2 т. / В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов. – СПб. : СПбГУЭФ, 1994, 1998, 2004.
3. Долан, Э. Рынок: микроэкономическая модель / пер. с англ. / Э. Долан, Д. Линдсей. – СПб. : Автокомп, 1992
4. Корнейчук, Б.В. Микроэкономика. Тесты и задачи / Б.В. Корнейчук, Л.Г. Симкина. – СПб. : Питер, 2002.
5. Курс экономической теории : учебное пособие / под ред. А.В. Сидоровича. – М. : МГУ; Дис, 1997.
6. Курс экономической теории : учебное пособие / под ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой. – Киров : АСА, 2002.
7. Молибог, Т.А. Микроэкономика : учебно-практическое пособие / Т.А. Молибог, Ю.И. Молибог. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2001.
8. Пиндайк, Р. Микроэкономика : пер. с англ. / Р. Пиндайк, Д. Рубинфельд. – М. – СПб. : Питер, 2002.
9. Хайман, Д. Современная микроэкономика: анализ и применение : в 2 т. : пер. с англ. / Д. Хайман. – М. : Финансы и статистика, 1992.
10. Экономика : учебник / под ред. А.С. Булатова. – М. : Юристъ, 2002.
11. Экономика: учебник / под ред. А.И. Архипова и др. – М. : Проспект, 1998.
12. Экономика : учебник / под ред. Е.Н. Лобачева. – М. : Экзамен, 2004.
13. Экономическая теория : учебник / под ред. А.Г. Грязновой, Т.В. Чечелевой. – М. : Экзамен, 2003.
14. Экономическая теория. Микроэкономика : учебник / под ред. Г.П. Журавлевой. – М. : Торговая корпорация «Дашков и К°», 2006.
15. Экономическая теория : учебник для вузов / под ред. В.Д. Камаева. – М. : Владос, 1998.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
.....	
I. ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОНЯТИЯ	4
.....	
Тема 1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ КАК НАУКА	4
.....	
1.1. Предмет экономической теории	4
.....	
1.2. Функции и методы экономической теории	6
.....	
1.3. Соотношение наименований экономической науки	7
.....	
1.4. Микроэкономика и макроэкономика	8
.....	
1.5. Позитивная и нормативная экономическая теория	9
.....	
1.6. Экономическая теория и система экономических наук	9

.....	
1.7. Экономические законы и их использование	10
.....	
1.8. Экономическая стратегия и экономическая политика	11
.....	
Тема 2. ОБЩИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	12
.....	
2.1. Экономические блага и их классификация	12
.....	
2.2. Потребности	14
.....	
2.3. Факторы производства	15
.....	
2.4. Знания и информация как экономические ресурсы	16
.....	
2.5. Производство	17
.....	
2.6. Экономические ограничения: граница производственных возможностей	18
.....	
2.7. Альтернативная стоимость или издержки упущенных возможностей	19
.....	
2.8. Экономический выбор	20
.....	
2.9. Основные экономические проблемы, стоящие перед обществом	21
Тема 3. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ОБЩЕСТВА	22
.....	
3.1. Экономические отношения и экономическая система	22
.....	
3.2. Собственность как основа экономической системы	24
.....	
3.3. Права собственности	26
.....	
3.4. Формы собственности	27
.....	
3.5. Формы хозяйствования	29
.....	
3.6. Экономические интересы, цели и средства их достижения	30
.....	
3.7. Координация выбора в различных экономических системах	31
.....	
3.8. Транзакционные издержки	32
.....	
Тема 4. ОСНОВЫ РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА	33
.....	
4.1. Эволюция обмена	33
.....	
4.2. Становление рыночного хозяйства	35
.....	
4.3. Рынок и условия его возникновения	37
.....	
4.4. Экономические агенты	39

.....	
4.5. Функции и структура рынка	40
.....	
4.6. Инфраструктура рынка	42
.....	
4.7. Кругооборот благ и доходов. Потоки и запасы	43
.....	
4.8. Товар и его свойства. Закон стоимости	44
.....	
4.9. Теории стоимости	46
.....	
4.10. Основные элементы рыночного механизма	48
.....	
4.11. Типы рыночных структур	49
.....	
4.12. Рынок совершенной конкуренции и механизм его функционирования	50
.....	
4.13. Преимущества и недостатки рыночной организации	51
.....	
4.14. Экономическая эффективность и социальная справедливость	53
.....	
4.15. Внешние эффекты (экстерналии)	53
.....	
4.16. Роль и место государства в рыночной экономике	55
.....	
4.17. Функции и методы государства в рыночной экономике	56
.....	
II. МИКРОЭКОНОМИКА	58
.....	
Тема 5. ТЕОРИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	58
.....	
5.1. Спрос и факторы, влияющие на него	58
.....	
5.2. Предложение и факторы, влияющие на него	59
.....	
5.3. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие ...	61
5.4. Мгновенный, краткосрочный и долгосрочный периоды равновесия	62
.....	
5.5. Эластичность спроса	64
.....	
5.6. Эластичность предложения	68
.....	
Тема 6. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ	69
.....	
6.1. Теория предельной полезности	69
.....	
6.2. Закон убывающей предельной полезности	71
.....	
6.3. Эффект дохода и эффект замещения	72
.....	
6.4. Кривые безразличия. Бюджетная линия	73

.....	
6.5. Излишек потребителя	77
.....	
Тема 7. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ (ПРЕДПРИЯТИЯ)	78
7.1. Издержки: внешние и внутренние	78
.....	
7.2. Виды издержек: постоянные, переменные, общие, средние и предельные	79
.....	
7.3. Закон убывающей отдачи	81
.....	
7.4. Правило равенства предельного дохода и предельных издержек ...	82
7.5. Поведение предприятия в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде	82
.....	
7.6. Излишек производителя	85
.....	
7.7. Издержки в долгосрочном периоде	87
.....	
7.8. Эффект масштаба производства. Отдача от фактора производства	88
.....	
7.9. Поведение предприятия в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде	89
.....	
Тема 8. МЕХАНИЗМ РЫНКА НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ	90
8.1. Монополия. Поведение монополии в краткосрочном периоде	90
8.2. Поведение монополии в долгосрочном периоде	93
.....	
8.3. Ценовая дискриминация	94
.....	
8.4. Естественные монополии	95
.....	
8.5. Поведение предприятия в условиях монополистической конкуренции в краткосрочном периоде	96
.....	
8.6. Поведение предприятия в условиях монополистической конкуренции в долгосрочном периоде	97
.....	
8.7. Олигополия	98
.....	
8.8. Барьеры входа и выхода (в отрасли)	101
.....	
8.9. Сравнительная эффективность рыночных структур	102
.....	
Тема 9. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. ПРЕДПРИЯТИЕ И ЕГО ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ	103
9.1. Предпринимательство и его признаки	103
.....	
9.2. Предпринимательство как экономический ресурс	105

.....	
9.3. Общая характеристика предприятия	106
.....	
9.4. Внутренняя и внешняя среда предприятия	107
.....	
9.5. Структура бизнеса	107
.....	
9.6. Предприятие: цели, масштабы и эффективность деятельности	110
.....	
9.7. Конкурентоспособность предприятия	113
.....	
9.8. Организационно-правовые формы предприятия	114
.....	
9.9. Диверсификация, концентрация и централизация производства	117
.....	
Тема 10. РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА	118
.....	
10.1. Производственная функция	118
.....	
10.2. Теория предельной производительности фактора производства	120
.....	
10.3. Спрос на факторы производства	122
.....	
10.4. Равновесие предприятия, предъявляющего спрос на один переменный фактор	123
.....	
10.5. Оптимальные пропорции использования факторов производства	125
.....	
10.6. Рынок труда и заработная плата	126
.....	
10.7. Компромисс между потреблением и досугом индивида	127
.....	
10.8. Равновесие на рынке труда	128
.....	
10.9. Занятость и безработица	129
.....	
10.10. Рынок капитала	131
.....	
10.11. Фактор времени и дисконтирование	132
.....	
10.12. Рынок земли	135
.....	
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	139
.....	