

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

МИКРОЭКОНОМИКА

Учебное пособие

Новосибирск 2019

УДК 330.1.541 (075)

ББК 65.012.3

М 168

Авторы-составители:

д-р экон. наук, проф. (ГАГУ) *А. В. Глотко*

канд. экон. наук, доц. (ГАГУ) *Р. Т. Адарина*

доц. (ГАГУ) *О. Н. Третьякова*

канд. экон. наук (НГАУ) *Е. В. Шаравина*

канд. экон. наук (НГАУ) *И. Г. Кузнецова*

канд. экон. наук (НГАУ) *С. В. Рюмкин*

канд. экон. наук (ИрГАУ им. А. А. Ежевского) *И. Н. Рюмкина*

канд. экон. наук, доц. (НГАУ) *С. М. Перепечин*

Рецензент доц. каф. менеджмента НГАУ, д-р экон. наук, доц.

С. Г. Чернова

Микроэкономика: учебное пособие / Новосиб: гос. агр. ун-т, Горно-Алтайский гос. ун-т / авт.-сост: А. В. Глотко, Р. Т. Адарина, О. Н. Третьякова [и др.]; под общ. ред. А. В. Глотко. – Новосибирск: ИЦ НГАУ «Золотой колос», 2019. – 156 с.

Данное пособие содержит теоретический материал курса «Микроэкономика», а также вопросы для обсуждения по изучаемым темам дисциплины.

Учебное пособие предназначено для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 – Экономика и 38.03.02 – Менеджмент.

Утверждено и рекомендовано к изданию учебно-методическим советом факультета экономики и управления (протокол № 2 от 29 марта 2019 г.).

© Новосибирский государственный
аграрный университет, 2019

© Горно-Алтайский
государственный университет, 2019

ВВЕДЕНИЕ

Цель дисциплины «Микроэкономика» – формирование у студентов научного экономического мировоззрения, умения анализировать и прогнозировать экономические ситуации на разных уровнях поведения хозяйствующих субъектов в условиях рыночной экономики.

Исходя из цели, в процессе изучения дисциплины решаются следующие задачи: создание оптимизационных моделей поведения экономических субъектов; оценивание полученной информации для принятия обоснованных решений; приобретение практических навыков для предвидения и прогнозирования практических результатов.

В результате обучающийся должен знать основные понятия и категории, закономерности функционирования современной экономики на микроуровне, основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; уметь анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микроуровне, выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий, строить стандартные теоретические модели и на основе их прогнозировать поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений на микроуровне; владеть методологией микроэкономического исследования. В учебном пособии изложены теоретические вопросы, которые полезны для проверки понимания студентами базовых взаимосвязей и концепций в курсе микроэкономики.

Имеющаяся в учебном пособии информация отражает обязательный минимум содержания программы по направлениям подготовки 38.03.01 – Экономика и 38.03.02 – Менеджмент.

1. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ТЕОРИЮ

1.1. История развития экономической науки

Экономическая теория имеет свою историю развития, связанную с историей развития общества. Сначала экономическая мысль не выделялась в виде отдельной формы мышления, и представляется трудным выделить ее абсолютно начальные результаты. Истоками можно считать папирусы Древнего Египта, законы царя Хамурапи, весьма поучительные экономические заповеди содержатся в Библии. Еще древние ученые пытались ответить на вопросы: почему товары обмениваются друг на друга в определенных пропорциях? что лежит в основе формирования цен? Древнегреческие ученые Ксенофонт, Платон и Аристотель ввели понятие «экономия» – наука о ведении домашнего хозяйства, где содержание рассуждений сводилось к тому, как наилучшим образом эксплуатировать рабов, обеспечивая за счет этого приращение богатства. Вместе с тем книги древнегреческих философов содержат немало интересных сведений, гипотез и догадок о разделении труда в хозяйстве и обществе, правилах обмена товарами, роли и сущности денег.

В 1615 г. французский ученый Антуан де Монкретьен в «Трактате политической экономии» ввел в научный обиход термин «политическая экономия». Под политической экономией он понимал науку, изучающую правила хозяйственной деятельности. В своем трактате Монкретьен изложил свои соображения королю Людовику XIII о том, как собирать налоги и таможенные пошлины, способствовать развитию ремесел, мануфактур и торговли, строить государственный бюджет, что будет, по его мнению, способствовать росту государственного богатства.

Возможность научного анализа экономических процессов возникла при разложении феодализма и зарождении ка-

питализма. Теоретическим отражением этого процесса стал меркантилизм.

Меркантилизм. Возникновение первой экономической теории в XVI–XVII вв. связано с развитием товарно-денежных отношений, которые не поддавались традиционному эмпирическому объяснению. Наиболее видными представителями этой экономической школы являлись англичанин Томас Ман и французский ученый Жан Батист Кольбер. Меркантилисты видели источник богатства общества в развитии внешней торговли, самыми ценными людьми в государстве, по их мнению, были купцы. Меркантилисты выступали в целом за развитие промышленности, но ценили ее как источник товаров для экспорта, средство зарабатывания золота на мировом рынке. Они требовали установления жестких правил хозяйственной жизни: ограничения ввоза зарубежных товаров и вывоза драгоценных металлов. Эти меры были связаны с неразвитостью капиталистических отношений, с преобладанием в экономике торгового, а не промышленного капитала.

Весьма важным этапом формирования классической политической экономии во Франции XVII–XVIII вв. стали работы Пьера Лепезана де Буагильбера, пытавшегося определить причины экономического роста общества. Он отмечал, что важнейшим условием прогресса являются нормальные цены, покрывающие издержки производства, позволяющие получить прибыль, поддерживающие процесс реализации и потребительский спрос. Подобные цены, по Буагильберу, складываются в условиях свободной конкуренции.

Знаменитый шотландец Джон Ло, живший во второй половине XVII – первой половине XVIII в., основным критерием экономического благополучия считал большое количество денег в стране. Джон Ло ясно видел, что не сами деньги составляют настоящее богатство, а реальные

товары. Он считал, что большое количество денег дает возможность открытия новых предприятий, наилучшего использования предпринимательского дара, рабочей силы и других факторов, создающих экономическое процветание. Ло принадлежит идея централизации и ассоциации капиталов.

Физиократы. Значительный вклад в экономическую теорию внесли представители французской экономической школы XVIII в. Они перенесли центр экономических исследований с поисков эффективных форм вмешательства государства в экономику на установление объективных законов производства и потребления. Недостатком теории физиократов было то, что они видели источник богатства общества в развитии земледелия (основной отрасли экономики в то время) и считали, что экономика развивается по естественным природным законам. По мнению физиократов, королевская власть должна была провести реформу для освобождения крестьян от многочисленных пут и налогов. Основатель школы Франсуа Кенэ (1694–1774) писал, что все в этом мире подчинено законам природы, а люди одарены достаточным разумом, чтобы их постигнуть и соблюдать. Кенэ впервые использовал термин «воспроизводство». Ему принадлежит создание «Экономической таблицы». В этой таблице автор проводит идею процесса воспроизводства и реализации как непрерывного процесса при условии существования определенных экономических пропорций в рамках сформулированной им классовой стратификации общества (производительным, собственников и бесплодным классами). Идеи Кенэ в XX в. стали одной из теоретических основ формирования межотраслевых балансов (балансов «затраты – выпуск»), позволяющих проанализировать производство и распределение совокупного общественного продукта.

Французский экономист Анн Тюрго сформулировал понимание физиократами производства чистого продукта как результата особой производительности труда, занятого в земледелии. В форме тезисов он раскрывает проблемы цен, стоимости, их трактовка позволяет сделать вывод о создании основ будущей теории полезности.

Классическая политическая экономия. В середине XVII в. англичанин Уильям Петти впервые связал стоимость товаров с количеством труда, содержащегося в них. В отличие от меркантилистов У. Петти увидел источник богатства не в сфере торговли, а в сфере производства и обосновал положение о трудовом происхождении всех благ. Английский экономист Адам Смит (1723–1790) развил идеи У. Петти и заложил основы теории трудовой стоимости. В 1776 г. вышла работа А. Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», которая стала настольной книгой экономистов. Политическую экономию А. Смит определял как науку, ставящую перед собой две задачи:

1) обеспечить народу обильный доход или средства существования и возможность добывать себе их;

2) доставлять государству доход, достаточный для удовлетворения общественных потребностей.

Смит считал, что экономика будет функционировать наилучшим образом, если исключить любые формы государственного вмешательства (либеральный подход). Основва учения Смита – принцип свободной конкуренции, только при свободном передвижении капитала, товаров, денег и людей ресурсы общества могут использоваться оптимально. Политика естественной свободы была обоснована в его теории и включала следующие элементы:

- свободное движение рабочей силы;
- свободная торговля землей;
- отмена правительственной регламентации функционирования промышленности и внутренней торговли;
- свобода внешней торговли.

Смит раскрыл роль рынка как сложной системы организации общественного хозяйства и определил, что отдельный человек, преследуя собственные интересы, неосознанно зачастую служит интересам общества более действенным образом, чем когда стремится делать это сознательно. Действиями индивидуума управляет «невидимая рука» – стихийное воздействие объективных экономических законов. «Невидимая рука» может действовать только в условиях совершенной конкуренции, заставляя предпринимателей искать пути понижения издержек производства, а это достижимо с помощью совершенствования техники и технологии, организации производства, поиска дешевого сырья и т.д. Это приведет к росту общественного богатства. Идеи Смита были популярны в эпоху становления и развития капитализма в Европе, ибо отрицали феодальные оковы и произвол монархов, давали простор развитию производительных сил общества.

Другой английский экономист Давид Рикардо считал главной задачей политической экономии выявление законов, которые управляют распределением доходов. В своей работе «Начала политической экономии и налогообложения» Д. Рикардо рассматривает понятия меры стоимости и меновой стоимости, разделяет понятия богатства и стоимости. Он считал сферу производства источником стоимости и доходов и в своей концепции распределения показал динамизм экономической жизни. Капитализм является абсолютно рациональной системой производства, а норма прибыли – стимулом капиталистической динамики.

Швейцарский экономист XIX в. Жан Шарль Леонар Симонд де Сисмонди выступил с критикой экономического механизма капиталистического общества. Он считал, что политическая экономия призвана быть наукой

совершенствования социального механизма ради счастья человека.

Социалисты-утописты (Сен-Симон, Фурье, Оуэн) критиковали капитализм, считая его преходящим. Они исходили из необходимости исчезновения частной собственности, ликвидации противоположности между умственным и физическим трудом, установления справедливой социальной системы путем распространения идей социальной справедливости.

Из классической политической экономии сформировались два противоположных направления в экономике: политэкономия труда (К. Маркс), приняв трудовую теорию стоимости, и экономикс, взяв на вооружение принцип «невидимой руки».

Марксистская экономическая теория. Развитие капитализма привело к обострению противоречий между различными классами. Карл Маркс и Фридрих Энгельс на основе классового подхода к анализу развития капиталистического хозяйства впервые применили метод материалистической диалектики, раскрыли законы развития капитализма. Теория трудовой стоимости была развита в марксову теорию стоимости товара, ставшую основой для разработки теории прибавочной стоимости и эксплуатации наемных работников. Маркс ввел представление о двойственном характере труда, являющимся одновременно абстрактным и конкретным. Абстрактным трудом создается стоимость товаров, которая делает их однородными и соизмеримыми, а конкретным трудом – материально-вещественная форма товара, которую он назвал потребительской стоимостью. Двойственный характер труда позволил Марксу доказать, что рабочая сила тоже имеет стоимость (сумма жизненных благ, необходимых для поддержания существования работника и его семьи) и потребительскую стоимость (способ-

ность работника производительно трудиться). Капиталист, по Марксу, покупает рабочую силу пролетария, заставляя его трудиться на производстве гораздо больше времени, чем требуется для возмещения стоимости его рабочей силы. Результат добавочного рабочего времени капиталист присваивает себе (учение о прибавочной стоимости).

Маркс считал, что развитие капитализма ведет к концентрации производства и капитала в руках малочисленной верхушки общества на фоне обнищания большинства, снижению потребности в живом труде за счет развития машинного производства и увеличению безработицы, снижению нормы прибыли на применяемый капитал, так как новая стоимость создается только живым трудом. Все это приведет к революционному переходу к социализму.

Западная экономическая теория (экономикс) представляет собой совокупность различных течений и школ, отражающих многообразие экономической действительности, ее противоречивость и изменчивость.

Маржинализм. В начале 70-х гг. XIX в. почти одновременно Уильямом Стенли Джевонсом, Карлом Менгером и Мари-Эспри Леоном Вальрасом были сделаны независимые открытия новой теории, основанной на так называемых предельных отношениях, таких как предельная полезность и предельная производительность. В теории трудовой стоимости ценность товара измеряется величиной затраченных ресурсов. В теории предельной полезности экономический анализ ценности продукта проводится с позиции психологии отдельного человека, участвующего в экономических процессах. Маржиналистские теории и теория общего равновесия Вальраса создали новое – неоклассическое направление, которое в настоящее время является одним из основных в экономической теории. Последователи этой школы рассматривали рыночную экономику как систему, способ-

ную достигать равновесия на основе спроса и предложения. Составляющими рыночной системы они считали рациональных субъектов, непрерывно стремившихся к экономическому успеху. На рынке производительных услуг продавцами являются собственники факторов производства, а покупателями – производители потребительских товаров. На рынке предметов потребления они меняются местами.

Сегодня экономисты различают пять основных направлений развития экономической мысли: неоклассическое или маржиналистское, кейнсианское, монетаризм, институционально-социологическое.

Неоклассическое направление в экономической теории. Данное направление стало господствующим в экономической теории со второй половины XIX в. Идеи экономистов неоклассического направления основываются на работах маржиналистов. В классической школе не рассматривалось положение об ограниченности факторов производства, кроме земли. С 70-х гг. XIX в. стало утверждаться новое положение о том, что количество всех факторов производства в экономической системе задано извне (природными условиями, численностью населения). Поэтому возникает проблема оптимального (наилучшего) распределения имеющихся ресурсов между конкурирующими направлениями их использования. Оптимальность в распределении здесь оценивается с точки зрения наиболее полного удовлетворения потребностей людей. Экономическая теория стала наукой, исследующей взаимосвязи между заданными целями (удовлетворение потребностей) и заданными ограниченными ресурсами, имеющими альтернативные направления использования.

Основными идеями неоклассической теории являются идеи об общей равновесной экономической среде, основными элементами которой являются труд, товары, деньги,

рынок товаров и услуг и рынок факторов. Основополагающими принципами этой системы являются принцип свободной конкуренции и принцип невмешательства государства. Альфред Маршалл (1842–1924) известен как автор «теории рыночного ценообразования». Равновесная цена, по Маршаллу, – максимальная цена, которую готов уплатить покупатель, исходя из полезности товара, и минимальная цена, по которой производитель согласен продать товар, исходя из уровня издержек.

Кейнсианство. Великая депрессия 30-х гг. XX в. потрясла не только экономику многих развитых капиталистических стран, но и изменила взгляды многих экономистов на роль государства в капиталистической экономике. Англичанин Джон Мейнард Кейнс (1883–1946) научно обосновал концепцию регулируемого капитализма. В 1936 г. он опубликовал знаменитую работу «Общая теория занятости, процента и денег», основав тем самым новое направление в экономической теории. Кейнс разработал макроэкономический анализ национального дохода, инвестиций и потребления. Он определил, что для обеспечения успешного функционирования экономики требуется формировать эффективный спрос, как потребительский, так и инвестиционный. Через регулирование занятости, обеспечение доступности кредита, оказание помощи предпринимателям и антиинфляционную политику государство может сделать бизнес прогнозируемым, а общество социально стабильным.

Институционально-социологическое направление. Представители этого направления предметом своего исследования считают институты, под которыми понимают государство, профсоюзы, корпорации и семью. Основоположником направления является американский социолог на рубеже XX в. Т. Веблен. В качестве главной проблемы

выдвигается эволюция общества. Поэтому институционалисты полагают, что государство должно осуществлять социальный контроль за экономикой. В экономической системе необходимо развивать государственный сектор и комплексное государственное регулирование.

Торстейн Веблен (1856–1929) считал предметом экономики человеческую деятельность, носящую сложный, иногда иррациональный характер. Основой экономики являются крупные предприятия, проводящие определенную рыночную стратегию (ценовая политика, формирование спроса и пр.). Поэтому покупатель подвергается различным видам общественного и психологического воздействия, принимая решения, выгодные монополистам. Джон Коммонс (1862–1945) сосредоточил внимание на юридических институтах, обеспечивающих функционирование экономических отношений («Правовые основы капитализма», 1924 г.). Уэсли Митчелл (1874–1948) в книге «Циклы деловой активности» на основе статических моделей стремился объяснить взлеты и падения деловой активности общими тенденциями в развитии экономики. Предлагал усилить общественный контроль за экономикой: ввести государственное страхование от безработицы, систему рекомендательного планирования экономики. Джон Гэлбрейт в книге «Новое индустриальное общество» (1967 г.) отстаивал идею возникновения постиндустриального общества, в котором сочетаются элементы рыночного и планового хозяйства. К рыночному сектору Гэлбрейт относит мелкие и средние предприятия, зависимые от крупных господствующих корпораций (планирующий сектор). Путь дальнейшего развития – в гармоничном сочетании этих систем и подчинении их общественным интересам. Дж. Гэлбрейт участвовал в разработке предвыборной программы президента США Дж. Кеннеди, а затем стал его советником.

Монетаризм. В 70-х гг. XX в. постоянным явлением в рыночной экономике стала инфляция. Это привело к возрождению неоклассической экономической теории в форме монетаризма. Теория монетаризма, разработанная американским экономистом Милтоном Фридманом, решающим фактором в развитии экономики признает деньги. В противовес к кейнсианской теории монетаристы считают, что значительное государственное вмешательство в кредитно-денежное регулирование может нарушить нормальное функционирование рыночного механизма. Поэтому вмешательство государства в экономику должно ограничиваться минимальными функциями. Два главных принципа монетаризма:

1. «Деньги имеют значение» – изменение в кредитно-денежной сфере воздействует на общую хозяйственную ситуацию в стране.

2. Центробанк обязан поддерживать устойчивость прироста денежной массы вне зависимости от изменения хозяйственной ситуации.

1.2. Фундаментальные проблемы экономики и предмет и функции экономической теории

Экономическая теория изучает деятельность людей в процессе производства, распределения, обмена и потребления экономических благ в условиях альтернативности целей и возможностей использования редких ресурсов. В круг ее интересов входит и поиск путей наиболее эффективного использования редких ресурсов, т. е., такого их применения, при котором будут получены максимальные желаемые результаты при минимальных затратах.

С точки зрения масштабов изучаемого объекта различают два уровня экономического анализа, которым соответствуют два раздела экономической теории – микроэкономика и макроэкономика.

Микроэкономика – составная часть экономической теории, изучающая экономические взаимоотношения между людьми и определяющая общие закономерности их хозяйственной деятельности. Это наука о принятии решений, изучающая поведение отдельных экономических субъектов. Ее основными проблемами являются: цены и объемы выпуска и потребления конкретных благ; состояние отдельных рынков; распределение ресурсов между альтернативными целями.

Основы микроэкономики создавались австрийской школой, основными представителями которой были К. Менгер, Ф. Визер, Э. Бём-Баверк. Значительный вклад в развитие микроэкономики внесли английские экономисты А. Маршалл, А. Пигу, Дж. Хикс, американский экономист Дж. Б. Кларк, итальянский экономист В. Парето, швейцарский экономист Л. Вальрас и др.

Непосредственным предметом микроэкономики являются: экономические отношения, связанные с эффективным использованием ограниченных ресурсов; принятие решений отдельными субъектами в условиях экономического выбора.

В микроэкономике особое значение имеет изучение следующих вопросов:

- экономическое поведение людей, которое закрепляется в адекватных институтах и общественных структурах. В качестве ключевых институтов выступают рынок, собственность и государство;
- принятие экономическими субъектами решений и реализация ими соответствующих экономических действий;
- проблема выбора одного из альтернативных вариантов; она ставит вопрос о редкости благ и их ограниченности.

Объектом микроэкономики является отдельный хозяйствующий субъект – потребитель или фирма.

Предметом микроэкономики выступает комплекс проблем, который включает в себя ответы на следующие вопросы:

1. Что производить (какие товары и услуги и в каком количестве)?

2. Как производить (с помощью каких ресурсов и технологий)?

3. Для кого производить (какие целевые группы потребителей товаров)?

Как и любая другая наука, экономическая теория вообще и микроэкономика в частности используют определенные методы для нахождения законов и исследуемых закономерностей. Основными методами являются: экономико-математическое моделирование; метод научной абстракции; метод анализа и синтеза; позитивный и нормативный анализ; функциональный анализ; статический и динамический анализ.

Основными вопросами экономической теории являются следующие:

1. Какие товары следует производить?

2. Как их следует производить?

3. Кто и какую работу должен выполнять?

4. Для кого предназначены результаты этой работы?

Первый вопрос: какие товары следует производить? Эта проблема возникает вследствие ограниченности ресурсов и безграничности потребностей. Какие потребности следует удовлетворить в первую очередь? Какие – во вторую? Этот вопрос возникает, потому что из имеющихся ресурсов можно производить различные виды продуктов. На него можно ответить при помощи границы производственных возможностей, которая показывает, что и в каком количестве можно производить, обладая определенным количеством ресурсов. Кроме этого, на этот вопрос можно ответить, исследуя потребительские предпочтения.

Второй вопрос: как следует производить товары? Почти для любого товара или услуги существует несколько способов производства. Поэтому при ответе на вопрос «как производить» экономисты используют понятие технологии. С точки зрения экономической теории, технология – это различные способы сочетания факторов производства для выпуска какого-либо продукта.

Новые способы использования ресурсов включают в себя новые технологии, новые формы организации труда, новые пути удовлетворения потребностей в результате развития предпринимательства.

Третий вопрос: кто и какую работу должен выполнять?

Этот вопрос связан с общественным разделением труда, которое в свою очередь обуславливает кооперацию труда.

Разделением труда называется специализация людей на выполнении какой-либо одной операции или на изготовлении одного продукта труда. Развитие производительных сил вызвало необходимость в общественном разделении труда внутри общества и внутри предприятия. Разделение труда внутри общества представляет собой систему отраслей промышленности, строительства, сельского хозяйства, транспорта. Разделение труда внутри предприятия идет по цехам, рабочим местам, между рабочими и инженерно-техническими работниками, управляющим звеном.

Под кооперацией труда понимается такая деятельность людей, когда в одних и тех же или связанных между собой процессах труда участвует много людей. Существует прямая связь между уровнем специализации и кооперации. Чем более специализировано производство, тем выше степень кооперации труда. Кооперация труда характеризуется тремя факторами. Это совместная работа, обучение в процессе деятельности, выявление и применение сравнительного преимущества.

Под сравнительным преимуществом понимается способность выполнять работу с относительно меньшей альтернативной стоимостью.

Четвертый вопрос: для кого производить товары? Иначе говоря, как должна распределяться произведенная продукция между членами общества? Принципы распределения могут строиться с двух позиций: с позиции эффективности распределения и с позиции справедливости распределения.

Эффективность в распределении продуктов труда – это такая ситуация, в которой невозможно путем перераспределения существующих количеств благ удовлетворить желание одного человека, не нанося ущерба удовлетворению желаний другого человека.

Эффективность в распределении существующих благ может быть улучшена путем обмена продуктами труда, т.е. в результате действия рыночного механизма спроса и предложения. До тех пор пока обмен существующих благ позволяет более полно удовлетворять желания одних людей, не нанося ущерба удовлетворению желаний других людей, эффективность в распределении может быть улучшена.

Но не всегда эффективное распределение благ может считаться справедливым. К справедливости в распределении существует несколько подходов. Одни люди рассматривают справедливость как равенство в получении каких-то благ. Равенство в распределении основывается на том, что все люди принадлежат к человеческой цивилизации и в этом отношении они все равны.

Другой подход к справедливости распределения основывается на представлении, что справедливость зависит от образа действия данного механизма распределения. Так, в социалистическом обществе считается справедливым механизм, основанный на принципе распределения по труду. При этом механизме распределения создаваемые обще-

ственные фонды потребления давали возможность всем членам общества получать бесплатные услуги здравоохранения, образования, культуры, остальные блага в основном должны были распределяться через систему заработной платы в соответствии с количеством и качеством труда. В рыночной экономике справедливым считается механизм распределения, основанный на охране права частной собственности.

Различают позитивную и нормативную экономику. Позитивная экономика исследует реальную действительность и дает научные, объективные объяснения экономическим явлениям. Позитивная экономика позволяет правительствам государств вырабатывать экономическую политику. Экономическая политика – это система мер и решений, воздействующих на людей с целью изменения экономической ситуации. Экономическая политика контролирует экономическое поведение и его последствия. В процессе выработки экономической политики и оценки ее последствий люди имеют различные мнения и суждения, они могут предлагать различные способы воздействия на экономическое поведение людей. В этом проявляется субъективный характер использования экономической теории. В таком случае экономика называется нормативной.

Экономическая теория выполняет несколько основных функций. Это, во-первых, познавательная функция, когда с помощью системы экономических категорий и законов экономическая теория позволяет изучать экономические процессы, создавать новые гипотезы и открывать экономические законы развития.

Экономическая теория выполняет также функцию формирования экономического образа мышления, помогая вырабатывать стратегию поведения человека с позиций общества в целом. Отсюда вытекает и другая функция – ме-

тодологическая, так как экономическая теория, изучая общие экономические законы развития, разрабатывает методы познания экономики и на этой основе помогает конкретным экономическим наукам изучать частные законы развития отраслей экономики. Также экономическая теория выполняет практическую функцию, обеспечивая разработку экономической политики, создание законодательной базы развития экономики.

1.3. Безграничность потребностей и ограниченность ресурсов. Проблема экономического выбора

Человек в повседневной жизни нуждается в самых разнообразных товарах и услугах: жилье, еда, одежда, медицинское обслуживание и т.д. Нужды людей, принявшие форму конкретной необходимости в определенных благах, товарах, услугах, называют потребностями. Наличие потребностей побуждает людей к активной деятельности, к достижению определенного уровня благосостояния. Именно удовлетворение потребностей является побудительной силой таких экономических процессов, как производство, накопление, инновации, предпринимательство. Человеческие потребности включают не только индивидуальные нужды, но и потребности семьи, социальной группы, производственного коллектива, населения, народа, государства.

Количество видов благ, товаров, услуг, потребность в которых испытывают люди, исчисляется миллионами, тем не менее круг их непрерывно расширяется. Об этом свидетельствует тот простой факт, что в течение каждых десяти лет количество видов потребительских товаров и услуг увеличивается более чем в два раза при одновременном увеличении объема потребления многих видов. Так что потребности растут в количественном и в еще большей степени в качественном отношении. Это явление может быть

названо законом возвышения потребностей. Возвышение, а не увеличение означает не только количественный рост, а качественное изменение потребностей людей.

Наглядно демонстрирует данный закон пирамида Маслоу, которая представляет собой структуру личных потребностей человека. Пирамида Маслоу показывает возрастание потребностей человека при переходе от одного уровня к другому, а также очередность удовлетворения потребностей. На иерархической лестнице потребностей на самой низшей ступени находятся физиологические потребности, на самой высшей ступени – потребности в самореализации. Тем самым подчеркивается социальный характер нужд человека (рис. 1).



Рис. 1. Пирамида потребностей по А. Маслоу

Потребности, являясь движущей силой производственной деятельности, могут быть удовлетворены при помощи благ. Блага – это предметы материального мира и духовные ценности, способные удовлетворить наши потребности. Все блага делятся на свободные и экономические. Свободные блага – это блага, которые не обладают относительной редкостью на данном этапе развития общества и экономических

отношений. Примерами свободных благ могут быть воздух, вода в реке, лесная поляна и т.д. В современном мире все это находится в свободном доступе для людей. У этих благ нет рыночной цены. Они не продаются и не покупаются. Однако в будущем эти блага могут стать редкими относительно потребностей. В этом случае они станут объектом собственности и предметом купли-продажи. Экономические блага – это вещи, которые обладают относительной редкостью. Потребность в них больше, чем возможность предоставить и (или) произвести. Экономические блага являются объектом собственности. По их поводу возникают отношения собственности. Они обладают ценой, и мы можем их называть товаром или услугой. При их производстве, как правило, возникают экономические издержки. Примерами экономических благ могут служить: продукты питания, автомобили, книги, услуги образования и т.д. Экономические блага по количеству потребителей делятся на частные (индивидуальные) и общественные. Частные блага потребляются индивидуумом, который платит за них в зависимости от того, какую пользу они ему приносят. Таким образом, для человека важное значение имеет цена товара или услуги. Если индивидуум потребляет частное благо, то автоматически другие члены общества лишаются возможности потребить его. Примерами частных благ являются ваши личные вещи, жилье, услуги парикмахерской и т.д. Общественное благо – это благо, которое потребляется коллективно. Чаще всего общественное благо существует в форме услуг. Примерами общественных услуг могут быть: обеспечение внутреннего порядка в государстве, национальная безопасность, благоустройство населенных пунктов, маяки в море и т.д. Если человек потребляет общественное благо, то другие люди могут потребить его в том же количестве. Количество потребляемых общественных благ не зависит от размера оплаты. Поэтому общественные бла-

га порождают проблему «безбилетника», которая выражается в том, что люди стараются не оплачивать потребление общественных благ. По этой причине общественные блага производятся правительством, а не коммерческими фирмами. Оплата общественных благ производится через систему налогообложения.

Для производства экономических благ необходимы ресурсы. Ресурсами называются блага второго порядка, которые не удовлетворяют потребности человека, а могут быть использованы для производства конечных товаров и услуг. Ресурсами являются металл, участок земли, электроэнергия, ткань, рабочая сила и многое другое. Все ресурсы обладают фундаментальным свойством – ограниченностью. Ограниченность ресурсов носит относительный характер. Ресурсов не хватает не потому, что на нашей планете ограничено количество топлива, минералов, воды, лесов, земли и т.д. Относительный характер ресурсов проявляется вместе с безграничностью потребностей. Образно можно сказать, что потребности увеличиваются в геометрической прогрессии, а ресурсы – в арифметической прогрессии. Например, человечество изобретает все новые виды энергии, а потребность в ней не позволяет избавиться от ее дефицита. Наряду с относительной ограниченностью ресурсов существует и абсолютная (или физическая). Действительно, большинство природных ресурсов не возобновляемы, т.е. исчерпаемы.

Ресурсы, участвующие в процессе производства, называются факторами производства. Многообразные факторы производства можно сгруппировать. Таким образом, выделяем пять факторов производства: труд, капитал, земля, информация, предпринимательские способности. Любой процесс производства (добыча нефти, выпуск автомобилей, предоставление бытовых услуг и т.д.) возможен при наличии всех факторов производства. Владельцы факторов про-

изводства получают доход. Размер дохода зависит от производительности ресурса, его редкости, спроса на конечный результат производства. Рассмотрим особенности каждого фактора производства.

Труд – это физические и интеллектуальные способности человека, участвующего в процессе производства. Производительность труда во многом зависит от условий жизни человека. Поэтому труд рассматривается не только как экономическая, но и социальная категория. Владелец труда получает доход в виде заработной платы.

Капитал – это результат труда, способный к самовозрастанию стоимости. Капитал – это ресурс, участвующий длительное время в процессе производства. Владелец капитала получает доход в виде ссудного процента.

Земля – это фактор производства, который, с одной стороны, представляет природные ресурсы, с другой стороны, для экономики он важен как пространственный ресурс. Владелец земли получает доход в виде земельной ренты.

Информация – это ресурс, который участвует в процессе производства в виде знаний о технологии, управлении и организации, рыночной среде и т.д. Владелец информации получает доход в виде информационной ренты.

Под **предпринимательскими способностями** понимается способность создавать на основе открытий в области техники, технологии, управления новые производства, вкладывать капитал и развивать разные сферы экономической деятельности.

Выделяются четыре функции предпринимателя:

- 1) проявление инициативы в соединении всех факторов производства в единый процесс производства;
- 2) принятие стратегических решений по определению основных направлений деятельности предприятия;
- 3) новаторство – внедрение на коммерческой основе новых продуктов, технологий, методов организации бизнеса;

4) риск потери вложенного капитала, времени, труда, деловой репутации вследствие неопределенности развития рынка.

Предпринимательские способности можно развивать. Доходом предпринимателя является прибыль.

1.4. Альтернативная стоимость и кривая производственных возможностей

Вследствие редкости ресурсов человеку всегда надо выбирать, какие именно продукты следует производить, так как одни и те же ресурсы могут быть использованы при производстве разных продуктов. Производство любого товара влечет за собой потерю возможности производить другой товар.

Для простоты представим гипотетическую экономику, в которой производится лишь два вида продуктов труда, например, продукты питания и автомобили. Каждому возможному уровню объемов производства продуктов питания соответствует определенное количество автомобилей (табл. 1).

Таблица 1

**Объемы производства продуктов питания и количества
автомобилей, осуществляемых в гипотетической экономике
(единиц)**

Объемы производства продуктов питания	Количество автомобилей, производимых в экономике	Альтернативная стоимость автомобилей в ед. продуктов питания
700	0	—
690	1	10
670	2	20
630	3	40
580	4	50
500	5	80
400	6	100
280	7	120
0	8	280

Так, при максимальном объеме производства продуктов питания, равном 700 единиц, все экономические ресурсы общества будут направлены только на производство продуктов питания, значит количество автомобилей будет равно 0.

И наоборот, если все ресурсы экономики направить на производство автомобилей, то количество произведенных автомобилей будет иметь максимальное значение 8 единиц, а объемы производства продуктов питания будут равны 0. Соответственно, при снижении максимальных значений количества продовольствия с 700 единиц до 690 единиц высвобождающиеся экономические ресурсы направляются на производство автомобилей в количестве 1 единицы. При изображении на графике значений объемов производства продуктов питания при соответствующих им значениях количества автомобилей и соединении этих точек появляется кривая линия, которая называется границей производственных возможностей (рис. 2).

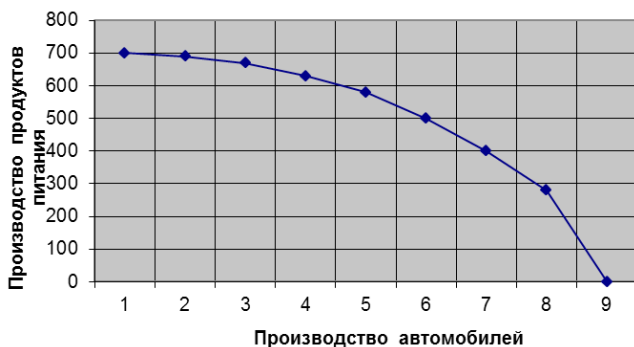


Рис. 2. Граница производственных возможностей

Граница производственных возможностей показывает максимально возможный объем производства некоего конкретного товара или вида услуг при заданных ресурсах, которыми располагает конкретная экономика, и заданных объемах производства других товаров и услуг.

Чтобы принять решение об объемах производства тех или иных товаров, необходимо оценить потерянные возможности, т. е. потерянные объемы производства других товаров. Для оценки потерянных возможностей используется такое понятие, как альтернативная стоимость.

Альтернативная стоимость товара или услуги определяется тем количеством других товаров или услуг, которым надо пожертвовать, чтобы получить данный товар или услугу. Например, альтернативная стоимость производства первой единицы автомобиля равна потере 10 единиц продуктов питания. Альтернативная стоимость производства следующего автомобиля уже составит 20 единиц продуктов питания. Существует определенная закономерность изменения альтернативных издержек, называемая законом возрастания альтернативной стоимости. По мере увеличения производства какого-либо продукта, его альтернативная стоимость неуклонно возрастает. В выше приведенном примере мы видим, что когда производство автомобилей растет, мы вынуждены жертвовать все большим и большим количеством продуктов питания. Объяснить этот закон можно следующим образом. Ресурсы, участвующие в производстве, не обладают абсолютной универсальностью и абсолютной специфичностью. Если бы ресурсы обладали абсолютной универсальностью, т.е. из них одинаково эффективно производились бы и автомобили и продукты питания, то альтернативная стоимость при любом объеме производства была бы одинаковой. Например, при производстве каждой единицы автомобиля мы бы отказывались от 10 единиц продуктов питания. Если бы ресурсы были абсолютно специфичны, т.е. строго привязаны к производству одного продукта, то понятия альтернативной стоимости бы не существовало. Но в экономике ресурсы обладают определенной степенью универсальности и специфичности. В нашем примере часть

ресурсов лучше используется для производства продуктов питания, а часть – для автомобилей. Когда все ресурсы направляются на производство одного продукта, то производительность дополнительно вовлеченных единиц ресурса уменьшается, при этом альтернативная стоимость увеличивается.

В реальной экономике, где производится множество товаров и услуг, имеющих разные единицы измерения их количества, альтернативная стоимость может быть выражена через общую единицу измерения – деньги.

Кривая производственных возможностей показывает максимально возможные значения объемов производства двух товаров при имеющихся в обществе экономических ресурсах. Она делит плоскость на две области. Точка А на рисунке 3 (а) изображена в области, отражающей сочетание объемов производства двух товаров при неполном использовании экономических ресурсов. Точка В находится в области недостижимых объемов производства при имеющихся ресурсах.



Рис. 3. Граница производственных возможностей

Неполное использование ресурсов означает их неэффективное распределение. Эффективным распределением ресурсов считается такое распределение, при котором в экономике невозможно производить большее количество какого-либо товара или услуги без сокращения выпуска других

товаров или услуг. Такое состояние называется Парето-эффективностью (по имени итальянского экономиста В. Паретто).

В случае увеличения ресурсов возможен переход в точку В (см. рис. 3. (б)). В данном случае речь идет о расширении границы производственных возможностей. Такое возможно при внедрении новых технологий, увеличении производительности труда, открытии новых месторождений полезных ископаемых, открытии новых источников энергии и т.д.

Вопросы для обсуждения

1. Какие основные этапы своего развития и становления прошла экономическая теория?

2. Что является предметом исследования в экономической теории?

3. Какие методы используются в экономических исследованиях?

4. Какие ресурсы необходимы для организации производства? Охарактеризуйте каждый из них.

5. Как вы понимаете тезис об ограниченности ресурсов?

6. Что такое альтернативная стоимость и альтернативные издержки?

7. Дефицит – общая проблема, с которой сталкиваются только бедные страны. Верно ли данное утверждение?

8. Что показывает граница производственных возможностей экономической системы?

9. Что понимается под экономической эффективностью?

10. Какие типы экономических систем существуют? Чем они отличаются друг от друга?

11. Какие плюсы и минусы имеет рыночный механизм?

12. Почему микроэкономику иногда называют «теорией цен»?

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

2.1. Сущность рынка, условия его возникновения и развития

В настоящее время в экономической теории под рынком понимается определенная форма организации общественного производства, которая обеспечивает взаимодействие производства и потребления посредством механизма цен. Механизм цен является ключевым звеном рыночных отношений, так как именно он обеспечивает связь между производителями и потребителями, продавцами и покупателями, уравнивает предложение товаров и услуг и спрос на них. Цены, которые устанавливаются на рынке, утверждаются посредством волеизъявления продавца и покупателя. Это не установленные кем-то сверху (церковь, государство и т.д.), а это именно цены, которые сложились непосредственно в данном месте в конкретной ситуации на конкретный товар.

Рыночная экономика – это экономическая система, которая контролируется, регулируется и управляется только рыночными, т. е. свободными ценами. Модель экономики такого типа базируется не только на системе общественного разделения труда и специализации, но и на праве частной собственности субъектов рыночных отношений.

Что понимается под системой общественного разделения труда и специализацией? Кто-то производит один товар, а кто-то – другой. Цель производства этих товаров есть удовлетворение потребностей других людей. Кузнец подковывает лошадей, автомеханик ремонтирует автомобили, брадобрей, цирюльник, делает прически. Каждый из этих участников оказывает услуги населению. В то же время у них самих возникают потребности либо в ремонте,

либо в прическе. В этом случае им нужно вступить в обмен между собой. Это самая простая форма называется натуральным обменом. В данной ситуации важно отметить, что специализация – необходимое, но не единственное и, более того, не достаточное условие для рыночной системы.

Условием, которое и определяет всю полноту работы рыночной системы, является так называемая экономическая обособленность субъектов хозяйственной деятельности, которая может существовать лишь тогда, когда все они (субъекты) полностью независимы, автономны в принятии решений относительно того, что, как и для кого производить. Сколько, кому и по какой цене продавать. По своей сути экономическая обособленность означает, что производитель полностью отвечает за результаты своего труда, что его благосостояние зависит от отношения выгоды, полученной от реализации созданного блага и затрат на его производство. Для этого необходимо, чтобы собственность на средства производства и результаты труда находились не у государства, а у самих производителей, т. е. чтобы она носила частный характер.

Таким образом, право частной собственности является обязательным условием формирования, развития и совершенствования рыночных отношений. И здесь выступает на первый план именно право собственности.

Собственность есть право, т. е. особо установленный способ признания за некоторыми лицами возможности распоряжения и господства над вещами и охраны такой возможности от посягательства со стороны третьих лиц. Размышлений о праве собственности как экономической и тем более юридической категории достаточно много. Применительно к микроэкономике наиболее удачным является определение, данное Карлом Менгером: «Собственность своей исходной предпосылкой имеет существование редких благ,

т. е. таких благ, количество которых меньше по сравнению с потребностью в них. Поэтому институт собственности является единственно возможным инструментом решения проблемы несоразмерности между надобностью и доступным распоряжению количеством благ»¹.

Отношения собственности – это система исключений из доступа к материальным и нематериальным ресурсам. Исключительность означает, что все, кроме самого собственника, исключены из доступа к ресурсам. Другими словами, он как собственник распоряжается этим ресурсом по своему усмотрению. Говоря об ограниченности некоего ресурса, следует отметить, что чем ресурс более ограничен в своем количестве на планете, тем большее желание возникает у людей стать обладателем этого ресурса. Тем ценнее этот ресурс. Тем большую цену можно попросить за него на рынке. Тем актуальнее становится вопрос для обладателей этого ресурса о частной собственности на него, выступающей главным условием рыночного обмена.

2.2. Частная собственность как условие рыночного обмена

Частная собственность зародилась с глубокой древности. С развитием общества формы частной собственности претерпевали различные изменения, трансформировались, приобретая характеристики, соответствующие вызовам того времени, в котором они существовали. Изначально частная собственность была призвана для того, чтобы обслуживать индивида и членов его семьи. Общество развивалось, индивиды и члены семей объединялись в общины, эти общины объединялись в рода, племена. Если у некоего рода племени вдруг появлялся какой-то ограниченный ресурс, то спустя

¹ Менгер К. Основания политической экономии // Австрийская школа политической экономии. М., 1992. С. 79.

какое-то время этот ресурс становился интересен и другим общинам, племенам. Если не удавалось заключить сделку мирным путем, возникали междоусобные конфликты, иногда перетекающие в крупномасштабные военные действия.

Частная собственность является достаточно важным и основополагающим механизмом, закладывающим основу организации бизнеса, и одновременно является пусковым механизмом для того, чтобы хозяйство начало существовать как рыночное.

Достоинства частной собственности не исчерпываются экономической эффективностью. В истории частная собственность, в особенности на землю, сыграла огромную роль, став основой формирования структур гражданского общества, главным действующим лицом которого является человек-собственник. Владея средствами производства, денежным капиталом, акциями, информацией, интеллектом, наконец, просто рабочей силой, члены такого общества имеют право на свое дело, они самостоятельны, независимы друг от друга и, что особенно важно, автономны от государственной власти.

Они сами решают все свои проблемы, сами борются за свое существование, обеспечивая себе такую жизнь, какую позволяют их способности и желания.

Для ответа на вопрос, почему рыночная экономика возможна только при наличии частной собственности, пожалуй, исчерпывающий ответ дает Д. Хайман в своей книге «Современная микроэкономика».

«Предположим, – пишет автор, – что завтра выходит закон, отменяющий наказание за кражу автомобилей. Закон также запрещает уносить ключи и запирает двери частного автомобиля. Людей открыто побуждают передвигаться, завладевая первой же машиной, оставленной на улице без присмотра.

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

Однако у водителей не будет стимула заливать в бак бензина больше, чем нужно для переезда до места назначения. Еще меньше будет стимулов для поддержания автомобилей в хорошем состоянии. Кто станет заменять трансмиссию в машине, которая вряд ли будет доступна для личного пользования после следующей поездки? Таким образом, через некоторое время из-за плохого технического обслуживания и нехватки бензина в баке может не остаться автомобилей в рабочем состоянии, пригодных для использования.

А что произойдет на рынке автомобилей? Кто станет покупать машину, если право исключительного владения и пользования ею неосуществимо?

Поскольку никто не желал бы покупать автомобили, никто не стал бы их и производить. Другими словами, рынок автомобилей разрушился бы, так как цены автомобилей упали бы до нуля. Стимулы к совершению рыночной операции основаны на правах собственности, которые могут быть получены путем обмена наличных денег на товары. Права собственности – это привилегия владеть и использовать дефицитные ресурсы. Приобретение этих прав через рыночный обмен побуждает совершать покупки; это также относится и к продаже. Стимулы к производству и предложению товаров и услуг основаны на предположении, что

продавцы имеют право торговать своей продукцией за наличные деньги. Если бы у них не было возможности передавать свои права собственности, они не имели бы стимула производить товары и услуги и предлагать их на продажу. Это означает, что рынки могут существовать только для товаров, права собственности на которые легко устанавливаются, реализуются и передаются.

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

2.3. Права собственности как «правила игры» в хозяйственных системах

Права собственности – это права, с помощью которых можно контролировать использование определенных ресурсов и распределять при этом затраты и выгоды. Именно права собственности или то, что, по мнению людей, является существующими правилами игры, определяют, каким образом в обществе осуществляются процессы предложения и спроса.

Была выдвинута так называемая экономическая теория прав собственности, для которой характерно использование не термина «собственность», а термина «право собственности», показывающего, что не ресурс сам по себе является собственностью, а права на использование этого ресурса. В российской юридической трактовке право собственности

² Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применение: в 2 ч. М., 1992. Ч. 1. С. 9

определяется правами владения, распоряжения и пользования. Экономическая теория права собственности определяет набор прав, который состоит из 11 составляющих.

1. Права владения, т.е. права исключительного физического контроля над благом.

2. Права использования, т.е. права на применение полезных свойств блага для себя.

3. Права управления, т.е. права решать, кто и как будет обеспечивать использование блага.

4. Права на доход, т.е. право обладать результатами от использования блага.

5. Права суверена, т.е. права на отчуждение, потребление, изменение или уничтожения блага. Ты сам решаешь, что ты можешь сделать с этим благом.

6. Права на безопасность, т.е. права на защиту от посягательств третьих лиц.

7. Права на передачу благ в наследство.

8. Права на бессрочность обладания благом.

9. Права запрета на использование благ способом, наносящим вред внешней среде.

10. Права на ответственность в виде взыскания (необходимо отдать в качестве уплаты своего долга некое свое благо).

11. Право на остаточный характер (если вы утратили свои какие-то полномочия, то вы можете восстановить их, обратившись в соответствующие органы).

Существуют три основные системы собственности.

– частная;

– государственная (коллективная);

– коммунальная (общедоступная).

Что означает частная собственность? Она характеризуется тем, что тот, кому собственность принадлежит, имеет последнее, или окончательное, слово об использовании дан-

ной вещи. Тот, кто обладает этим словом, и определяет кому, как и каким образом использовать ресурс или владеть им.

Государственная собственность. Здесь исходят из интересов общества в целом, т.е. как общество решит, так и будет. Но существуют институты власти, которые наделены определенным правом использования, а также правом ограничения в использовании тех или иных ресурсов.

Коммунальная собственность. При такой форме собственности права в экономике размыты, не установлены и не определены. Коммунальная собственность ничья, и установление данного вида собственности послужило бы примером общества без правил.

2.4. Спрос и предложение. Факторы, влияющие на спрос и предложение

Основные элементы рыночного механизма — цена, спрос, предложение.

Спрос — это желание и возможность потребителя купить продукт или услугу в определенном месте и в определенное время.

Количество блага, которое потребители захотят купить по определенной цене, называется объемом (величиной) спроса.

Зависимость объема спроса от определяющих его факторов называют функцией спроса. Она имеет следующий вид:

$$Qd_a = f(P_a, P_c, P_s, I, T, N, O, E),$$

где Qd_a — объем спроса на товар a в единицу времени;

P_a — цена товара;

P_c — цена взаимосвязанного товара;

P_s — цена товаров субститутов;

I — доход покупателя;

T — вкусы и предпочтения;

N — число покупателей данного товара;

O — ожидания покупателей;

E — прочие факторы.

Зависимость цены от величины спроса выражается законом спроса: при прочих равных условиях снижение цены приводит к увеличению спроса, и наоборот, повышение цены приводит к снижению спроса.

Графическую интерпретацию закона спроса выражает кривая спроса (рис. 4).

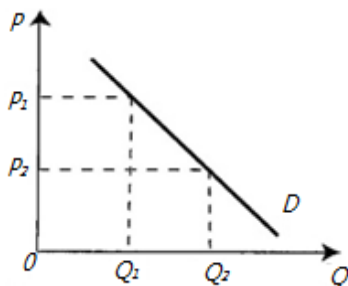


Рис. 4. Кривая спроса

Алгебраическое выражение функции спроса имеет вид:

$$Q_i^D = a - bP_i,$$

где, Q_i^D – величина спроса на i -товар;

P_i – цена i -го товара;

a, b – положительные числовые коэффициенты.

Существует три исключения из закона спроса:

1. Эффект Веблена. Под данным эффектом понимается нерациональный, показательный спрос, когда предпочтение отдается более дорогим товарам, вне зависимости от их утилитарных качеств. Попасть в группу элитарных товаров такой продукт может, например, исключительно за счет повышения цены. Потребительское поведение по модели эффекта Веблена свойственно достаточно ограниченной группе покупателей, которая тем не менее характеризуется высокой покупательской способностью.

2. Эффект Гиффена. Данный эффект относится к реакции покупателей на экономическую или политическую ситуацию и распространяется на товары первой необходимости. Различное поведение покупателей в отношении товаров позволило сформулировать разделение товаров на две группы: обычные товары и «товары Гиффена».

3. Эффект замещения. При повышении цены на товар начинает расти спрос на другой товар, его заменитель (кофе, чай).

На спрос оказывают влияние ценовые и неценовые факторы.

К неценовым факторам спроса относят:

1. Вкусы и предпочтения потребителей.
2. Уровень доходов населения.
3. Цены на другие товары.
4. Ожидания потребителей.
5. Эффект отложенного спроса.
6. Количество покупателей.
7. Реклама.

Влияние неценовых факторов на кривую спроса представлено на рис. 5.

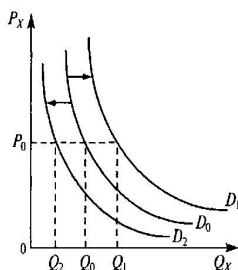


Рис. 5. Влияние неценовых факторов на кривую спроса

Предложение — количество товара, которое продавцы готовы предложить покупателю в конкретном месте и в конкретное время.

Важнейшими характеристиками предложения являются цена предложения и величина предложения.

Цена предложения – это минимальная цена за единицу товара, по которой продавец готов продать свой товар на рынке.

Величина предложения – это количество товара, которое продавцы хотят и свободны продать.

На величину предложения влияют множество факторов, но цена играет главную роль.

Зависимость между ценой и величиной выражается законом предложения. При прочих равных условиях с повышением цены возрастает и величина предложения, и наоборот, снижение цены сопровождается при прочих равных условиях сокращением объема предложения.

Предложение испытывает влияние ценовых и неценовых факторов. Эта функция может быть представлена в виде формулы

$$Q_s = f(P_A, P_X, P_Y, N_t, T),$$

где P_A – цена данного товара;

P_X, P_Y – цены на экономические ресурсы;

N_t – применяемая технология;

T – налоги и дотации.

Графически кривая предложения выглядит следующим образом (рис. 6):

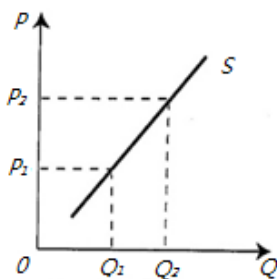


Рис. 6. Кривая предложения

Алгебраическое выражение функции предложения имеет вид:

$$Q_i^S = a + bP_i,$$

где Q_i^S – величина предложения на i -товар;

P_i – цена i -го товара;

a, b – числовые коэффициенты.

На предложение влияют ценовые и неценовые факторы.

К неценовым факторам относятся:

1. Изменение цен на ресурсы.
2. Совершенствование технологии.
3. Ожидания производителей.
4. Количество продавцов.
5. Налоги и дотации.

Влияние неценовых факторов на кривую предложения представлено на рис. 7.

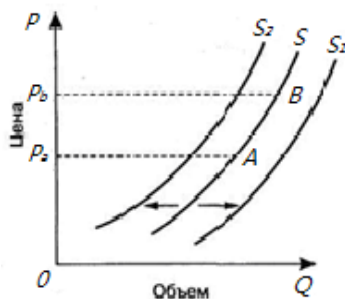


Рис. 7. Влияние неценовых факторов на кривую предложения

2.5. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие

Взаимодействие спроса и предложения приводит к установлению равновесной цены.

Равновесие достигается тогда, когда большинство покупателей и продавцов сходятся в оценке цены, по которой следует

покупать и продавать данный товар, и того количества товара, которое одни готовы купить, а продавцы готовы продать.

Равновесная цена – цена, при которой объем спроса равен объему предложения.

Равновесное количество товаров – количество товара, при котором объем спроса равен объему предложения.

Равновесие рынка $Q_d = Q_s$ ситуация на рынке, при которой объем спроса равен объему предложения.

Графически рыночное равновесие представлено на рис. 8.

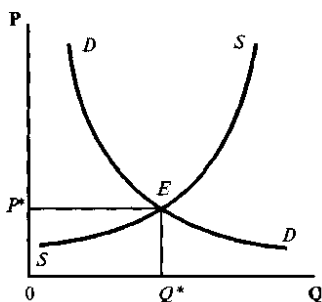


Рис. 8. График рыночного равновесия

Если на рынке устанавливается цена выше равновесной (P_2), то возникает излишек (предложение больше спроса). Продавцы не могут реализовать свою продукцию и вынуждены снижать цену, тем самым повышая спрос и сокращая предложение до тех пор, пока не будет достигнуто равновесие (рис. 9).

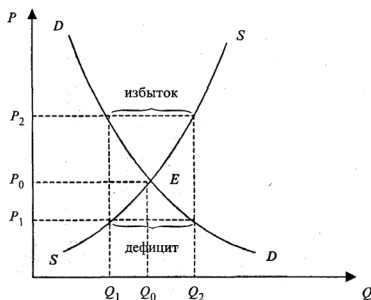


Рис. 9. График нарушения рыночного равновесия

Дефицит, который возникает при цене ниже равновесной (P_l), толкает цену вверх, в результате чего спрос сокращается, а предложение увеличивается, рынок движется к равновесию. Таким образом, рыночная цена выполняет свою «уравновешивающую функцию», исключая потенциальные излишки и нехватку товаров.

Предположим, что в результате увеличения дохода или возникновения моды на какой-то товар спрос на него возрос. Это приведет к сдвигу вправо-вверх кривой спроса (рис. 10). Конкретно речь идет о том, что возрос объем требуемых на рынке товаров данного вида, на каждом ценовом уровне. Если рыночная цена останется на какое-то время на прежнем равновесном уровне (P_e), то возникнет дефицит, поскольку объем спроса увеличится с Q_e до Q_{d1} , а предложение останется на том же уровне Q_e .

Активный спрос, превышающий предложение, стимулирует повышение цены и расширение выпуска. Одновременно по мере роста цены активность спроса будет падать. Это будет продолжаться до тех пор, пока система не придет в новое равновесное состояние E_1 . Эффект, полученный от такого сдвига кривой спроса, заключается в росте производства при одновременном увеличении цены ($Q_{e1} > Q_e$ и $P_{e1} > P_e$) и увеличении прибылей производителей. Обратная реакция рынка будет наблюдаться при сдвиге кривой спроса влево-вниз.

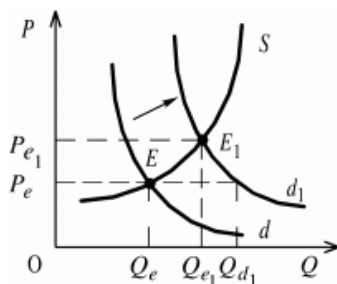


Рис. 10. Эффект сдвига кривой спроса

Предположим теперь, что произошло удорожание сырья (или государством введены жесткие требования по охране окружающей среды). Вырастет себестоимость продукции, и некоторые ее производители начнут нести убытки. Их уход из отрасли приведет к сокращению предложения, причем на каждом ценовом уровне. Короче говоря, произойдет сдвиг влево-вверх кривой предложения. Сохранение рыночной цены, хотя бы на время, на прежнем равновесном уровне (P_e) вызовет дефицит этой продукции, так как предложение сократится до Q_{S_1} , а спрос останется на прежнем уровне Q_e . Превышение спроса над упавшим предложением заставит потребителей соглашаться на более высокую рыночную цену. При этом объем спроса начнет сокращаться. В ответ на рост цены спроса производители начнут расширять выпуск. В итоге рынок придет к новому равновесному состоянию E_1 при цене P_{e_1} и объеме Q_{e_1} (рис. 11).

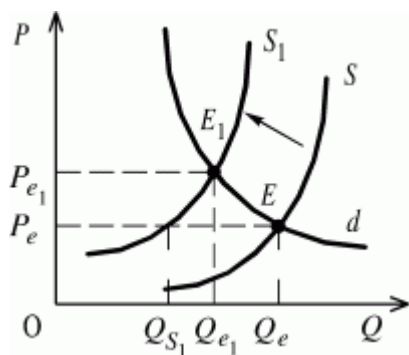


Рис. 11. Эффект сдвига кривой предложения

2.6. Эластичность спроса и предложения

Термин «эластичность» – технический термин, который использовал А. Маршалл для обозначения чувствительности реакции одного фактора в результате воздействия на него другого фактора.

Эластичность – это характеристика спроса (предложения), показывающая зависимость изменения величины спроса (предложения) от изменения различных факторов, влияющих на спрос (предложение).

Степень изменения спроса и предложения под воздействием изменения цены измеряют при помощи коэффициента ценовой эластичности (elasticity formula).

Эластичность спроса по цене (E_d^p) характеризует процентные изменения в величине спроса к процентному изменению цены. Если аргумент изменяется на 1 %, то коэффициент эластичности показывает, насколько процентов изменится значение функции.

Эластичность – безразмерная величина, поэтому возможны различные сопоставления. Поскольку типичная функция спроса имеет отрицательный наклон, то коэффициент эластичности спроса по цене всегда отрицателен и поэтому используется абсолютное значение эластичности спроса, т.е. $|E_d^p|$.

Функция спроса $Q = D(P)$ устанавливает зависимость объема спроса Q от цены P . Ее производная есть предел приращения количества, когда приращение цены стремится к 0.

Спрос называют эластичным, когда $E_d^p > 1$, т.е. процентное изменение цены ведет к большему процентному изменению количества спрашиваемой продукции.

Спрос называют неэластичным (жестким), если процентное изменение цены ведет к меньшему процентному изменению количества, т.е. $E_d^p < 1$.

А если аргумент и функция изменяются одинаково, имеет место единичная эластичность, т.е. $E_d^p = 1$.

В качестве крайних границ эластичности в экономической теории используют абсолютную эластичность: $E_d^p = \infty$ и абсолютную неэластичность: $E_d^p = 0$.

Точечная эластичность спроса – эластичность спроса по цене, определяемая для каждого значения цены, т. е. для каждой точки кривой спроса.

Формула точечной эластичности спроса:

$$E_d^P = (\Delta Q_d^P / \Delta P) \cdot (P_o / Q_o),$$

где P_o – первоначальная цена товара;

Q_o – первоначальное количество купленного товара;

$\Delta Q_d^P / \Delta P$ – производная функции спроса в точке P_o .

Если кривая спроса задается линейной функцией $Q_d = a - bP$, то ее наклон совпадает с наклоном касательной во всех точках на кривой спроса и равен $-b$. Точечная эластичность линейной функции тогда может выражаться как $E_d^P = -b (P_o / Q_o)$, где $-b$ – наклон кривой спроса.

Дуговая эластичность определяется как средняя эластичность, или эластичность в середине хорды, соединяющей две точки.

$$E = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \frac{(P_1 + P_2) / 2}{(Q_1 + Q_2) / 2} = \frac{(Q_2 - Q_1) (P_1 + P_2)}{(P_2 - P_1) (Q_1 + Q_2)}.$$

Эластичность спроса, определяемая равенством, характеризует некоторую среднюю реакцию спроса на изменение цены на участке M_1M_2 (рис. 12).

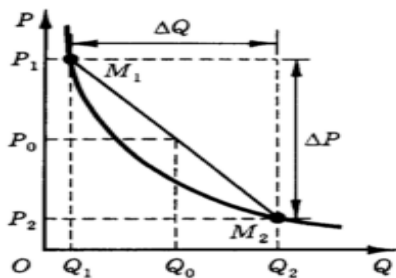


Рис. 12. Определение дуговой эластичности

Эластичность спроса по цене (прямая эластичность спроса) – это степень чувствительности спроса на какой-нибудь товар к изменению цены на этот товар.

$$E_p^D = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}.$$

Если E_p больше 1, то товар эластичного спроса. Потребители активно реагируют на изменение цены, т.е. при снижении (росте) цены на 1 % объем спроса на этот товар повысится (упадет) более чем на 1 %. Кривая D будет расположена под углом $< 45^\circ$.

E_p меньше 1 – это неэластичный, жесткий спрос, т.е. при снижении (росте) цены на 1 % объем спроса повысится (упадет) менее чем на 1 %. Кривая D будет расположена под углом 45° .

E_p равен 1 – это спрос с единичной эластичностью ($\Delta Q = \Delta P$).

Перекрестная эластичность спроса по цене характеризует относительное изменение объема спроса на один товар при изменении цены другого товара.

Коэффициентом перекрестной эластичности спроса по цене называют отношение относительного изменения спроса на товар X к относительному изменению цены на товар Y .

$$E_{XY}^D = \frac{Q_2^X - Q_1^X}{Q_2^X + Q_1^X} \cdot \frac{P_2^Y + P_1^Y}{P_2^Y - P_1^Y},$$

где, Q_2^X и Q_1^X – первоначальный и новый объемы спроса на товар X ;

P_2^Y и P_1^Y – первоначальная и новая цена товара Y .

Если > 0 , то товары X и Y называют *взаимозаменяемыми*, повышение цены товара Y ведет к увеличению спроса на товар X (например, различные виды топлива).

Если < 0 , то товары X и Y называют *взаимодополняющими*, повышение цены товара Y ведет к падению спроса на товар X (например, автомашины и бензин).

Если $= 0$, то такие товары называют *независимыми*, повышение цены одного товара не влияет на объем спроса на другой (например, хлеб и цемент).

Эластичность спроса по доходу характеризует относительное изменение спроса на какой-либо товар в результате изменения дохода потребителя.

$$E_Y^D = \frac{0/0 \Delta Q}{0/0 \Delta P} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} : \frac{Y_2 - Y_1}{Y_1} ,$$

где, Q_1 и Q_2 – первоначальный и новый объемы спроса;
 Y_1 и Y_2 – первоначальный и новый уровни дохода.

Если < 0 , товар является *низкокачественным*, увеличение дохода сопровождается падением спроса на этот товар.

Если > 0 , товар называется *нормальным*, с ростом дохода увеличивается и спрос на этот товар.

Эластичность предложения по цене – показатель, отражающий степень чувствительности предложения к изменению цены предлагаемого товара.

Ценовую эластичность предложения можно оценить количественно с помощью коэффициента ценовой эластичности предложения.

Коэффициент ценовой эластичности предложения E_P^S рассчитывается так же, как и коэффициент ценовой эластичности спроса E_P^D , только вместо величин спроса берутся величины предложения:

$$E_P^S = \frac{(Q_2 - Q_1) \cdot (P_2 + P_1)}{(Q_2 + Q_1) \cdot (P_2 - P_1)} ,$$

где Q_1 и Q_2 – первоначальный и текущий объем предложения;

P_1 и P_2 – первоначальная и текущая цена.

Предложение называют *неэластичным*, если < 1 , т.е. когда процентное изменение цены больше, чем процентное изменение объема предложения.

Предложение считают *эластичным*, если > 1 , когда процентное изменение цены меньше, чем процентное изменение объема предложения.

Предложение с единичной эластичностью означает, что процентное изменение цены равно процентному изменению объема предложения.

Предложение считается *совершенно неэластичным*, если $= 0$, т.е. любое изменение цены товара не приводит к изменению объема предложения.

Предложение является *совершенно эластичным*, если $= \infty$, т.е. при любом изменении объема предложения цена товара не изменяется.

Вопросы для обсуждения

1. Почему общественное разделение труда является необходимым, но недостаточным условием для возникновения рынка?

2. Как бы вы определили роль механизма цен в рыночной системе? Что он дает рыночной экономике?

3. Дайте определение рынка, назовите основные функции рынка.

4. Назовите основную классификацию рынков. Приведите примеры.

5. Взаимосвязь между какими факторами устанавливает закон спроса? Назовите неценовые факторы спроса и расскажите, как они влияют на положение кривой спроса.

6. Перечислите и охарактеризуйте отклонения от закона спроса.

7. Дайте определение понятия «предложение». От каких факторов зависит его величина? Какой характер зависимости устанавливает закон предложения между ценой продукции и объемом ее предложения?

8. Что такое рыночное равновесие, как оно формируется? Обоснуйте ответ согласно концепциям Л. Вальраса и А. Маршалла.

9. В чем причина устойчивого характера рыночного равновесия? Что может его нарушить?

10. Какие меры может использовать государство для воздействия на рыночное равновесие? От чего зависит эффективность этих мер?

11. Что такое эластичность спроса? Какие виды эластичности спроса вы знаете?

12. Выведите формулы эластичности по доходу и перекрестной эластичности спроса. Какой знак имеет эластичность спроса по доходу? Какие знаки имеют перекрестная эластичность товаров-субститутов и товаров-комплементов?

13. Приведите примеры товаров с высокой эластичностью спроса по цене и низкой эластичностью. В чем отличия этих товаров?

14. Если цена на товар возросла (товар вошел в моду), как изменится предложение данного товара в течение недели, полугода, двух лет?

15. Как зависит выручка от эластичности спроса? Всегда ли следует повышать цену, чтобы увеличить объем выручки? Может ли снижение цены привести к росту выручки? Обоснуйте ответы.

3. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

3.1. Концепция полезности

Полезность – удовлетворение или исполнение запросов, которое получают люди от потребления и использования благ. Полезность – абстрактная категория, используемая в экономической науке для определения удовольствия, которое получают люди от потребления благ. Полезность того или иного блага – главный фактор потребительского выбора. Полезность – понятие сугубо индивидуальное, субъективное. Каждый человек понимает полезность по-своему. Некоторые товары могут быть полезны для одного человека, но бесполезны или даже вредны для другого.

Функция полезности – соотношение между объемами потребляемых благ и уровнем полезности, достигаемой при этом потребителем. Математически функция полезности выглядит следующим образом:

$$U = f(Q_x, Q_y),$$

где f – символ функции;

U – уровень полезности;

Q_x, Q_y – количество товаров X и Y , потребленных за определенный период.

В данную функцию можно включить любое количество переменных. Эта функция демонстрирует, что полезность, получаемая человеком, зависит только от количества потребляемых благ. Различают предельную и совокупную полезность блага.

Предельная полезность – дополнительная полезность, получаемая потребителем от потребления дополнительной единицы блага. Каждая последующая единица блага, использованная потребителем, вносит свой вклад в удовлетворение данной потребности. Поскольку по мере потребления дополнительных единиц блага потребность покупателя

будет постепенно удовлетворяться, предельная полезность каждой последующей единицы блага будет убывать. Закон убывающей предельной полезности гласит, что по мере потребления дополнительных единиц блага предельная полезность каждой последующей единицы будет меньше, чем предыдущей (рис. 13, б). Закон убывающей предельной полезности еще называют первым законом Госсена.

Общая полезность – удовлетворение, получаемое потребителем от потребления данного количества благ за определенный промежуток времени.

Общая полезность обычно увеличивается по мере потребления все большего количества благ, но, как правило, со все меньшей скоростью. Если дальнейшее потребление блага приносит вред (предельная полезность отрицательна), то общая полезность снижается (рис. 13 а).

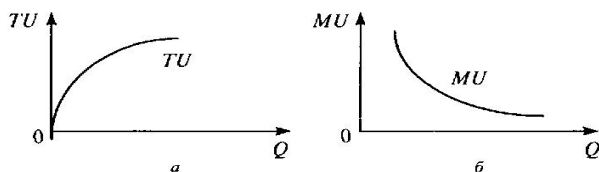


Рис. 13. Совокупная (а) и предельная (б) полезность

Совокупная полезность определяется суммированием показателей предельной полезности и рассчитывается следующим образом:

$$TU = MU_1 + MU_2 + \dots + MU_n,$$

где TU – совокупная полезность;

MU – предельная полезность.

Предельная полезность определяется как отношение изменения величины совокупной полезности к изменению количества потребленного блага:

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = \frac{TU_2 - TU_1}{Q_2 - Q_1},$$

где TU_1 и TU_2 – первоначальная и новая величина совокупной полезности;

Q_1 и Q_2 – первоначальное и новое количество блага.

Закон убывающей предельной полезности лежит в основе определения спроса и объясняет, почему кривая спроса является нисходящей. Чем большим запасом блага обладает потребитель, тем меньшую ценность для него имеет каждая следующая дополнительная его единица. Если каждая последующая единица блага обладает все меньшей и меньшей предельной полезностью, то потребитель станет покупать дополнительные единицы блага лишь при условии падения их цены.

В теории полезности существуют два направления: кардиналистское и ординалистское. Исторически и методологически кардиналистская теория потребительского поведения предшествовала ординалистской.

3.2. Кардиналистская теория потребительского поведения (потребительский выбор и максимизация благосостояния)

Кардиналистская, или количественная, теория потребительского поведения при решении поставленной задачи предполагает возможность теоретической измеримости полезности блага. Иными словами, предполагается, что можно определить точную величину полезности, получаемой при потреблении блага. Количественная измеримость полезности дает возможность как для сравнения различных благ по их полезности, так и для определения разницы между ними. Сторонники теории (К. Менгер, Л. Вальрас) полагали, что полезность измеряется в условных единицах – ютилах (от англ. utility – полезность).

Количественная измеримость полезности позволяет потребителю измерить полезность любой дополнительной единицы блага (предельная полезность) и оценить величи-

ну общей полезности данной совокупности благ. В кардиналистской теории потребительского поведения полезность является субъективной величиной, поскольку отражает субъективное отношение конкретного человека к конкретному благу.

Основополагающее положение этой теории – постулат об убывании предельной полезности благ. Опираясь на этот постулат, можно сформулировать правило равновесия потребителя. Потребительское равновесие – ситуация, когда потребитель, ограниченный данным бюджетом, не может увеличить общую полезность, расходуя меньше средств на приобретение одного блага и больше – на приобретение другого. Как уже отмечалось, каждый потребитель использует множество разнообразных благ и для каждого из них действует закон убывающей предельной полезности. Рациональный потребитель будет приобретать в первую очередь блага, приносящие наибольшую полезность. Потребитель будет наращивать потребление каждого блага до тех пор, пока предельные полезности этих благ не сравняются. Действительно, если предельная полезность какого-либо блага будет выше, чем предельная полезность других благ, то потребитель предпочтет приобрести именно его. В свое время это правило поведения потребителя было сформулировано Г. Госсеном и получило название второго закона Госсена. Ныне закон можно сформулировать следующим образом: чтобы получить максимум полезности, потребитель, обладающий ограниченными ресурсами, должен потреблять каждого блага столько, сколько необходимо для выравнивания предельных полезностей по каждому благу. Математически правило потребительского равновесия выражается равенством $MU_1 = MU_2 = \dots = MU_n$.

В данном правиле под ограниченными ресурсами потребителя в первую очередь понимается его ограниченный

доход. Иными словами, потребитель должен так распорядиться своим доходом, чтобы приобретенный им набор благ приносил бы максимальную полезность. В ситуации потребительского равновесия полезности денежных единиц, затраченных на приобретение различных благ, должны быть равны. Правило максимизации полезности, исходя из всего сказанного, заключается в том, что денежный доход потребителя должен быть распределен таким образом, чтобы последняя денежная единица, затраченная на приобретение каждого вида блага, приносила бы одинаковую предельную полезность. Математически это выглядит следующим образом:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n},$$

где P – цена блага.

Иными словами, потребитель будет предъявлять спрос на данное благо до тех пор, пока предельная полезность этого блага в расчете на одну денежную единицу не станет равной предельной полезности на одну денежную единицу, потраченную на приобретение другого блага. Используя это правило, потребитель, не выходя за пределы своего бюджета, приобретает набор товаров и услуг, приносящий ему наибольшую сумму полезности.

3.3. Моделирование поведения потребителя в ординалистской концепции: кривые безразличия и бюджетное ограничение. Оптимум потребителя

Ординалистская, или порядковая, теория потребительского поведения исходит из того, что потребитель не может численно измерить количество получаемой от потребления блага полезности, но может сравнивать и ранжировать наборы благ с позиции их предпочтительности. Принимая этот тезис, необходимо принять ряд положений,

характеризующих отношения предпочтения и безразличия потребителя.

Графическая интерпретация ординалистской теории потребительского поведения опирается на построение кривых безразличия, характеризующих систему предпочтений потребителя.

Предположим, что потребитель имеет набор благ, состоящий из X и Y . Все соотношения количеств этих благ для него равноценны, потребителю безразлично, какой набор выбрать. Следовательно, эти товары принадлежат к набору безразличия. **Набор безразличия** – набор вариантов потребительского выбора, каждый из которых обладает одинаковой полезностью и поэтому не имеет предпочтения перед другими.

Кривая безразличия является графическим отображением набора безразличия. **Кривая безразличия** – совокупность наборов благ, обеспечивающих потребителю равный объем удовлетворения потребностей, т.е. приносящих ему одинаковую полезность (рис. 14). Взяв другие возможные сочетания благ, соответствующие различным величинам совокупной полезности, можно составить карту безразличия. Вкусы и предпочтения потребителя представляются картой кривых безразличия. Каждая следующая кривая безразличия, проходящая дальше от начала координат, предполагает относительно большую величину полезности.

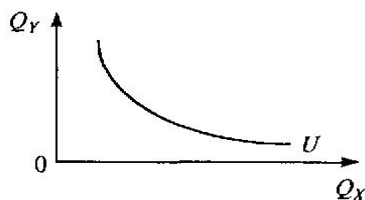


Рис. 14. Кривая безразличия

Карта безразличия – совокупность кривых безразличия, соответствующих различным уровням полезности для одного потребителя и одной пары благ (рис. 15).

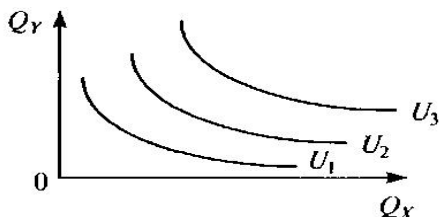


Рис. 15. Карта кривых безразличия

Предельная норма замещения – норма, в соответствии с которой одно благо может быть заменено другим благом без выигрыша или потери полезности для потребителя. Предельная норма замещения – количество одного блага, от которого потребитель готов отказаться, чтобы получить дополнительную единицу другого блага. Предельная норма замещения рассчитывается следующим образом:

$$MRS_{xy} = -\frac{\Delta Q_y}{\Delta Q_x},$$

где MRS – предельная норма замещения;

Q_x – количество товара X ;

Q_y – количество товара Y .

Предельная норма замещения всегда отрицательная величина, так как прирост потребления одного блага происходит за счет сокращения потребления другого. Предельная норма замещения уменьшается при движении вдоль кривой безразличия – получая в свое распоряжение все большее количество данного блага и наращивая его потребление, покупатель в обмен готов отказаться от все меньшего количества другого блага, которое становится все более дефицитным. У потребителя, желающего остаться на той же кривой безразличия, прирост полезности от наращивания потребления

блага X должен быть равен потере полезности от сокращения потребления товара Y . Таким образом, предельная норма замещения блага X благом Y может рассматриваться как отношение предельной полезности блага X к предельной полезности блага Y :

$$MRS_{xy} = -\frac{MU_x}{MU_y}.$$

В то время как кривые безразличия описывают систему предпочтений потребителя, бюджетная линия характеризует множество доступных потребителю вариантов.

Бюджетное ограничение показывает, какие потребительские наборы доступны потребителю при данных ценах и доходе. Бюджетное ограничение обычно описывается уравнением

$$P_x Q_x + P_y Q_y \leq M,$$

где P_x и P_y – цена товара X и Y ;

Q_x и Q_y – количества товаров X и Y ;

M – располагаемый доход потребителя.

Это условие означает, что сумма затрат на все блага не превышает дохода потребителя.

Бюджетное пространство представляет собой всю доступную потребителю область выбора. На рисунке это заштрихованный треугольник, ограниченный бюджетной линией и осями координат. Линия бюджетного ограничения в самом простом случае описывается уравнением

$$P_x Q_x + P_y Q_y = M.$$

Бюджетная линия пересекает оси координат в точках $X_1 = M/P_x$ и $Y_1 = M/P_y$, показывающих максимально возможные количества благ X и Y , которые может приобрести потребитель на данный доход при данных ценах (рис. 16).

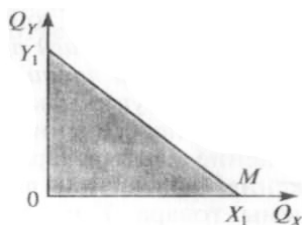


Рис. 16. Бюджетная линия

Расположение бюджетной линии зависит от величины денежного дохода. Увеличение денежного дохода потребителя при неизменных ценах приводит к параллельному перемещению бюджетной линии вправо. Уменьшение денежного дохода потребителя при неизменных ценах приводит к параллельному перемещению бюджетной линии влево. Изменение цен продуктов приводит к изменению угла наклона бюджетной линии.

Бюджетная линия несет объективную информацию о величине дохода потребителя и ценах на товары. Она показывает все доступные потребителю комбинации благ X и Y . Кривые безразличия несут субъективную информацию о предпочтениях потребителя и строятся на основе наборов безразличия. Совмещая бюджетную линию и карту безразличия, можно найти оптимум потребителя.

Точка оптимума потребителя не может лежать ниже бюджетной линии, так как это означало бы, что часть дохода потребителя осталась неизрасходованной (рис. 17).

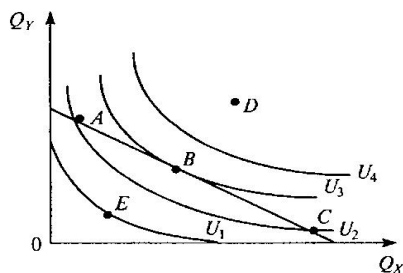


Рис. 17. Графическая интерпретация потребительского равновесия

Рассмотрим варианты, указанные точками A , B и C , лежащими на бюджетной линии. Приобретая наборы, соответствующие этим точкам, потребитель расходует весь свой бюджет. Однако точки A и C , лежащие на кривой безразличия U_2 , не являются точками оптимального потребительского выбора, так как, перемещаясь по бюджетной линии вниз от точки A и вверх от точки C , можно перейти на кривую безразличия U_3 , которая обеспечивает более высокий уровень полезности. Точки A и C показывают доступные данному потребителю комбинации благ X и Y , соответствующие меньшим совокупным полезностям, о чем свидетельствует факт их расположения на более низких кривых безразличия. Комбинация благ, максимизирующая полезность, будет соответствовать точке, лежащей на наивысшей из доступных потребителю кривых безразличия. Точкой потребительского оптимума является точка B , так как она расположена на наиболее высоко лежащей из доступных потребителю кривых безразличия – U_3 . Иными словами, набор благ, соответствующий этой точке, приносит потребителю наиболее высокую полезность.

Интерпретация предельной нормы замещения как соотношения предельных полезностей позволяет выразить условие равновесия потребителя в следующей форме:

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y} \text{ или } \frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}.$$

Из уравнения видно, что потребитель максимизирует свою полезность, если покупает товары X и Y таким образом, что их предельные полезности в расчете на денежную единицу равны. Таким образом, в точке B достигается наилучшая, или оптимальная, из доступных потребителю комбинация продуктов X и Y .

Точка D , расположенная на наиболее высокой кривой безразличия U_4 и соответствующая большей сумме полезности, чем точка B , не будет являться точкой оптимума, так как находится выше бюджетной линии и недоступна для данного потребителя.

Вопросы для обсуждения

1. В чем смысл и назначение теории потребительского поведения (выбора)?

2. Назовите основных представителей маржиналистской концепции экономического анализа.

3. Какие факторы определяют выбор потребителя? Что вы понимаете под рациональным потребительским поведением?

4. Как вы поняли проблему «максимизации полезности»?

5. В каком случае потребитель максимизирует полезность согласно кардиналистской теории?

6. Что характеризует кривая безразличия?

7. Что такое карта кривых безразличия? Какая кривая безразличия соответствует большей совокупной полезности – расположенная дальше или ближе к точке начала координат?

8. С какой целью используется в теории понятие «бюджетная линия»?

9. При каких условиях потребитель максимизирует полезность согласно ординалистской концепции?

10. В чем смысл первого и второго законов Госсена?

4. ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВА: ТЕХНОЛОГИЯ И ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ

4.1. Понятие производства. Производство и обмен

Изготовление редких благ происходит в процессе производства. Поэтому производство есть прежде всего процесс превращения (трансформации) производственных ресурсов (рабочей силы, оборудования, материалов, природных факторов) в необходимые людям продукты. Но для экономиста производство – это не только выпуск промышленных товаров или сельскохозяйственной продукции. Он смотрит на производство шире, понимая под ним производство и зрелищ, и знаний, и информации, и правосудие, и торговлю, и хранение и т. д. Между этими видами производства существует много технологических различий, но все они с экономической точки зрения одинаково важны, поскольку признаком производственной деятельности является не столько внесение тех или иных изменений в используемые ресурсы, сколько сам характер деятельности, направленный на удовлетворение человеческих потребностей.

Производство для обмена (рыночная экономика) оказалось намного более эффективным, чем производство для себя, благодаря максимизации общественной полезности.

Представим себе изолированного индивида, который потребляет лишь то, что производит, используя доступные ему ресурсы.

Допустим, что он производит лишь два продукта – X и Y .

Для того чтобы определить, какой набор продуктов X и Y будет производить индивид, необходимо знать систему его предпочтений (карту безразличия). Если наложить кривую производственных возможностей индивида на его карту безразличия (рис. 18), будет найден оптимальный объем

производства (X_h и Y_h) индивида. Этот оптимум отражает его производство для себя при отсутствии обмена.

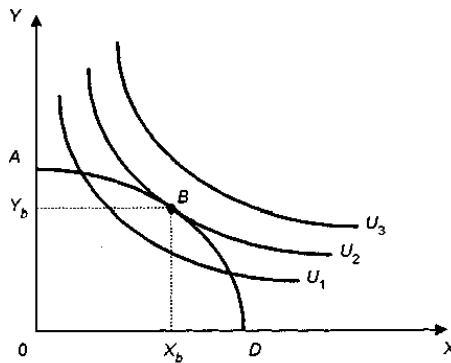


Рис. 18. Оптимум индивида при отсутствии торговли

Что произойдет, если у индивида появится возможность торговать? Как изменится его оптимум при наличии обмена? Для этого уже недостаточно знать множество производственных возможностей индивида и систему его предпочтений. При наличии торговли Робинзон будет действовать по-другому. Вначале он определит свой производственный оптимум, т.е. такой объем выпуска X и Y , который позволит ему получить максимальный доход при реализации этих товаров на рынке. Для этого мы должны провести касательную / (линия дохода) к кривой производственных возможностей AD (рис. 19). Наклон линии дохода / определяется соотношением цен на товары X и Y (P_x/P_y). Производственный оптимум индивида будет находиться в точке K . Реализовав на рынке набор K , индивид сможет купить любой набор товаров, лежащих на линии дохода / (теперь это будет линия расходов индивида). Естественно, Робинзон выберет точку E , так как она лежит на наиболее высокой кривой безразличия U_2 . Прежняя точка оптимума Робинзона B (при отсутствии торговли) лежала на более низкой кривой безразличия U_1 .

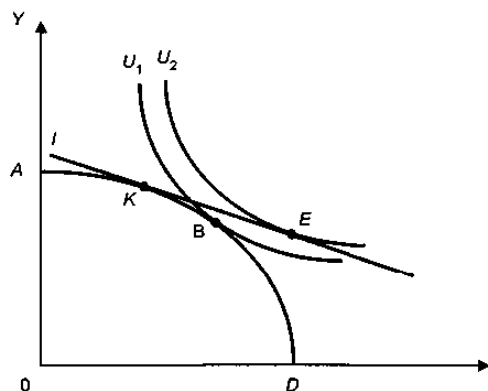


Рис. 19. Производственный оптимум индивида при наличии обмена

4.2. Технология и производственная функция. Изокванта

Для того чтобы описать поведение фирмы, необходимо знать, какое количество продукта она может произвести, используя ресурсы в тех или иных объемах.

Исходным пунктом такого анализа служит производственная функция. Она была разработана в 1890 г. английским математиком А. Берри, помогавшим А. Маршаллу при подготовке математического приложения к работе «Принципы экономической науки». **Производственная функция** – это функция, описывающая зависимость количества продукта, которое может произвести фирма, от объемов затраченных ресурсов.

Производственная функция во многом похожа на функцию полезности в теории потребления. Это объясняется тем, что по отношению к ресурсам фирма является потребителем и производственная функция характеризует именно эту сторону производства – производство как потребление.

Производственной функции присущи наиболее общие свойства функции полезности. Производственная функция

описывает множество технически эффективных способов производства (технологий). Каждая технология характеризуется определенной **комбинацией ресурсов**, необходимых для получения единицы продукции. Хотя производственные функции различны для разных видов производств, все они обладают общими свойствами.

1. Существует предел увеличения объема производства, который может быть достигнут увеличением затрат одного ресурса при прочих равных условиях. Это значит, что на фирме при данном количестве станков и производственных помещений есть предел увеличения производства посредством привлечения большего количества рабочих. Прирост выпуска при увеличении численности занятых будет приближаться к нулю.

2. Существует определенная взаимодополняемость (комплементарность) факторов производства, но без сокращения объема производства возможна и определенная взаимозаменяемость этих факторов. Например, эффективен труд работников, если они обеспечены всеми необходимыми орудиями труда. При отсутствии таких орудий объем может быть сокращен или увеличен при росте численности занятых. В данном случае происходит замена одного ресурса другим.

3. Способ производства A считается технически более эффективным по сравнению со способом B , если он предполагает использование хотя бы одного ресурса в меньшем, а всех остальных – не в большем количестве, чем способ B . Технически неэффективные способы не используются рациональными производителями.

4. Если способ A предполагает использование одних ресурсов в большем, а других – в меньшем количестве, чем способ B , эти способы несравнимы по их технической эффективности. В этом случае оба способа считаются техни-

чески эффективными и включаются в производственную функцию. Какой из них выбрать – зависит от соотношения цен применяемых ресурсов. Этот выбор основывается на критериях экономической эффективности. Следовательно, техническая эффективность не тождественна экономической эффективности.

Техническая эффективность – это максимально возможный объем производства, достигаемый в результате использования имеющихся ресурсов.

Экономическая эффективность – это производство данного объема продукции с минимальными издержками.

В теории производства традиционно используется 2-факторная производственная функция, в которой объем производства является функцией использованных ресурсов труда и капитала:

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

Графически каждый способ производства (технология) может быть представлен точкой, характеризующей минимальный необходимый набор двух факторов, нужных для производства данного объема продукции (рис. 20).

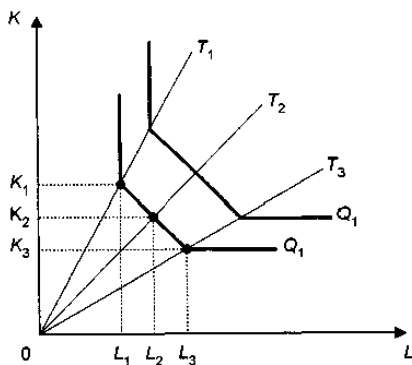


Рис. 20. Технология и производственная функция

Линия на графике, показывающая разные сочетания производственных ресурсов и данный объем выпуска, на-

зывается **изоквантой**. Эти сочетания ресурсов (технологии) являются наиболее эффективными, так как любая точка на изокванте соответствует минимальным объемам ресурсов, необходимым для получения заданного объема готовой продукции.

Изокванта обычно выпукла к началу координат вследствие предполагающейся взаимозаменяемости ресурсов. Когда ресурсы являются взаимодополняемыми, изокванта имеет L-образную форму. Когда ресурсы представляют собой совершенные субституты, кривая принимает форму прямой линии.

Совокупность изоквант, отражающая максимально достижимый выпуск продукции при любом заданном наборе факторов производства, называется картой изоквант.

В долгосрочном периоде, когда фирма может изменять все факторы производства, действует принцип экономии от масштаба. Если вместе с ростом затрат факторов производства происходит пропорциональное увеличение выпуска продукции, наблюдается постоянная отдача от масштаба. Если выпуск увеличивается в меньшей степени, чем объемы используемых ресурсов, имеет место убывающая отдача от масштаба. При обратной пропорции наблюдается возрастающая отдача.

В краткосрочном периоде, когда один фактор производства переменный, а другой – постоянный, расширение производства подчиняется закону убывающей производительности (отдачи) переменного фактора. В современной экономической науке общепризнано, что закон убывающей производительности носит всеобщий характер и относится к любой человеческой деятельности, основанной на использовании двух или более факторов, и количество одного из них непрерывно увеличивается, а другого (других) остается неизменным.

Если любое сочетание двух ресурсов можно приобрести за одну и ту же сумму, то математическим выражением зависимости выпуска от затраченных ресурсов служит уравнение равных затрат (изокоста). Оно аналогично бюджетной линии потребителя, но относится к приобретению ресурсов фирмой. Точка касания изокосты и изокванты определяет наименьшую стоимость ресурсов при заданном объеме производства. В этом случае производитель находится в равновесном состоянии.

Вопросы для обсуждения

1. На какие практические вопросы хозяйственной деятельности дает ответы теория производства?

2. Что такое производственная функция? Почему результатов анализа, полученных на основе использования производственной функции, недостаточно для принятия решений о дальнейшей деятельности фирмы?

3. В чем заключается различие между технической и экономической эффективностью?

4. Чем объясняется разнообразие форм кривых равного выпуска продукции (изоквант)? Может ли изокванта быть вогнутой к началу координат?

5. ФИРМА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ, ЦЕЛИ, ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ

5.1. Предприятие и фирма: общее и различное

Любое предприятие прежде всего предстает как место соединения факторов производства. В рыночной экономике производимая продукция имеет форму товара, поэтому предприятия предстают как основные товаропроизводители. Это означает, что предприятие можно рассматривать не только с материально-технической, но и с экономической стороны. В качестве товаропроизводителя предприятие вступает в различные экономические отношения: отношения купли-продажи факторов производства, отношения по поводу производства соответствующего товара, купли-продажи произведенного товара и т.д. Поведение субъектов, представляющих предприятие в качестве товаропроизводителя, позволяет сделать вывод о том, что предприятие в условиях рыночной экономики предстает как сфера бизнеса и предпринимательской деятельности. Бизнес и предпринимательство нередко отождествляются, однако между ними есть различия. Бизнес есть самостоятельное занятие, дело, приносящее доход. Это может быть доход от индивидуальной трудовой деятельности, доход от спекуляции и даже от криминальной деятельности (есть и преступный бизнес). Работа по найму тоже может давать доход в виде зарплаты, но ее нельзя считать бизнесом, поскольку последний есть деятельность обособленного, экономически самостоятельного субъекта рыночной экономики. Предпринимательство есть инициативная деятельность под собственную материальную ответственность, направленная на получение прибыли. Поскольку прибыль предстает как разница между получаемым пред-

принимателем доходом и расходами, то предпринимательство можно рассматривать как бизнес, но не всегда бизнес есть предпринимательство, так как не всегда его непосредственной целью является прибыль. Предпринимательская деятельность включает деятельность по приобретению необходимых факторов производства и их соединению, предполагающую организацию производства и управление им, а также деятельность по сбыту произведенных товаров. Она возможна при наличии предприятия, где можно проявить необходимые для предпринимателя качества: инициативу, организаторские и управленческие способности, новаторство, готовность к риску, ответственность.

Предпринимательская деятельность предполагает правовое оформление, что означает регистрацию созданного предприятия и наделения его статусом физического или юридического лица. К физическим лицам здесь относятся граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица под собственную имущественную ответственность. Они платят налоги как физические лица в зависимости от размеров полученного дохода. В качестве физических лиц обычно регистрируются мелкие предприятия, крестьянские или фермерские хозяйства.

К юридическим лицам относятся организации, имеющие обособленное имущество, самостоятельный баланс и отвечающие своим имуществом по своим обязательствам. Ими могут быть не только производственные или торговые предприятия, но и различные организации и учреждения.

Предприятие как сфера предпринимательской деятельности выступает в роли хозяйствующего субъекта, вступающего в договорные отношения с другими предприятиями и отдельными лицами, несущего перед ними и государством определенные обязательства. В качестве такового предприятие принимает форму фирмы. С точки зрения экономиче-

ской теории, предприятие есть производственная ячейка, звено в совокупности производительных сил общества, а фирма – хозяйственная ячейка, занимающая определенное место в системе экономических отношений.

Фирму обычно характеризует многопрофильность, так как в условиях рынка опасно ориентироваться на выпуск одного какого-то товара. Предприятие же может быть однопрофильным. Крупные фирмы, как правило, имеют несколько предприятий. Итак, фирма, будучи субъектом экономических отношений, имеет имущество, необходимое для осуществления предпринимательской деятельности, счет в банке, устав, обладает необходимыми юридическими правами и несет ответственность по своим обязательствам перед другими экономическими субъектами. Предприниматель, будучи физическим лицом, выступает как представитель фирмы и от ее имени заключает договоры, осуществляет наем работников, ведет расчеты с другими фирмами и т.д. В нашей стране понятия «фирма» и «предприятие» обычно отождествляются.

Таким образом, фирма – это такое институциональное образование в рыночной экономике, которое призвано выполнять координирующую роль в процессе распределения экономических ресурсов и в результате минимизировать трансакционные издержки участников. Фирма является вторым после потребителя основным понятием микроэкономической теории. Она определяется как некоторая организация, производящая затраты экономических факторов, таких как земля, труд и капитал, для изготовления продукции и услуг, которые предназначены для продажи потребителям или другим фирмам. Фирма и рынок – альтернативные способы организации экономической деятельности людей. В противоположность рынку, где господствует спонтанность, фирма представляет собой плановую (иерархическую) систему,

в рамках которой все ключевые вопросы решаются на основе единоначалия, административным образом.

5.2. Место предприятия (фирмы) в экономической системе. Целевая функция фирмы

Фирмы являются главными субъектами рыночных отношений. Они осуществляют производство и реализацию товаров, оказывают самые разнообразные услуги. По сферам предпринимательской деятельности фирмы могут быть промышленными, сельскохозяйственными, транспортными, строительными, рекламными, юридическими и т.д. При проведении микроэкономического анализа, несмотря на большое разнообразие фирм, действующих в разных отраслях и сферах экономики, обычно выделяют три основных их типа: единоличные владения, партнерства и корпорации. Здесь главный критерий – размеры предпринимательской деятельности. Если речь идет о малом и среднем бизнесе, то чаще всего это единоличные владения и партнерства. Крупный же бизнес будет представлен корпорациями.

Место и роль того или иного предприятия в экономической системе нельзя определить без его отнесения к соответствующему типу, виду, категории и форме. В основу деления предприятий по типам заложена цель их деятельности. Предприятие, имеющее целью производства прибыль, является коммерческим. Если цель предприятия иная, то оно относится к типу некоммерческих. Основой рыночной экономики являются коммерческие предприятия. Предприятия делятся на три вида в зависимости от вида собственности на его имущество: частные, государственные, в том числе муниципальные, и смешанные. В рыночной экономике преобладают частные предприятия, и именно они обычно берутся в качестве объекта микроэкономического анализа.

Предприятия подразделяются на три категории с учетом их размеров. Размеры предприятия определяет величина его капитала (имущества), численность работников, объем производимой продукции (товарооборот). В нашей стране главным критерием является численность занятых на предприятии, в связи с чем выделяют малые, средние и крупные предприятия. При этом учитывается отраслевая принадлежность предприятий. Частные предприятия подразделяются по организационно-экономическим формам на индивидуальные, партнерские (товарищества и общества) и корпоративные. В основу такого деления берут разные критерии: виды собственности, способы мобилизации капитала, необходимого для создания предприятия, формы управления и контроля над предприятием со стороны собственников, способы присвоения и распределения доходов предприятия, характер материальной ответственности предприятия по своим обязательствам, степень ликвидности предприятия.

Наблюдение за поведением хозяйствующих субъектов позволяет говорить о множественности целей деятельности таких иерархических структур, как фирмы. Целевые установки фирм, действительно, многообразны и могут меняться. Один из важнейших показателей результатов деятельности фирмы – выручка от реализации производимой продукции. Целью фирмы может быть максимизация выручки. Многие фирмы в качестве основной цели деятельности ставят перед собой обеспечение экономического роста на предприятии, проявляющегося в наращивании объемов производства, росте выручки, позитивной динамике основных результирующих показателей, а главное, в увеличении доли рынка. Экономический рост на предприятии – индикатор успешности бизнеса, база для достижения более долгосрочных целей. Фундаментальным мотивом деятельности многих фирм является выживание

в долгосрочном периоде. Это особенно актуально для фирм, функционирующих в конкурентной рыночной среде или близкой к ней. Выживание в долгосрочной перспективе предполагает постановку ряда промежуточных целей: внедрение и совершенствование технологий, повышение качества продукции, инновационная деятельность, диверсификация производства. В случае когда фирма представляет собой сложную иерархическую структуру корпорационного типа, целью ее деятельности может стать стремление к удовлетворенности, связанное с необходимостью поиска компромисса интересов сторон.

В качестве же основной цели экономической деятельности фирм многие экономисты выделяют стремление к максимизации прибыли, поскольку это основной мотив осуществления предпринимательской деятельности. Даже при наличии альтернативных целей любая фирма будет нацелена на прибыли удовлетворяющей ее уровень. И этот мотив деятельности будет присутствовать всегда. Без этого невозможно обеспечить выживаемость фирмы в условиях рыночной конкуренции. И еще один аргумент – прибыль является главным источником вознаграждения предпринимателя, а ее отсутствие можно рассматривать как антистимул к осуществлению хозяйственной деятельности.

В рыночной экономике любое предприятие начинается с определенной суммы денег, на которую приобретаются факторы производства, необходимые для производства соответствующего товара: участок земли под строительство предприятия, материал для строительства, оборудование, станки, сырье, нанимаются работники и т.д. Впрочем, возможна покупка или аренда уже готовых зданий. Но так или иначе деньги превращаются в средства производства и в заработную плату для нанятых работников, т. е. в то, что называется производственными фондами. По особенностям

участия в производстве и характеру оборота производственные фонды делятся на основные и оборотные. Основные фонды целиком участвуют в процессе производства, перенося свою стоимость на производимые товары по частям. К ним относят производственные здания, сооружения, станки, машины, оборудование, инструменты – все то, что называют средствами труда. Оборотные фонды постепенно вовлекаются в процесс производства, полностью перенося свою стоимость на производимые товары. К ним относят сырье, материалы, комплектующие изделия – то, что является предметом труда. К оборотным фондам относят и фонд заработной платы ввиду сходства ее оборота с оборотом средств, используемых на приобретение предметов труда. Рассмотренные фонды называются производственными, поскольку они заняты в сфере производства и обеспечивают процесс производства. Создавая товары и перенося на них свою стоимость, производственные фонды тем самым создают новый вид фондов предприятия, получивших название фонды обращения, поскольку они заняты в сфере обращения. К ним относят главным образом произведенные и готовящиеся к реализации товары, а также деньги, полученные от продажи товаров.

Фонды предприятия имеют денежную форму и в этой форме предстают как средства предприятия. Они также делятся на основные и оборотные средства. Но если основные средства – денежная форма основных фондов, то оборотные средства помимо оборотных фондов включают фонды обращения. При объединении оборотных фондов и фондов обращения учитывается их общий физический оборот: сырье превращается в обработанный материал, затем – в товар, а после его продажи – в деньги. То, что входит в состав оборотных средств, оказывается наиболее подвижной частью фондов предприятия (табл. 2).

Таблица 2

Структура фондов и средств предприятия

Фонды предприятия		
Производственные фонды		Фонды обращения
Основные фонды	Оборотные фонды	
Основные средства	Оборотные средства	
Средства предприятия		

Поскольку средства предприятия призваны приносить ему доход, их также называют активами предприятия. Но понятие «активы» оказывается более широким, чем понятие «средства» и тем более понятие «фонды». Доход приносят акции, облигации и другие ценные бумаги, которые могут быть у предприятия. В них включают и нематериальные ценности, также способные давать предприятию доход. К таковым можно отнести и особый предпринимательский талант руководителей предприятия, и творческую атмосферу в трудовом коллективе предприятия, и ставшую популярной у покупателей торговую марку предприятия (фирмы), и даже его престиж.

5.3. Деятельность фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Равновесие фирмы

Впервые понятия долгосрочного и краткосрочного периодов были введены в экономическую теорию А. Маршаллом. Эти понятия имеют качественный, экономический смысл и определяются в зависимости от характера обязательств фирмы. В течение весьма длительного времени все действующие на определенный момент контракты фирмы будут выполнены, оборудование придет в негодность или устареет, так что потребуется его замена, и т.д. Это означает, что по истечении долгосрочного периода фирма полностью освобождается от политики, имущества и обя-

зательств, которыми она связана в данный момент. Продолжительность долгосрочного периода, следовательно, такова, что фирма имеет возможность пересмотреть все стороны своей политики. Фирма, например, установила, что спрос на ее товары существенно возрос, однако может пройти десять лет, прежде чем она позволит себе осуществить перестройку предприятия и замену оборудования, что полностью отвечало бы изменившимся условиям. Таким образом, долгосрочный период – это такой промежуток времени, в течение которого фирма может менять все факторы производства.

Также долгосрочный период характеризуется изменением числа функционирующих в отрасли фирм, поскольку в течение этого времени преодолеваются барьеры для входа и выхода из отрасли. Фирмы с высокими издержками производства не смогут продавать свою продукцию по равновесным ценам и вынуждены будут уйти из отрасли. Напротив, преуспевающие фирмы будут расширять выпуск, привлекая тем самым производителей из других отраслей.

В отличие от долгосрочного в течение краткосрочного периода фирма имеет минимальную свободу маневрирования. Она не в состоянии даже увеличить выпуск продукции в соответствии с возросшим покупательским спросом.

Предполагается также, что возможности свободного доступа новых фирм в отрасль в краткосрочном периоде весьма ограничены, вследствие чего число фирм на отраслевом рынке остается постоянным.

Состав и виды издержек предприятия

Использование фондов предприятия рождает его издержки, представляющие собой ту часть стоимости фондов предприятия, которая включается в стоимость производимых товаров. Традиционно издержки предприятия делят на издержки производства и издержки обращения. Издержки

производства включают затраты предприятия, связанные с производством товаров. Это затраты на сырье, основные и вспомогательные материалы, энергию, топливо, амортизационные отчисления, заработную плату, расходы, связанные с организацией и управлением производством. В разных отраслях в структуре издержек производства может быть различным удельный вес затрат на сырье, энергию, заработную плату, а также затрат в виде амортизационных отчислений. В этой связи выделяют материалоемкие, энергоемкие, трудоемкие и капиталоемкие отрасли, характеризующиеся относительно высокими затратами либо на сырье и материалы, либо на энергию и т.д.

Материалоемкость (Me) определяют путем отношения материальных затрат ($MЗ$) на стоимость произведенной продукции ($П$): $Me = MЗ / П$.

Путем отношения затрат на заработную плату, на энергию, на амортизационные отчисления к стоимости произведенной продукции можно определить трудоемкость, энергоемкость и капиталоемкость производства. Издержки обращения представляют собой затраты на подготовку произведенных товаров к продаже и на осуществление самой продажи товаров. Эти затраты связаны с хранением произведенного товара, его упаковкой и сортировкой, погрузкой-разгрузкой, транспортировкой, проведением маркетинговых исследований, рекламой, передачей товара покупателю и осуществлением в этой связи необходимых кассово-бухгалтерских расчетов. Издержки предприятий, выраженные в деньгах, принимают форму себестоимости.

Микроэкономика вполне обоснованно считает, что процесс производства нельзя считать завершенным до тех пор, пока продукт не передан в руки покупателя. Вот почему издержки производства вместе с издержками обращения она

рассматривает как общие, или валовые, издержки производства предприятия. По существу, издержки производства предприятия предстают как затраты факторов производства на производство и реализацию товаров. В числе таких затрат могут быть затраты в виде процентных платежей за взятые ссуды на приобретение факторов, арендная плата за наем помещения и т. д. Поскольку использование факторов производства осуществляется с помощью предпринимательской деятельности, то в издержки включается и нормальная прибыль как форма вознаграждения предпринимательской деятельности. Нормальной считается прибыль, которая удерживает предпринимателя в данной сфере производства. Она характеризует определенный минимум прибыли, ниже которого предприниматель не согласен продолжать производство данного товара. Издержки производства предприятий, включающие затраты различных факторов производства, разного рода платежи и нормальную прибыль, предстают как полные экономические издержки. Полные издержки предприятия можно подразделить на внешние и внутренние. Внешние издержки включают расходы предприятия на приобретение необходимых факторов производства и их использование. Эти расходы находят отражение в бухгалтерских счетах, в их расходной части. Поэтому они также называются бухгалтерскими издержками. Внутренние издержки включают расходы собственных факторов производства, которые предприятию не приходится оплачивать. Например, отходы основного производства могут быть сырьем для побочного производства на данном предприятии и не требуют внешних расходов, но их стоимость входит в издержки. Нормальная прибыль, будучи частью полных издержек, никаких расходов не предполагает. Использование собственного помещения в производственных целях не требует арендной платы, но она также включается в состав

внутренних издержек как упущенный доход, который можно было бы получить, сдавая помещение в аренду.

Внутренние издержки называют также неявными, или вмененными, включающими затраты, необходимые для привлечения ресурсов в производство данного товара. Они достаточно отчетливо отражают проблему выбора, стоящую перед собственником фактора производства. Его можно либо за плату передать в распоряжение другого предпринимателя, либо использовать самому в расчете на получение соответствующего дохода. Предпочтение отдается более выгодному варианту. Вот почему именно полные экономические издержки закладываются в основу цены, по которой предприятие готово продавать товары на рынке. Если, например, в их состав не включать арендную плату, упущенную вследствие того, что собственное помещение предприятие не сдало в аренду, а использовало в производственных целях, то после реализации товаров предприятие не получит соответствующий доход, равный арендной плате, тогда ему было бы выгоднее сдавать помещение в аренду.

Разные составляющие полных, или валовых, издержек по-разному меняются при изменении объемов производства. В этой связи их подразделяют на постоянные, переменные, предельные и средние издержки. К постоянным относят те издержки, величина которых не меняется с изменением объемов производства. Это амортизационные отчисления, арендная плата, процентные платежи, твердые оклады обслуживающего и административного персонала предприятия и т.п. Графически динамику постоянных издержек изображают с помощью горизонтальной линии, говорящей о том, что, как бы ни менялся объем производства (он представлен на отрезке Oq), величина постоянных издержек остается неизменной – на уровне FC (рис. 21).

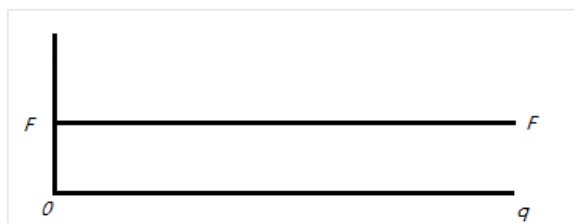


Рис. 21. Динамика постоянных издержек

Если взять постоянные издержки в расчете на единицу продукции, то получатся средние постоянные издержки. Графически они выглядят в виде наклонной линии (рис. 22), свидетельствующей о том, что чем больше производится продукции, тем ниже средние постоянные издержки (AFC).

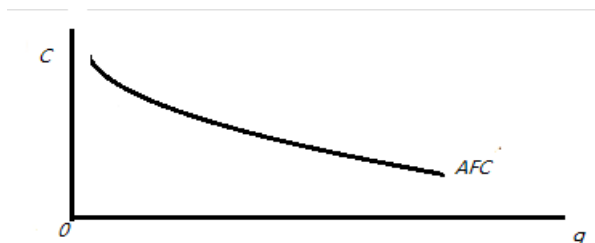


Рис. 22. Графическое изображение средних постоянных издержек

Следует отметить, что постоянство данных издержек относительно. Они постоянны в краткосрочном периоде, а в долгосрочном предстают как переменные. Переменными являются те издержки, величина которых меняется с изменением объемов производства. К ним относятся затраты на сырье, вспомогательные материалы, энергию, зарплату основных работников и т. п. Главным образом это затраты на то, что формирует оборотные фонды предприятий. Графически их можно представить с помощью кривой (рис. 23).

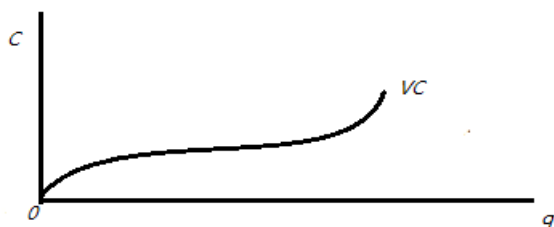


Рис. 23. Графическое изображение переменных издержек

Кривая переменных издержек (VC) выглядит в виде буквы S , отражая своим изгибом эффект на масштабе. Там, где ее изгиб пологий, отражается положительный эффект, а там, где крутой, — отрицательный. Если изобразить переменные издержки в расчете на единицу производимой продукции, т.е. как средние переменные издержки, то получится кривая в виде дуги (рис. 24), которая особенно отчетливо показывает, что при увеличении производства сначала возникает положительный, а затем отрицательный эффект на масштабе.

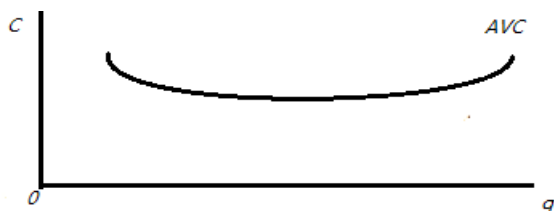


Рис. 24. График средних переменных издержек

Предприятие может управлять величиной переменных издержек, меняя объем производства. Взятые вместе постоянные и переменные издержки образуют валовые, или общие, издержки. Их также можно взять в расчете на единицу продукции и получить средние валовые издержки. Графически валовые и средние валовые издержки изображаются кривыми, похожими на кривые переменных издержек (общих и средних), но сдвинутыми вверх на величину постоянных издержек (рис. 25).

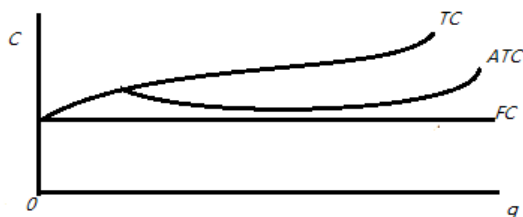


Рис. 25. Графическое изображение валовых и средних валовых издержек

Издержки производства одного и того же товара на разных предприятиях различны. Как правило, на мелких предприятиях они более высокие, чем на крупных. Но слишком крупные предприятия тоже могут иметь повышенные издержки из-за своей громоздкости.

В результате в рамках отрасли издержки отдельных предприятий и среднеотраслевые издержки принимают следующий вид: на рис. 26 большая кривая показывает динамику среднеотраслевых издержек производства данного товара. Маленькие дуги изображают средние издержки отдельных предприятий. У первых предприятий они на сравнительно высоком уровне, соответственно и среднеотраслевые издержки высоки, затем в производство вовлекаются более эффективные предприятия с относительно низкими издержками производства, что понижает среднеотраслевой уровень издержек. Но если растет спрос на продукцию данной отрасли, то к ее производству подключаются менее эффективные предприятия с относительно высокими издержками, которые повышают среднеотраслевой уровень издержек.

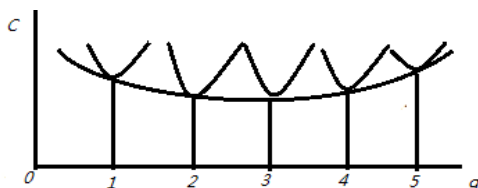


Рис. 26. Динамика среднеотраслевых издержек производства данного товара

Кривые показывают, что производство дополнительных товаров требует иных затрат, чем они были до этого. В этой связи выделяют предельные издержки. Предельными являются издержки на производство дополнительной продукции. Такие издержки также называют приростными, так как они характеризуют прирост издержек на производство дополнительного товара. Последняя единица произведенной партии товаров предстает как предельный продукт (рис. 27).



Рис. 27. Динамика предельных издержек

Изгиб кривой отражает сначала положительный эффект на масштабе, характеризуя то, что каждая дополнительно произведенная единица товара требует все меньше дополнительных затрат, затем проявляется отрицательный эффект на масштабе, что отражено линией кривой, идущей вверх. Динамика предельных издержек отражается в поведении средних издержек. Пока предельные издержки ниже средних, последние понижаются. Как только предельные издержки начинают превышать средние, последние идут на повышение. Если проиллюстрировать взаимосвязь предельных и средних издержек с помощью кривых, можно увидеть, что кривая предельных издержек пересекает кривую средних на ее самом низком уровне (рис. 28).

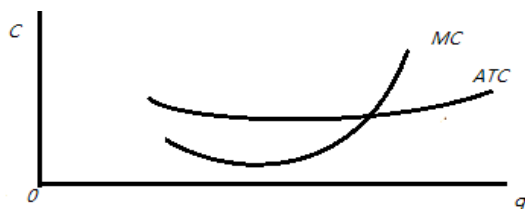


Рис. 28. Взаимосвязь предельных и средних издержек

Для определения наиболее выгодного объема производства предприятие должно руководствоваться следующим правилом: прибыль максимальна при таком объеме производства, при котором предельные издержки (MC) равны предельной выручке (MR).

$$MC = MR.$$

Под предельной выручкой понимается доход, получаемый от последней единицы производимой продукции. В условиях, когда все произведенные товары продаются по одной и той же цене, установленной на рынке, данное равенство можно продолжить, приравняв предельную выручку и предельные издержки к цене товара (p) и, соответственно, к среднему доходу (AR):

$$MC = MR = p = AR.$$

Ситуацию, характеризующую достижение предприятием наиболее выгодного объема производства, можно представить в виде рис. 29.

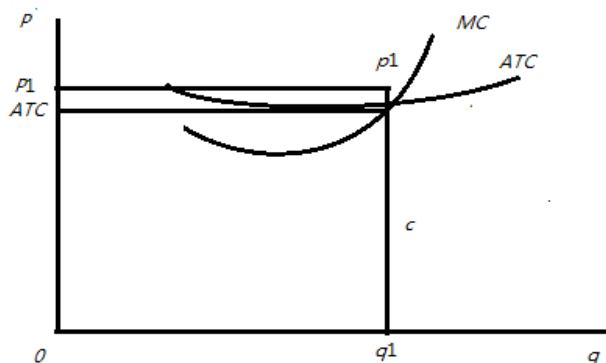


Рис. 29. Графическое изображение оптимального объема производства предприятия

Рисунок показывает, что объем производства составляет величину $0q_1$. При нем валовая выручка равна площади $0p_1p_1q_1$, валовые издержки площади $0ATCcq_1$ и, соответственно, валовая прибыль – площади $ATCp_1p_1c$.

То, что именно при данном объеме производства прибыль максимальна, доказывается от противного. Допустим, объем производства превысил величину $0q_1$. В этом случае предельные издержки оказываются выше предельного дохода, так что производство дополнительной продукции принесло убытки. Если же производство будет меньше величины $0q_1$, то убытков не будет, но уменьшатся размеры валовой прибыли. Изменение объема производства возможно либо при изменении цены на производимые товары, либо при изменении издержек. Так, повышение цены делает возможным увеличение объема производства до тех пор, пока предельные издержки не сравняются с новой ценой. Понижение цены требует соответствующего сокращения производства. Но здесь возникает вопрос, до какого уровня возможно сокращение производства, если цена идет на понижение? Ответом на этот вопрос является правило: производство можно сокращать до тех пор, пока предельная выручка не сравняется со средними переменными издержками. $TR = AVC$.

При дальнейшем понижении цены производство следует прекращать. Точка, в которой линия цены пересекает кривую переменных издержек, называется «точкой бегства» предприятия из отрасли. Следует, однако, помнить, что это правило действует в краткосрочном периоде, т. е. в течение того времени, когда можно позволить не возмещать постоянные издержки. Понятно, что долго это делать нельзя. Надо либо прекратить производство данного товара, либо понижать издержки производства. В последнем случае кривые издержек как бы сдвигаются вниз, и при понизившейся цене можно иметь прибыль и продолжать производство.

Издержки производства в долгосрочном периоде

Главной особенностью издержек в долгосрочном периоде является тот факт, что все они носят переменный харак-

тер. Поэтому в долгосрочном периоде не выделяют средних постоянных и средних переменных издержек, а анализируют средние издержки на единицу продукции ($LATC$), которые по сути своей являются одновременно и средними переменными издержками.

Кривая долгосрочных средних издержек ($LATC$) представляет собой кривую, огибающую бесконечное число кривых краткосрочных средних издержек производства, которые соприкасаются с ней в точках их минимума (рис. 30). Кривая долгосрочных средних издержек показывает наименьшие издержки производства единицы продукции, с которыми может быть обеспечен любой объем выпуска при условии, что фирма имеет время для изменения всех факторов производства.

В долгосрочном периоде также существуют и предельные издержки. Долгосрочные предельные издержки (LMC) показывают изменение общей суммы издержек предприятия в связи с изменением объема выпуска готовой продукции на одну единицу в том случае, когда фирма свободна изменять все виды затрат.

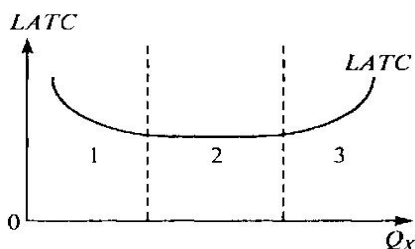


Рис. 30. Средние издержки фирмы в долгосрочном периоде

Кривые долгосрочных средних и предельных издержек соотносятся друг с другом так же, как и кривые краткосрочных издержек: если LMC лежит ниже $LATC$, то $LATC$ падают, а если LMC лежит выше $LATC$, то $LATC$ возрастают. Возрастающая часть кривой LMC пересекает кривую $LATC$ в точке минимума (рис. 31).

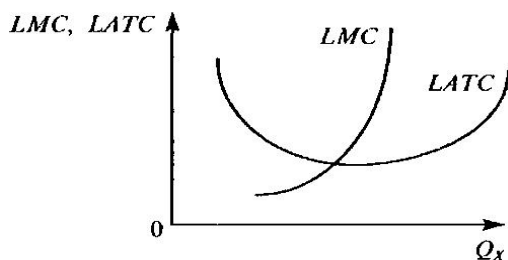


Рис. 31. Соотношение кривых долгосрочных средних и предельных издержек

На кривой $LATC$ можно выделить три отрезка. На первом из них долгосрочные средние издержки сокращаются, на третьем, наоборот, возрастают. Возможна также ситуация, когда на графике $LATC$ будет существовать промежуточный отрезок с примерно одинаковым уровнем издержек на единицу продукции при различных значениях объема выпуска – Q_x .

Положительный эффект масштаба производства (эффект массового производства, экономия, обусловленная ростом масштаба производства, возрастающая отдача от масштаба производства) связан со снижением издержек на единицу продукции по мере наращивания объемов выпускаемой продукции. Возрастающая отдача от масштаба производства (положительный эффект масштаба производства) имеет место в ситуации, когда объем производства (Q_x) растет быстрее, чем растут издержки, и, следовательно, $LATC$ предприятия падают. Существование положительного эффекта масштаба производства и объясняет нисходящий характер графика $LATC$ на первом отрезке. Объясняется это расширением масштабов деятельности, которое влечет за собой:

1. Рост специализации труда. Специализация труда предполагает, что многообразные производственные обязанности поделены между разными работниками. Вместо того чтобы выполнять одновременно по несколько раз-

личных производственных операций, что имело бы место при незначительном масштабе деятельности предприятия, в условиях массового производства каждый рабочий может ограничиться одной единственной функцией. Отсюда рост производительности труда, а следовательно, и снижение издержек на единицу продукции.

2. Рост специализации управленческого труда. По мере роста размеров предприятия увеличиваются возможности использования преимуществ и от специализации в управлении, когда каждый менеджер может сосредоточиться на одной задаче и выполнять ее более эффективно. Это в конечном счете повышает эффективность функционирования предприятия и влечет за собой снижение издержек на единицу продукции.

3. Эффективное использование капитала (средств производства). Наиболее эффективное, с технологической точки зрения, оборудование продается в виде крупных, дорогостоящих комплектов и требует больших объемов производства. Использование этого оборудования крупными производителями позволяет сократить издержки на единицу продукции. Подобное оборудование недоступно мелким фирмам из-за малых объемов производства.

4. Экономия от использования вторичных ресурсов. У крупного предприятия больше возможностей для производства побочной продукции, чем у мелкой фирмы. Крупная фирма, таким образом, более эффективно использует ресурсы, вовлекаемые в производство. Отсюда и меньшие издержки на единицу продукции.

Положительный эффект масштаба производства в долгосрочном периоде не является беспредельным. Со временем расширение предприятия может привести к отрицательным экономическим последствиям, вызвать отрицательный эффект масштаба производства, когда расширение объемов

деятельности фирмы сопряжено с ростом издержек производства на единицу продукции. Отрицательный эффект масштаба имеет место, когда издержки производства растут быстрее его объема и, следовательно, $LATC$ растут по мере увеличения выпуска. Со временем расширяющаяся фирма может столкнуться с негативными экономическими фактами, обусловленными усложнением структуры управления предприятием, — этажи управления, разделяющие административный аппарат и собственно процесс производства, множатся, высшее руководство оказывается существенно отдаленным от производственного процесса на предприятии. Возникают проблемы, связанные с обменом и передачей информации, плохой координацией решений, бюрократической волокитой. Снижается эффективность взаимодействия между отдельными подразделениями фирмы, теряется гибкость управления, усложняется и затрудняется контроль за реализацией решений, принимаемых руководством фирмы. В результате эффективность функционирования предприятия снижается, растут средние издержки производства. Поэтому фирме при планировании своей производственной деятельности необходимо определять пределы расширения масштабов производства.

На практике возможны случаи, когда кривая $LATC$ на некотором интервале параллельна оси абсцисс — на графике долгосрочных средних издержек есть промежуточный отрезок с примерно одинаковым уровнем издержек на единицу продукции при различных значениях Q_x . Здесь мы имеем дело с постоянной отдачей от масштаба производства. Постоянная отдача от масштаба имеет место тогда, когда издержки и объем производства растут одинаковыми темпами и, следовательно, $LATC$ остаются постоянными при всех объемах производства.

Внешний вид кривой долгосрочных издержек позволяет сделать некоторые выводы по поводу оптимального размера

предприятия для разных отраслей экономики. Минимальный эффективный масштаб (размер) предприятия – уровень выпуска продукции, начиная с которого прекращается действие эффекта экономии, обусловленной ростом масштабов производства. Иными словами, речь идет о таких значениях Q_x , при которых фирма достигает наименьших издержек на единицу продукции. Обусловленный действием эффекта масштаба уровень долгосрочных средних издержек влияет на формирование эффективного размера предприятия, что, в свою очередь, оказывает воздействие на структуру отрасли. Чтобы разобраться, рассмотрим следующие три случая (рис. 32).

1. Кривая долгосрочных средних издержек имеет продолжительный промежуточный отрезок, для которого величина $LATC$ соответствует некоторой константе. Для данной ситуации характерно положение, когда предприятия с объемом производства от Q_A до Q_B имеют одинаковую величину издержек. Это свойственно отраслям, включающим разновеликие предприятия, причем уровень средних издержек производства у них будет одинаковым (см. рис. 32, а). Примеры таких производств: деревообрабатывающая, лесная промышленность, производство продуктов питания, одежды, мебели, текстиля, продуктов нефтехимии.

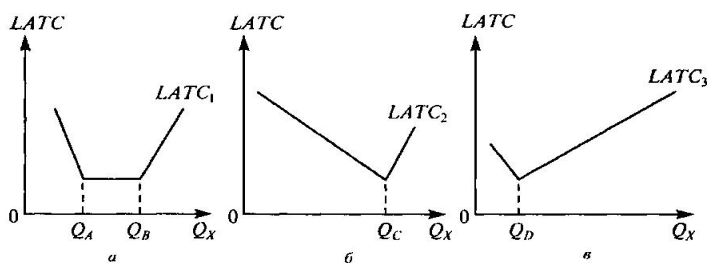


Рис. 32. Типы кривых долгосрочных средних издержек

а – объем производства с одинаковой величиной издержек; б – положительный эффект масштаба производства; в – отрицательный эффект масштаба производства

2. У кривой $LATC$ достаточно продолжительный первый (нисходящий) отрезок, на котором действует положительный эффект масштаба производства (см. рис. 32, б). Минимальная величина издержек достигается при больших объемах производства (Q_c). Если технологические особенности производства некоторых благ порождают кривую долгосрочных средних издержек описанной формы, то на рынке этих благ будут присутствовать крупные предприятия. Это характерно в первую очередь для капиталоемких отраслей – металлургии, машиностроения, автомобилестроения и т.д. Существенный эффект от масштаба наблюдается и при производстве стандартизированной продукции – пива, кондитерских изделий и т.п.

3. Падающий отрезок графика долгосрочных средних издержек очень незначителен, быстро начинает работать отрицательный эффект масштаба производства (см. рис. 32, в). В этой ситуации оптимальный объем производства (QD) достигается при небольшом объеме выпуска продукции. При наличии рынка большой емкости можно предположить возможность существования множества мелких предприятий, выпускающих данный вид продукции. Такая ситуация характерна для многих отраслей легкой и пищевой промышленности. Здесь речь идет о некапиталоемких производствах – многие виды розничной торговли, фермерские хозяйства и т.п.

В условиях совершенной конкуренции фирма находится в краткосрочном равновесном состоянии при условии равенства предельных издержек (MC) предельному доходу (MR). Поскольку для конкурентной фирмы продажная цена P задается рынком и остается постоянной при любом выпуске, предельный доход совпадает с ценой ($MR = P$). Это означает также, что и средний доход (AR) равен цене.

В краткосрочном периоде фирмы могут получать прибыль и нести убытки, поскольку у одних фирм средние из-

держки окажутся ниже цены, у других – выше. Убыточные фирмы вынуждены покинуть отрасль, а прибыльные будут привлекать в отрасль новых конкурентов.

В долгосрочном периоде число фирм в отрасли изменится, в результате чего средние издержки уравниваются с ценой и прибыль исчезнет. Поэтому в долгосрочном периоде конкурентные фирмы получают нулевую прибыль и находятся в равновесном состоянии при условии: $AR = AC$.

Вопросы для обсуждения

1. Как и почему в рыночной экономике появились фирмы? Как соотносятся между собой фирма и рынок?

2. Объясните, почему существует рынок, если фирмы позволяют устранять определенные затраты и фактически сокращать издержки производства. Почему экономика не превращается в одну гигантскую фирму?

3. Чем определяются оптимальные размеры фирмы? Почему в экономике существует такое большое разнообразие фирм – малых, средних, крупных, гигантских?

4. Что такое организационно-правовая форма предприятия? Какие правовые формы предпринимательской деятельности существуют?

5. Какие черты присущи государственному предприятию? Почему возникли государственные предприятия и какие функции они выполняют в экономике?

6. Какие критерии лежат в основе разграничения краткосрочного и долгосрочного периодов?

7. «Любая фирма стремится лишь к максимизации своей прибыли». Верно ли это утверждение?

8. Чтобы получить максимальную прибыль, фирма должна продать как можно больше продукции. Так ли это?

9. Чем отличается экономическая прибыль от бухгалтерской?

10. Издержки производства: постоянные, переменные, общие. Их характеристика, графическое изображение, роль и значение для предпринимателя.

11. Существует ли в долгосрочном периоде понятие постоянных издержек? Приведите примеры того, как по истечении определенного момента времени постоянные издержки могут оказаться переменными.

12. Почему кривая предельных издержек MC пересекает кривую средних переменных издержек AVC и средних общих издержек AC в точках их минимальных значений?

13. Почему кривая предельного дохода конкурентной фирмы MR совпадает с линией цены P и имеет горизонтальный вид?

14. Расскажите, при каких условиях конкурентная фирма достигает равновесия.

15. При каком объеме выпуска конкурентная фирма достигнет оптимального масштаба в долгосрочном периоде?

6. ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР: КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

6.1. Рынок совершенной (чистой) конкуренции

Для рынка **чистой конкуренции** характерно:

- 1) множество продавцов и покупателей, независимых друг от друга;
- 2) отдельный продавец и покупатель не в состоянии контролировать рыночную цену;
- 3) свободный вход на рынок и выход из него;
- 4) свободный доступ к ресурсам и свобода их передвижения;
- 5) свободный доступ к информации о ценах;
- 6) на рынке продается стандартизированный продукт;
- 7) покупателю безразлично, у какого продавца приобретать продукцию.

Стандартизированный (однородный) продукт – это такой товар, который не отличается по качеству у различных производителей. Фирмы выпускают продукцию одинакового качества не потому, что не предпринимают никаких усилий для улучшения товара, а потому, что таков сам товар.

В чистом виде этот рынок практически не встречается в экономике. Но такие рынки, как рынок сельхозсырья, рынок ценных бумаг, рынок валюты, имеют признаки рынка чистой конкуренции.

В условиях чистой конкуренции фирма не имеет ценовой политики, а только приспосабливается к цене, устанавливаемой на основе рыночного равновесия. Спрос на продукцию отдельной фирмы в этих условиях совершенно эластичен, т.е. кривая спроса горизонтальна. Если на рынке сформировалась цена, то конкурентная фирма будет продавать любой объем производства по одной цене. Однако это не означает, что весь рыночный спрос будет также абсолют-

но эластичен. Кривая рыночного спроса будет иметь отрицательный наклон, так как в целом на рынке поведение людей будет соответствовать закону спроса (рис. 33).

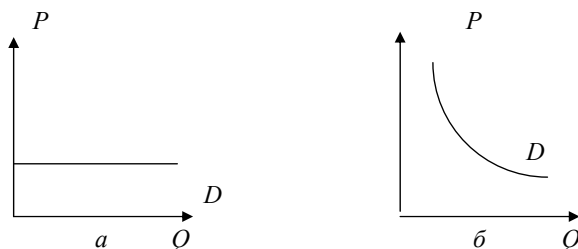


Рис. 33. Спрос модели чистой конкуренции

a – спрос на продукцию конкурентной фирмы;

б – спрос на рынке чистой конкуренции

При установившейся рыночной цене перед производителем стоят три вопроса:

1. Следует ли производить данную продукцию?
2. Какое количество продукции производить?
3. Какая прибыль или убыток будут получены?

В краткосрочном периоде предприниматель будет производить продукцию, если фирма получит:

- а) экономическую прибыль;
- б) убыток, меньший, чем постоянные издержки.

В том случае, когда предприниматель решил начать производство, он определяет объем продукции из расчета получения в краткосрочном периоде наибольшей прибыли или минимального убытка.

Кривая спроса на продукцию в краткосрочном периоде является одновременно кривой предельного дохода и среднего дохода фирмы. Цена, уплачиваемая покупателем за единицу продукции, является в то же время средним и предельным доходом от единицы продукции для продавца. Следовательно, правило максимизации прибыли будет изменено: $MC = P$.

При рассмотрении поведения фирмы в долгосрочном периоде учитываются следующие допущения:

1. Единственным долгосрочным приспособлением фирмы является вступление ее в отрасль или уход из отрасли. Если рыночная цена выше, чем средние издержки, и фирмы получают прибыль, то будет наблюдаться приток новых фирм в отрасль. Если цена ниже, чем средние издержки, то фирмы будут терпеть убытки, и произойдет отток фирм из отрасли.

2. Все фирмы в отрасли имеют одинаковые средние издержки, ввиду одинаковой технологии.

3. В данное время издержки в отрасли не меняются, т.е. вступление фирм в отрасль и выход из нее не влияет на средние издержки отдельных фирм.

Если фирмы на рынке будут получать прибыль, это будет стимулировать остальных войти на этот рынок. В результате рыночное предложение вырастет и рыночная цена уменьшится, что приведет к сокращению прибыли. При противоположной ситуации фирмы будут уходить из отрасли, предложение сократится, рыночная цена упадет и прибыль фирм сократится.

После завершения долговременных приспособлений при установлении долговременного равновесия цена продукта будет соответствовать минимуму средних валовых издержек фирмы ($P = AC$). При этом сохраняется равенство цены и предельных издержек ($P = MC$). Т. е. в длительный период в состоянии равновесия все фирмы в отрасли будут получать нулевую прибыль.

Свойством рынков с чистой конкуренцией является их способность восстанавливать эффективное распределение ресурсов при изменениях в экономике. Эффективное распределение ресурсов возникает в точке равенства цены предельным издержкам. Эффективность в распределении ресурсов касается не только производителей, но и остальных

потребителей ресурсов. Конкурентная экономика стремится распределить ограниченные ресурсы так, чтобы максимально удовлетворять потребности.

6.2. Модели рынка несовершенной конкуренции

Монополия – это рыночная структура, где действует один продавец и множество покупателей. Для этого рынка характерно:

- жесткий контроль над ценой со стороны производителя;
- высокие барьеры для входа и выхода из отрасли;
- уникальность продукта.

В зависимости от типа барьера выделяют следующие типы монополий – административная, предпринимательская и естественная.

Административная монополия – это монополия, защищенная нормативно-правовыми актами, т.е. ее появлению способствовали не рыночные, а административные барьеры. Такие монополии, как правило, существуют, когда государство закрепляет за собой монопольное право производить и/или продавать какую-либо продукцию (военная техника, электроэнергия, алкогольная и табачная продукция и т.д.). Также к таким монополиям относят фирмы, обладающие патентом на производство какой-либо продукции, так как их монопольное положение защищает законодательство об авторских правах.

Предпринимательская монополия – это монополия, возникшая в результате конкуренции за счет более успешной стратегии фирмы по сравнению с ее конкурентами. Такая монополия носит, как правило, временный характер.

Возникновение **естественной монополии** обусловлено положительным эффектом масштаба. Если положительный эффект масштаба достигается только при очень больших объемах производства, которые полностью удовлетворяют

рыночный спрос, то нет необходимости создавать конкуренцию в этой отрасли, так как наличие двух и более фирм приведут к росту средних издержек, а следовательно, и цены продукции. Примерами естественных монополий служат метро, энергетика, железная дорога.

Чистый монополист определяет объем производства исходя из своих издержек производства и спроса на товар. Рыночный спрос при монопольном производстве представляет собой отраслевой спрос. При этом кривая спроса не является совершенно эластичной, как при конкурентном производстве. Она представляет собой традиционную форму нисходящей линии, потому что кривая спроса отдельной фирмы (монополиста) и кривая рыночного спроса одно и то же (рис. 34).

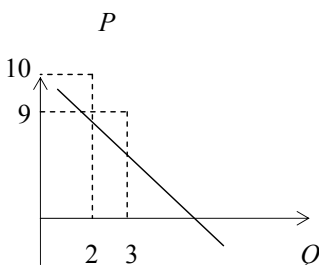


Рис. 34. Спрос и предельный доход на рынке чистой монополии

Следствия нисходящей кривой спроса:

Цена превышает предельный доход при любом объеме. Монополист может увеличивать объем продаж, лишь уменьшая цену, а это приводит к тому, что предельный доход становится меньше цены (среднего дохода) для каждого уровня выпуска.

Чтобы увеличить объем продажи с 2 единиц до 3 единиц продукции, фирма вынуждена будет снизить цену с 10 до 9 руб. Предельный доход 3-й единицы составит 7 руб.

$$MR = (10 \cdot 2 - 3 \cdot 9) / 1 = 7.$$

Он значительно меньше, чем цена продукта.

Итак, одним из первых отличий поведения монополиста по отношению к ценам и объемам производства в сравнении с поведением фирм в условиях чистой конкуренции является его более полная самостоятельность. Монополист сам определяет цену и объем производства продукции.

Вторым отличием является ориентация монополиста при выборе цены и объема производства не на равенство цены и предельных издержек, а на равенство предельного дохода и предельных издержек.

В третьих, монополист выбирает такую комбинацию цен и объемов производства, при которой валовой доход не уменьшится. Только в этом случае у него есть возможность получить максимальную прибыль.

Некоторые люди считают, что монополист может назначать максимальную цену, которую он может получить. Но оказывается, что более высокие цены могут приносить меньшую совокупную прибыль по сравнению с максимальной. Ведь совокупная прибыль зависит не только от цены и от издержек на единицу продукции, но и от объема продаж. Увеличение цены для монополиста ведет к снижению объема продаж, а значит, и к потере части прибыли. Следовательно, монополист будет избегать роста цен, при котором теряется прибыль.

Есть еще одно заблуждение в отношении монополии. Многие думают, что монополист застрахован от убытков. На самом деле монополия не гарантирует экономическую прибыль, хотя вероятность ее получения выше, чем при чистой конкуренции. Причем барьеры для вступления в отрасль конкурентов позволяют сохранять экономическую прибыль в долгосрочном периоде. Но в краткосрочном периоде при неблагоприятной ситуации (слабом спросе и высоких издержках) монополист может нести убытки.

Монополия имеет свои положительные и отрицательные экономические последствия.

Для общества в целом монополии имеют последствия, касающиеся распределения ресурсов, издержек, НТП, распределения доходов, ценовой дискриминации и государственного регулирования.

1. Монополист может считать выгодным продать меньший объем продукции по большей цене, чем это сделал бы конкурирующий производитель. Выпуская меньше продукции, монополист недоиспользует ресурсы общества. А это является невыгодным для общества. Ресурсы используются неэффективно.

2. Для отдельных отраслей большие объемы монопольного производства сокращают издержки на единицу продукции по сравнению с более мелким конкурентным производством, т.е. срабатывает эффект масштаба.

3. С другой стороны, отсутствие конкуренции способствует росту так называемой Х-неэффективности. Х-неэффективность возникает тогда, когда фактические издержки фирмы больше, чем минимально возможные издержки. Причины Х-неэффективности могут быть различны: рост фирмы, стремление менеджеров к более легкой жизни на работе, уклонение от предпринимательского риска, обеспечение работой некомпетентных друзей и родственников, плохое стимулирование рабочих, эмпирические (ненаучные) методы принятия решений и др.

4. Кроме того, монополист наращивает издержки производства, стремясь сохранить монопольное положение и склонить правительство на предоставление привилегий через депутатов, рекламу. Лицензии на вступление в отрасль также увеличивают издержки производства.

5. Отсутствие конкуренции не всегда способствует развитию научно-технического прогресса в отрасли. С другой

стороны, технические усовершенствования ведут к снижению издержек производства, а значит, к наращиванию прибыли при сложившейся рыночной цене. Поэтому монополист, считая это выгодным, может применять новую технологию. Кроме того, НТП может быть одним из барьеров для вступления в отрасль и даже выступать главным фактором сохранения монополии.

6. Получая более высокую прибыль за счет высоких цен, монополисты стремятся обогатиться, получить доход за счет остальной части общества.

7. Монополист может прибегать к ценовой дискриминации, т.е. использовать по одному продукту разные цены для разных потребителей. При этом различия в ценах не основываются на разных издержках.

8. Многие монополистические отрасли являются естественными монополиями, поэтому требуют общественного регулирования. Государство, регулируя монопольные цены, может выделять субсидии.

Монополистическая конкуренция

Рынок монополистической конкуренции сочетает в себе признаки чистой конкуренции и чистой монополии. Это сочетание отражается в самом названии третьей рыночной структуры. От конкурентного рынка ей достались следующие черты: множество продавцов и покупателей; отсутствие барьеров для входа и выхода на рынок. Но в отличие от рынка чистой конкуренции, на рынке монополистической конкуренции продается и покупается дифференцированный продукт. Дифференцированный продукт – это продукт, отличающийся по качеству у различных производителей в силу различий в технологии. На этом рынке каждая фирма самостоятельно решает, какой товарной стратегии придерживаться. Производить ли ей дешевый, но низкосортный товар или товар высокого качества, но более дорогой. Для этого рынка характерно наличие товарных знаков и торго-

вых марок, а также реклама. Торговые марки и товарные знаки необходимы для того, чтобы покупатель мог ориентироваться в разнообразии товаров и услуг. Если фирма производит товар под известной всем товарной маркой, причем покупатели предпочитают именно ее, то в этом случае ситуация напоминает модель чистой монополии. Чем ниже эластичность спроса на товар фирмы, тем большей монопольной властью она обладает.

Кривая спроса при монополистической конкуренции менее эластична, чем при чистой конкуренции, но более эластична, чем на рынке чистой монополии. Эластичность зависит от числа конкурентов и степени дифференциации продукта.

В краткосрочном периоде фирма определяет объем работы и цену на основе анализа предельного дохода и предельных издержек с целью получения максимальной прибыли или минимальных убытков. Она стремится получать максимальную совокупную прибыль.

Получение прибыли в краткосрочном периоде привлекает в отрасль новых конкурентов, что вызывает в долгосрочном периоде исчезновение экономической прибыли. Фирма просто покрывает свои издержки, получает только нормальную прибыль, является безубыточной. В случае получения в краткосрочном периоде убытков начинается массовый отток конкурентов из отрасли в долгосрочном периоде. На оставшиеся в отрасли фирмы в этом случае останется большая доля совокупного спроса, а значит, возможность увеличения объемов работ, снижения убытков и получения нормальной прибыли.

Таким образом, в долгосрочном периоде фирмы при монополистической конкуренции имеют тенденцию к получению нормальной прибыли или к безубыточности.

Но отдельные фирмы в силу причин, дающих привилегию (место расположения фирмы, наличие патента на дан-

ный вид продукции), могут получать не только нормальную прибыль, но и экономическую.

В условиях монополистической конкуренции не достигается ни эффективное использование ресурсов, ни производственная эффективность. Дело в том, что монополистический элемент приводит к некоторому недоиспользованию ресурсов и к меньшим объемам производства, чем наиболее эффективные (при чистой конкуренции).

Более низкие объемы влекут за собой рост средних издержек на единицу продукции, а значит, приводят к ценам более высоким, чем при чистой конкуренции. Кроме того, на предприятиях в этом случае имеются избыточные производственные мощности.

Примерами рынка монополистической конкуренции является рынок продуктов питания, одежды, бытовой техники и многие другие.

Олигополия

Олигополия представляет собой рыночную структуру, при которой на рынке какого-либо продукта присутствует небольшое число фирм-продавцов, каждая из которых занимает существенную долю рынка и обладает значительным контролем над ценами. Например, в США на долю четырех компаний приходится 92 % выпуска всех автомобилей. Олигополия характерна для многих отраслей промышленности в России. Часто те или иные фирмы являются олигополистами на местном рынке (например, магазины, рестораны, зрелищные предприятия).

Продукция на олигополистическом рынке может быть как однородной, стандартизированной (медь, цинк, сталь), так и дифференцированной (автомобили, бытовые электроприборы, табачные изделия).

Характерной особенностью олигополистической структуры является то, что фирмы при формировании своей це-

новой политики должны принимать во внимание реакцию конкурентов, т.е. все производители, выступающие на олигополистическом рынке, взаимозависимы. При монополистической структуре такого положения не возникает (конкуренты отсутствуют), при совершенной и монополистической конкуренции – также (конкурентов, наоборот, слишком много, и учесть их действия невозможно). Между тем реакция фирм конкурентов может быть различной, и прогнозировать ее сложно. Для этого рынка характерно такое явление, как «ценовые войны». Это последовательное снижение цены фирмами-олигополистами в надежде получить конкурентное преимущество на рынке. Обычно в «войну цен» между собой крупные компании не вступают, так как ее исход сложно предсказать.

Олигополистические цены являются жесткими (негибкими), меняются очень редко, реже, чем при других моделях рынка. Причем фирмы меняют цены все вместе, наблюдается тенденция к согласованным действиям и тайному сговору при ценообразовании. Негибкость цен объясняется реакцией конкурентов на любое изменение цены. Если фирма понижает цены, то конкуренты поступают так же, чтобы препятствовать оттоку покупателей. При повышении фирмой цены конкуренты перехватывают покупателей данной фирмы, чтобы захватить долю ее бизнеса на рынке. Поэтому любые изменения цены фирмой могут принести мало выгоды, а то и привести к потерям.

В результате фирмы приходят к непосредственному или молчаливому тайному соглашению по поводу определения цены, распределения рынков с целью ограничения конкуренции. Соглашение может принимать разные формы. Сговор может быть не только письменным, но и молчаливым, непрямым. Это происходит, когда лидирующая фирма меняет цену, а другие следуют за ней.

Говоря о совершенной конкуренции и монополии, мы указывали лишь на два ограничения, действующих при установлении цен, – предельные издержки и объем спроса на продукцию. Любая модель олигополии должна исходить из учета действий конкурентов. Это дополнительное существенное ограничение, которое обязательно следует принимать во внимание при выборе схемы поведения олигополистической фирмы. Поэтому стандартной модели определения оптимального объема производства и цены продукции для олигополии не существует. Рассмотрим некоторые из вариантов рыночного поведения фирм-олигополистов.

1. Картели. В отличие от совершенной и монополистической конкуренции, когда сговор между конкурентами практически невозможен из-за их большого числа, олигополисты часто вступают в сговор по поводу установления цен и объемов продаж. Благодаря этому достигается увеличение прибыли и сокращение риска. Сговор может быть как тайным, так и легальным. Существует много международных картелей, наиболее известным из которых является ОПЕК (Организация стран-экспортеров нефти).

2. Лидерство в ценах. Оно имеет место, когда все фирмы отрасли, устанавливая цены на продукцию, следуют за ценовым лидером, в остальном проводя самостоятельную политику.

3. Неценовая конкуренция. К разновидностям неценовой конкуренции относится, прежде всего, обновление выпускаемой продукции. Обычно выигрывает та фирма, которая раньше других создает и поставляет на рынок новые виды товаров и услуг. Потребитель часто предпочитает покупать не самую дешевую, а наиболее высококачественную продукцию, добываясь тем самым меньших затрат на единицу потребительского эффекта. В неценовой конкуренции

большое место отводится рекламе. В некоторых случаях имеет место искусственная дифференциация продукции, когда чисто внешние изменения (например, дизайн) выдаются за существенные.

Максимизация прибыли в условиях несовершенной конкуренции

В условиях совершенной конкуренции власть монополиста над ценой связана с эластичностью спроса. При прочих равных условиях, чем меньше эластичность спроса покупателей, тем больше возможностей для установления высоких цен у фирмы-монополиста. Может возникнуть ситуация, когда фирме выгодно разделить свой рынок: продавать один и тот же товар разным группам потребителей по разным ценам, причем различия в ценах не обусловлены различиями в издержках производства. Такая практика продажи называется ценовой дискриминацией. Слово «дискриминация» здесь означает не ущемление чьих-либо прав, а «разделение».

Почему фирмы в определенных обстоятельствах используют ценовую дискриминацию? Потому что понижением цены можно привлечь новых покупателей, которые иначе просто не купят продукцию по высоким ценам. Но провести снижение цен нужно так, чтобы состоятельные покупатели по-прежнему приобретали продукцию по высоким ценам (и даже более высоким, чем до дискриминации), не ушли на более дешевый рынок. Фирма увеличит свою прибыль, если разделит рынок: более богатым покупателям предложит продукцию выше цены монопольного равновесия, а более бедным – ниже этой цены.

Большое внимание проблемам ценовой дискриминации уделяется в работах А. Пигу, Дж. Робинсон и других экономистов, исследовавших проблемы несовершенной конкуренции. Дж. Робинсон особо подчеркивает выгодность

разделения единого рынка. При этом, если монополист установит на всех рынках одинаковую цену, его предельный доход MR от дополнительной продажи товаров на одном изолированном рынке окажется больше, чем на другом. Но когда фирма-монополист установит разные цены на изолированных рынках, то она сможет продавать меньше продукции (но по высоким ценам) на одном рынке и больше продукции (но по низким ценам) – на другом. Где же фирма будет продавать меньше продукции? На рынках с низкой эластичностью спроса. Потребители с низкой эластичностью спроса не откажутся от покупок, если даже цены повысятся. А где фирма будет продавать больше продукции? На рынках с высокой эластичностью спроса, где потребители активно реагируют на снижение цен. Монополист установит объем продаж на таком уровне, что предельный доход от реализации дополнительной единицы продукции на всех рынках будет одинаков.

Самая сложная проблема ценовой дискриминации – надежно отделить один рынок от другого (т.е. «дешевый» от «дорогого» рынка). Если этого не сделать, то идея максимизации прибыли не будет реализована. Ведь потребители «дешевого» рынка купят на нем продукцию по низким ценам и перепродадут ее на «дорогом» рынке.

Приведем конкретные примеры достаточно надежного разделения рынка. Например, железнодорожная компания устанавливает на одну и ту же услугу (т.е. перевоз грузов) разные тарифы: более низкие на уголь и более высокие на хлопок. Компания при этом уверена, что на мешках хлопка не будет начертано слово «уголь», чтобы воспользоваться более низким тарифом.

Таким образом, фирма-монополист должна уметь надежно разделять свой рынок, ориентируясь на разную эластичность спроса у разных потребителей, умело отделять «дешевый» рынок от «дорогого».

На рис. 35 показаны рынки с ценовой дискриминацией (случай *а* и *б*). Эти два графика как бы повернуты друг к другу «спиной», чтобы нагляднее была видна взаимосвязь между ними. Линия MC проходит через оба этих графика, что отражает неизменный уровень издержек при продаже продукции по разным ценам. Уровень цены устанавливается монополией, как известно, на уровне пересечения линии предельного дохода (MR) и предельных издержек (MC). Следовательно, уровень цены на рынках, где монополия осуществляет ценовую дискриминацию, будет разным (P_1 и P_2).

Фирма устанавливает высокую цену P_1 и продает продукцию Q_1 покупателям с низкой эластичностью спроса. Это – «дорогой» рынок. Валовой доход фирмы – заштрихованный прямоугольник – 1.

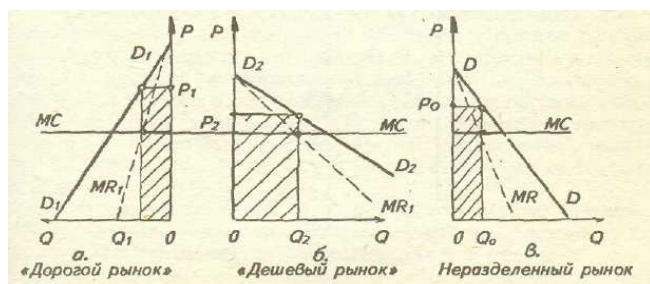


Рис. 35. Рынки с ценовой дискриминацией

В случае рынка *б* фирма устанавливает низкую цену P_2 и продает продукцию Q_2 покупателям с высокой эластичностью спроса. Это – «дешевый» рынок. Валовой доход фирмы и на этом графике – заштрихованный прямоугольник – 2. Суммарный валовой доход фирмы – сумма прямоугольников 1 и 2. Этот валовой доход от ценовой дискриминации оказывается выше, чем на едином, неразделенном, рынке. На этом неразделенном рынке фирма устанавливает цену P_0 и продает продукции Q_0 . Валовой доход – заштри-

хованный прямоугольник 3, который оказывается меньше суммы прямоугольников 1 + 2.

Для большей наглядности можно совместить на одном графике кривые спроса (рис. 36). Вертикаль MM делит единый рынок монополиста на рынок 1 и рынок 2. Кривая спроса монополиста, практикующего ценовую дискриминацию, будет иметь вид «ломаной кривой» D_1AD_2 . Отрезок D_1A – кривая низкоэластичного спроса на «дорогом» рынке 1. Отрезок AD_2 – кривая высокоэластичного спроса на «дешевом рынке» 2. На рынке 1 монополист будет устанавливать высокие цены, на рынке 2 – более низкие. Чем выше умение продавца различать группы покупателей с разной эластичностью спроса и надежнее способ отделения «дорогого» рынка от «дешевого», тем больший доход он будет получать.

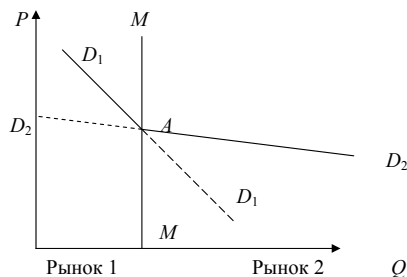


Рис. 36. Разделение рынка монополиста на «дорогой» и «дешевый»

Модель рынка совершенной конкуренции предполагает наиболее рациональное использование всех ресурсов общества, минимизацию общественных затрат на производство продукции.

Рынок несовершенной конкуренции предполагает отклонение от состояния равновесия, сложившегося в условиях совершенной конкуренции. Общество несет определенные потери в связи с монополизацией (степень ее может быть большей или меньшей) хозяйственной жизни.

Проблема монополии сводится к вопросу о власти над ценой, этим рыночным феноменом, не зависящим от воли и сознания отдельного товаропроизводителя в условиях совершенной конкуренции (вспомним горизонтальность линии спроса в этой ситуации).

Власть над ценой (а она всегда относительна и никогда не бывает абсолютной) – очень тонкий инструмент в руках монополии, или несовершенного конкурента. Если эта власть одновременно сопровождается уменьшением издержек производства продукции вследствие экономии на масштабах производства, развитием научно-технического прогресса, насыщением рынка массовым выпуском стандартизированной продукции по доступным ценам, то, очевидно, несовершенная конкуренция несет обществу определенный выигрыш. В конце концов, объективный процесс экономического развития общества приводит к рынку несовершенной конкуренции.

Но монополизация может преступить некую степень контроля над ценой, это оборачивается разрушением и уничтожением богатства общества, ведет к стагнации, застою и т.п. Тайные соглашения о ценах, создание искусственных дефицитов – это опасные проявления монополизации. Антимонопольное (антитрестовское) законодательство и регулирование, широко применяемое в странах рыночной экономики, пытается нащупать ту границу власти над ценой, переступить которую законодательным образом запрещается.

Потери от несовершенной конкуренции можно проиллюстрировать графически (рис. 37).

Если бы цена устанавливалась на уровне точки E_1 (точки пересечения кривой MC и кривой спроса), т.е. цена P_1 соответствовала бы условиям совершенной конкуренции $MC = P$, то потребительский избыток (потребительская рента) был бы равен площади треугольника $P_1E_1P_0$.

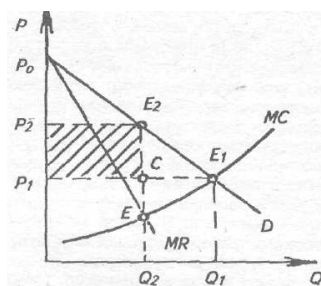


Рис. 37. Потери от несовершенной конкуренции

В условиях несовершенной конкуренции цена устанавливается на уровне точки E_2 (эта точка лежит на одной вертикали с точкой E – пересечением MC и MR). При такой же цене – на уровне P_2 объем предложения фирмы равен Q_2 , следовательно, он меньше того объема, который был бы при совершенной конкуренции: $Q_2 < Q_1$. Потребительская рента теперь уменьшилась до площади треугольника $P_2E_2P_0$, монопольная прибыль соответствует площади заштрихованного прямоугольника $P_1CE_2P_2$, но самое важное – виден графически чистый убыток (чистые потери) для общества: это треугольник EE_1E_2 . Монополия как бы «рвет на части» потребительскую ренту (потребительский излишек) и ренту производителя: часть достается (заштрихованный прямоугольник) самой монополии, а другая часть этой ренты потребителя в виде CE_1E_2 вообще теряется обществом, не достается никому. Пропадает также часть ренты производителя (треугольник ECE_1), это недополученное, а точнее, разрушенное богатство общества.

При всех достоинствах совершенной конкуренции у нее есть существенный недостаток: спонтанное развитие рыночных процессов может сопровождаться монополизацией тех или иных сфер хозяйственной жизни. Совершенная конкуренция, предоставленная самой себе, превращается в конкуренцию несовершенную. Под удар ставится эконо-

мическая демократия, являющаяся основой политической демократии. Поэтому еще в конце XIX в. в промышленно развитых странах Запада была осознана необходимость поставить определенный заслон деструктивным силам монополизации.

Монополия означает определенную степень власти над ценой. А эта власть может базироваться на различных предпосылках: захват значительной доли отраслевого производства (концентрация и централизация производства и капитала), тайные и явные соглашения о разделе рынков и уровне цен, создание искусственных дефицитов и др. Антитрестовское законодательство призвано не допустить разветвления разрушительной (для эффективности экономики) ограничительной деловой практики.

Наиболее разработанным принято считать антимонопольное законодательство США, базирующееся на «трех китах», трех основных законодательных актах:

1. Закон Шермана (1890). Этим законом запрещается тайная монополизация торговли, захват единоличного контроля в той или иной отрасли, сговор о ценах.

2. Закон Клейтона (1914) запрещал ограничительную деловую практику в области сбыта, ценовую дискриминацию (когда это не диктуется спецификой текущей конкуренции), определенные виды слияний, переплетающиеся директораты и др.

3. Закон Робинсона-Пэтмэна (1936) – запрет на ограничительную деловую практику в области торговли: «ножницы цен», ценовая дискриминация и др.

В 1950 г. к закону Клейтона была принята поправка Селлера-Кефопера: уточнялось понятие незаконного слияния. Так, запрещались слияния путем скупки активов. Если актом (законом) Клейтона был поставлен заслон горизонтальным слияниям крупных фирм, то поправка Селлера-Кефопера ограничивала вертикальные слияния.

Сложнейшая задача, стоящая перед государственными органами, непосредственно проводящими в жизнь антитрестовское законодательство, заключается в следующем: а каковы те экономические критерии, на основании которых устанавливается факт монополизации? что считать низким (или наоборот, завышенным) уровнем цен? какой процент (доля) всего отраслевого производства свидетельствует о монополистическом захвате? какой уровень ограничения выпуска продукции считается искусственным дефицитом?

Все это непростые вопросы, на которые нельзя во всех случаях дать однозначного ответа. А если крупная корпорация добилась низкого продажного уровня цен путем снижения издержек, с помощью более высокого уровня технологии и вообще хозяйственной эффективности? Как отличить «демпинговые» цены от низких цен, сложившихся в силу высокой эффективности? И вообще, вводя запрет на продажу «по чрезвычайно низким ценам», кого защищает антитрестовское законодательство – конкуренцию или какие-то группы конкурентов? Например, закон Робинсона-Пэтмэна, запрещавший ценовую дискриминацию, был направлен против крупных розничных магазинов и супермаркетов, которые могли себе позволить снижать цены для определенных групп покупателей. Но этого не могли позволить себе мелкие торговые фирмы. Так что же выиграло общество от того, что антитрестовским законодательством в данном случае были защищены мелкие торговые фирмы, которые продавали свои товары по более высоким ценам, чем крупные торговые предприятия? Ведь потребители уплачивали более высокую цену, поскольку супермаркетам было запрещено осуществлять политику ценовой дискриминации.

Государственные службы, призванные осуществлять реализацию антимонопольного законодательства, могут руководствоваться двумя принципами: *во-первых*, жестко сле-

дую букве закона и, во-вторых, «принципом разумности». Дело в том, что во многих отношениях юридический язык антитрестовских актов (например, Закон Шермана) настолько декларативен, что федеральный суд США мог бы подвести под сферу его действия «любых двух партнеров, решивших вести совместное дело» (П. Хейне). Поэтому «принцип разумности» означает, что только неразумное ограничение торговли (соглашения, слияния, разрушение ценностей, т.е. искусственный дефицит) подпадают под действия акта Шермана.

Все эти проблемы показывают, насколько сложным является практическое воплощение в жизнь антитрестовского законодательства. Государство должно балансировать между опасностью разрушительного монополизма и опасностью ограничения конкуренции (а любое вмешательство государства, даже с целью поддержания конкуренции, сопровождается тем или иным ограничением конкурентных возможностей). Антимонопольная практика должна действительно поддерживать конкуренцию, а не ограничивать ее, предоставляя наиболее льготный режим одним группам производителей (потребителей) за счет других.

Для установления факта монополизации антимонопольное регулирование предполагает широкое использование математического инструментария и теоретического аппарата концепций несовершенной конкуренции Э. Чемберлина, Дж. Робинсон, В. Парето и других экономистов. Исполнительные органы власти ведут не только «карательную», но и профилактическую работу по предотвращению монополистических ограничений. Например, министерством юстиции издаются справочные материалы, содержащие параметры сделок по слиянию и поглощению компаний, которые подпадают под действие антитрестовского законодательства. Интересен критерий, на основе которого делается за-

ключение о факте установления на рынке монополистического превосходства одного или нескольких предприятий: 33 % – для одного предприятия, 50 % – для трех, 66,6 % – для пяти. Важно отметить, что антитрестовское законодательство направлено не против крупных корпораций, «большого бизнеса» как такового, так как размер компании еще не дает возможности трактовать ее как монополию. Антимонopolное регулирование направлено против ограничительной деловой практики, подрывающей эффективную конкуренцию. Если использовать принцип сравнения дополнительных издержек и дополнительных выгод, который исповедуется в рыночной экономике, то можно утверждать: неизбежные издержки, которыми сопровождается антимонopolное регулирование, все-таки оказываются ниже преимуществ, которые приносит ограничение монополистических тенденций в рыночной экономике.

Показатели поведения фирмы на рынке и виды рыночной структуры могут быть охарактеризованы следующими коэффициентами:

- коэффициент Бейна;
- коэффициент Лернера;
- коэффициент Тобина;
- коэффициент Папандреу.

1. Коэффициент Бейна – показывает экономическую прибыль на доллар собственного инвестиционного капитала и исчисляется по формуле:

$$\text{Коэффициент Бейна} = \frac{\text{бухгалтерская прибыль} - \text{нормальная прибыль}}{\text{собственный капитал фирмы}}.$$

При расчете нормы экономической прибыли возникает ряд трудностей, связанных со следующими обстоятельствами:

а) с оценкой стоимости капитала и величины амортизации, поскольку для расчетов используют не экономические, а бухгалтерские величины. При бухгалтерских

расчетах стоимость покупки капитала равна исторической стоимости минус амортизация. Однако действительная стоимость этой покупки может быть существенно отличной; величина амортизации также может быть определена по принципу линейной, ускоренной или замедленной амортизации; следовательно, меняется величина бухгалтерской прибыли;

б) расходы на нематериальные активы – рекламу, разработки – могут затрачиваться за один период (например, квартал, год), а доход могут принести в течение нескольких лет. Если в первоначальные издержки включаются эти расходы без учета амортизации, норма доходности искажается. Целесообразно включать в ежегодные издержки только величину ежегодного обесценивания;

в) необходимость учета риска проектов, зависящего от специфики отраслей, показателей ценных бумаг, масштабов фирм и т.д.

2. Коэффициент Лернера – позволяет определить степень конкурентоспособности рынка и избежать трудностей, связанных с вычислением нормы доходности:

$$L = \frac{P - MC}{P} = 1 - \frac{MC}{P} = -\frac{1}{Ed},$$

где P – цена;

MC – предельные издержки;

E_d – ценовая эластичность спроса.

Коэффициент Лернера может находиться в пределах от 1 – чистая монополия с нулевыми предельными издержками, до 0 – рынок совершенной конкуренции.

3. Коэффициент Тобина – связывает рыночную стоимость фирмы P (рыночная цена ее акций) с восстановительной стоимостью ее активов; C – сумма расходов, необходимых для приобретения активов фирмы по текущим ценам: $q = P / C$.

Значения $q > 1$ свидетельствует о полученной или ожидаемой экономической прибыли. Стабильность этого индекса, его высокие значения свидетельствуют либо об уникальных факторах производства, либо уникальных товарах и указывают на наличие монопольной ренты. Фирмы с невысокими значениями q действуют в конкурентных или регулируемых отраслях.

4. Коэффициент Папандреу – характеризует показатели монопольной власти – величину изменения (в процентах) объема продаж фирмы при изменении цены конкурента на один процент.

Структура рынка в основном определяется характером распределения конкурирующих фирм и представляет три типа рынков (рис. 38).

- доминирование (одна из фирм имеет долю рынка 50–70%);

- тесную олигополию (4 фирмы контролируют 90% рынка);

- слабую олигополию (4 фирмы контролируют 30% рынка).

Наибольшая доля на рынке определяется доминирующей фирмой, средней или малой (за норму концентрации обычно принимают четыре фирмы – условный индекс уровня олигополии).

Число фирм на рынке может быть значительным, однако если одна или несколько фирм доминируют на рынке, то число малых фирм уже не имеет значения. Главными элементами структуры является доля на рынке и концентрация олигополии.

Рассмотрим показатель рыночной доли подробнее. Показатель собственной доли фирм на рынке (показатель концентрации) – это доля фирмы в общем объеме продаж, которая может изменяться от 0 до 100%. Большая доля обычно соот-

ветствует большой монопольной силе и наоборот, малые доли соответствуют меньшей силе. Степень силы проявляется при росте доли до 15% и выше, а при долях 25–30% степень монополии может терять свою значимость, при 40–50% – обычно дает твердую рыночную силу. Абсолютная степень рыночной силы зависит также от эластичности спроса фирмы. Неэластичность спроса изменяет монопольную власть и контроль над ценами. В зависимости от условий спроса покупатели разделяются фирмой на группы, и на товары с неэластичным спросом устанавливаются более высокие цены, что часто оказывается выгоднее, чем установление одной цены. Другой фактор, влияющий на положение прямой нормы прибыли – экономически эффективный масштаб производства, обуславливающий экономию ростом масштаба производства и производительности труда.

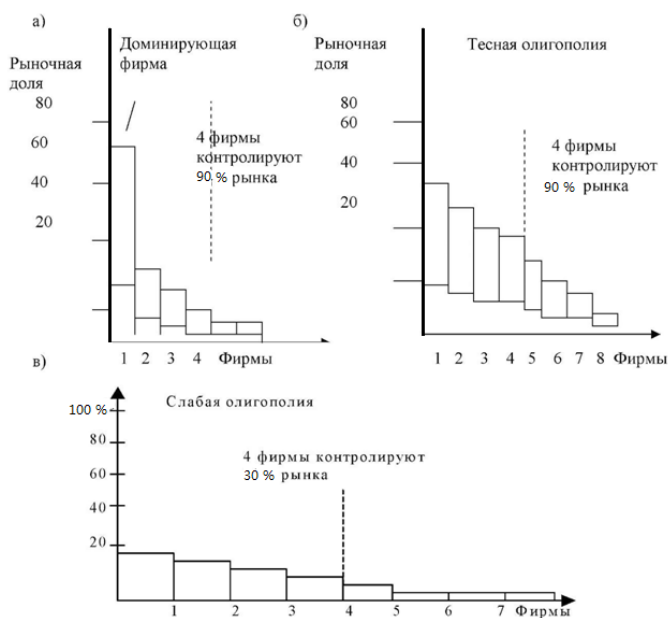


Рис. 38. Три главных типа рыночной структуры

Концентрация заключается в объединении рыночной доли n ведущих фирм, где $2 < n < 8$ при определении степени олигополии; различного уровня и качества взаимоотношений между олигополистами; симметричности или несимметричности (неравенство взаимных прав) членов группы. Поэтому связь между концентрацией и рентабельностью может и быть не сильной, а слабой или не существенной.

Олигополия может преследовать различные цели, например, усиливать взаимодействие для групп олигополистов, получающих высокие доходы от выпускаемой продукции, или консолидировать усилия в повышении доходности от продажи других, низкодоходных товаров.

Таким образом, в качестве показателей концентрации может быть введен индекс концентрации, характеризующий сумму долей n крупнейших фирм, действующих на рынке:

$$Ck = \sum_{n=2}^k Y_m,$$

где n – текущее значение индекса;

k – количество фирм, для которых рассчитывается показатель;

Y_m – рыночная доля m -й фирмы.

В качестве показателей концентрации может быть введен индекс концентрации, характеризующий сумму долей n крупнейших фирм, действующих на рынке.

Индекс Херфиндала – Хиршмана (HHI) – определяется как сумма квадратов долей всех фирм, действующих на рынке:

$$HHI = \sum_{i=1}^{\infty} Y_i^2.$$

В идеальном случае, когда на рынке действует бесконечное число фирм с бесконечно малой долей каждого участ-

ника, значение этого индекса равно нулю; равно единице, когда на рынке действует одна фирма. Если выражать доли рынка в процентах, то максимальное значение индекса составит 10000.

Принято считать, что значение $HHI < 1000$ отражает слабую олигополию, $HHI > 1800$ – тесную олигополию. Существует достаточно простое правило определения увеличения HHI при слиянии двух фирм: необходимо рыночные доли перемножить, а полученный результат удвоить. Действительно, если имеются две фирмы на рынке, у которых доли 20 и 10 % соответственно, тогда до слияния:

$$HHI_1 = 20^2 + 10^2 = 500.$$

После слияния:

$$HHI_2 = (20+10)^2 = 400+400+100 = 900.$$

$$\Delta HHI = 900 - 500 = 20 \cdot 10 \cdot 2 = 400$$

В некоторых случаях полезно использование понятия числового эквивалента Q , который определяется из соотношения: $Q = 10000 / HHI$.

Для N равных по размеру фирм HHI составляет: $Q = 10000 / N$, при $N = 2000$, $Q = 5$.

Анализ показывает, что формализованный индекс, не обладающий достаточно строгим экономическим содержанием, обладает познавательной способностью большей, чем индекс рыночной концентрации четырех фирм. Например, доминирующая фирма с долей 50 % имеет $HHI = 2500$, т.е. такой же, как четыре олигополиста с равной долей 25 %: $4 \cdot 25 \cdot 25 = 2500$.

Таким образом, 50%-е рыночное доминирование и 100%-я концентрация проявляются при одинаковой степени монополии, т.е. доминирование является значительно более серьезной проблемой, чем тесная олигополия.

Индекс Джини. Этот показатель является статистическим и отражает неравномерность распределения

какого-либо признака в соответствии с кривой Лоренца. Для случая концентрации продавцов на рынке он отражает взаимосвязь между процентом фирм на рынке и долей рынка, подсчитанной нарастающим итогом от самых малых до самых крупных фирм (рис. 39). Индекс Джини представляет собой отношение площадей, ограниченных кривой Лоренца реального распределения и идеальной версией Лоренца, и треугольника абсолютно равномерного (идеального) распределения, ограниченного осями координат.

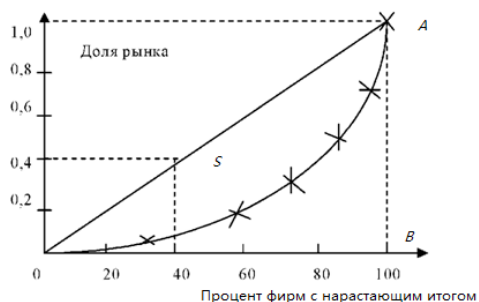


Рис. 39. Кривая Лоренца и коэффициент Джини

Таким образом, индекс Джини может быть определен из соотношения

$$ID = \frac{S}{S_{\triangle OAB}} = \frac{2S}{OB \cdot AB}.$$

Чем выше значение индекса Джини, тем больше неравномерность распределения рыночных долей между продавцами на рынке и тем выше уровень концентрации на рынке. Важно учесть, что индекс Джини будет иметь практически равные значения при делении рынка между собой 10 тысячами продавцов и дуополией. Помимо этого, необходимость точного подсчета индекса требует знания его долей даже малейших фирм рынка.

Вопросы для обсуждения

1. Какова роль конкуренции в развитии рыночной системы? Определите основное содержание конкуренции.
2. Что такое конкурентная фирма?
3. Что является критерием различия ценовой и неценовой конкуренции? Какая форма конкуренции в настоящее время более распространена в России?
4. Что представляет собой недобросовестная конкуренция? Перечислите все виды и формы недобросовестной конкуренции. Какие примеры такой конкуренции вы можете привести из практики рынка?
5. При каких условиях фирма временно останавливает производство?
6. При каких условиях фирма выходит с рынка?
7. Перечислите признаки совершенной конкуренции.
8. Где и когда возникает чистая монополия?
9. Как формируется цена и объем производства в условиях чистой монополии?
10. В чем заключается ценовая стратегия монополиста?
11. Когда устанавливается равновесие в конкурентной отрасли?
12. Назовите показатели монопольной власти.
13. Условия возникновения монополистической конкуренции.
14. Какую роль играет неценовая конкуренция в дифференциации продукта?
15. В каких странах легче (при прочих равных) бороться с монополизацией: в странах с сырьевой экономикой или в странах, где преобладают обрабатывающая промышленность и сфера услуг?

7. РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Рынки ресурсов отличаются от рынков товаров и услуг тем, что на этом рынке покупателями является фирма, а продавцами – домохозяйство. Кроме этого, рынок ресурсов является вторичным (производным) по отношению к рынку товаров и услуг. Т. е. вначале формируется спрос на конечные блага (жилье, продукты питания, одежда и т. д.), а затем на ресурсы, используемые в производстве конечных благ (стройматериалы, землю, ткацкие станки, рабочую силу и т. д.).

7.1. Рынок труда

Рынок труда – это система экономических отношений, возникающих в процессе формирования спроса и предложения рабочей силы и установления рыночной ставки заработной платы.

Рынок труда в совокупности с другими отношениями (например, социальными, правовыми) обеспечивает нормальное воспроизводство и эффективное использование трудовых ресурсов. На рынке труда выявляется величина спроса на трудовые ресурсы и происходит приспособление предложения труда.

Спрос на труд, предъявляемый со стороны фирм, представляет собой обратную связь между наличием свободных рабочих мест и уровнем оплаты труда. Чем меньше уровень оплаты труда, тем больше спрос на труд. Под заработной платой (W) понимается оплата труда за единицу отработанного времени – час, день, месяц и т. д.

Предложение труда со стороны работников означает прямую связь между уровнем предлагаемой оплаты труда и готовностью работников наняться на работу при этой заработной плате. Предложение труда формируется под влиянием двух эффектов: эффект дохода и эффект замещения.

При этом имеется в виду, что у рабочего времени есть альтернатива – свободное время (досуг). Эффект замещения означает, что при росте часовой ставки за отработанное время каждый час свободного времени воспринимается работником как упущенная выгода в получении дополнительного дохода. Поэтому работники стремятся заместить свободное время дополнительной работой. И чем больше заработная плата, тем больше это стремление. Заменителем свободного времени является набор товаров и услуг, которые может купить работник на дополнительный заработок. Эффект дохода выражается в том, что при росте ставки заработной платы рабочий не соглашается заменять доход досугом. И увеличение заработной платы приведет к сокращению предложения труда. Так как заработок позволяет не заботиться о хлебе насущном, человек начинает стремиться больше времени уделять отдыху, семье, развлечениям. Эффект дохода появляется при очень высоком уровне оплаты рабочего времени. На рис. 40 этот – уровень зарплаты выше W_c .

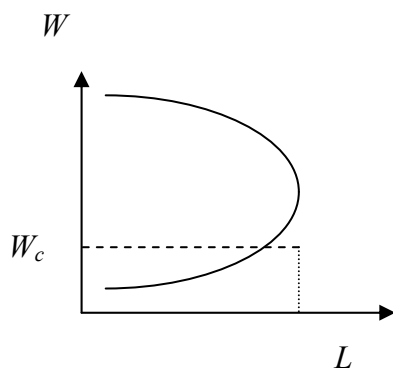


Рис. 40. Предложение труда: эффект дохода и эффект замещения

Таким образом, в предложении труда со стороны домашних хозяйств есть две противоположно направленных тенденции:

1) чем выше оплата труда, тем больше число желающих работать за эту оплату (участок кривой предложения до W_c);

2) при достаточно высоких часовых ставках люди хотят работать меньшее число часов; в результате сокращения продолжительности рабочего времени величина предложения снижается, несмотря на рост заработной платы (участок кривой предложения выше W_c).

Равновесие на рынке труда достигается при равенстве спроса и предложения. Превышение ставки заработной платы над равновесной ведет к избытку предложения труда и вызывает рост безработицы. На любом рынке товаров нарушение равновесия заставляет продавцов и покупателей предпринимать такие действия, которые восстанавливают равновесие на рынке – повышать и снижать цены, уменьшать или сокращать объемы продаж и покупок.

В зависимости от возможностей покупателей и продавцов труда воздействовать на соотношение спроса и предложения, уровень заработной платы различают 2 структуры рынка труда: конкурентную и монополистическую. Конкурентная структура означает высокую степень конкуренции на рынке, когда множество продавцов и покупателей не могут по отдельности влиять на заработную плату. На монополистическом рынке монопольное положение занимает покупатель, он определяет объем спроса и уровень заработной платы. При прочих равных условиях на конкурентном рынке труда будет более высокая ставка заработной платы и будет привлечено большее количество рабочих.

Для России в переходный период к рыночной экономике характерно резкое сокращение спроса на рабочую силу в связи со спадом производства. Государство вынуждено разрабатывать различные методы регулирования спроса и предложения рабочей силы. К методам, регулирующим спрос на труд, относятся:

1) стимулирование создания или сокращения рабочих мест через налоги и денежно-кредитную политику;

2) прямые инвестиции из бюджетов различных уровней в создание и реконструкцию рабочих мест, развитие нестандартных форм занятости, таких как неполный рабочий день, надомный труд, временная работа, общественная работа в коммунальном хозяйстве и строительстве;

3) возмещение предприятию затрат, связанных с поиском, обучением и приемом на работу трудовых ресурсов;

4) содействие в обеспечении предприятия материальными ресурсами;

5) стимулирование предприятий с помощью льгот по налогам, социальным выплатам в увеличении занятости молодежи, инвалидов и других групп населения, неконкурентоспособных на рынке труда.

Методами регулирования предложения труда являются:

1) регулирование уровня жизни населения по территориям через систему поясных (региональных) коэффициентов к заработной плате, изменение условий жизни и труда, культурно-бытовое обслуживание;

2) переобучение трудовых ресурсов нужным профессиям, развитие системы повышения квалификации;

3) регулирование предложения труда молодежи за счет изменения сроков обучения, стипендий;

4) изменения системы пенсионного обеспечения: определения пенсионного возраста и размера пенсий, поощрение досрочного выхода на пенсию по старости.

Таким образом, рынок труда выполняет следующие функции:

1) является основным регулятором движения трудовых ресурсов в рыночной экономике;

2) стимулирует трудовую активность и повышает дисциплину труда, так как некачественный, недобросовестный

труд может привести к увольнению работника и долгим поискам подходящей работы в условиях безработицы;

3) воздействует не только на самого работника, но и на предпринимателей, которые при снижении уровня безработицы и вызванного этим росте заработной платы вынуждены более эффективно использовать трудовые ресурсы;

4) оказывает влияние на уровень жизни населения.

7.2. Рынок капитала

Капитал – это материальные факторы производства (здания, сооружения, станки, машины, сырье, материалы, денежные средства). Спрос на капитал проявляется на рынке в виде спроса на инвестиции. Он возникает вследствие необходимости создания нового производства продуктов или расширения, реконструкции, модернизации действующих предприятий. Как отмечает Ю.А. Львов, по форме предъявления спрос на капитал – «это спрос на инвестиционные фонды, обеспечивающие вложения необходимых финансовых средств в инвестиционные проекты фирм»¹. Иногда ошибочно отождествляют спрос на капитал и спрос на деньги. Действительно, деньги участвуют в процессе кругооборота капитала. Деньги могут рассматриваться как капитальный ресурс, если они участвуют в процессе производства.

Ценой использования капитала является ссудный процент. **Ссудный процент** – это цена, уплачиваемая собственнику капитала за использование занимаемых у него на определенный срок средств. Для субъекта спроса капитала ссудный процент – это издержки, для субъекта предложения – доходы. Различают номинальную и реальную ставку ссудного процента. Номинальный ссудный процент – это

¹Львов Ю.А. Основы экономики и организации бизнеса. СПб.: ГМП «Формика», 1992. С. 228.

ставка процента, указанная в договоре между заемщиком и кредитором. Реальный ссудный процент – это номинальная ставка ссудного процента, скорректированная с учетом темпов инфляции.

$$r_r = r_n - i,$$

где r_r – реальная ставка ссудного процента;

r_n – номинальная ставка ссудного процента;

i – темпы инфляции.

Реальный ссудный процент может быть отрицательным в случае превышения темпов инфляции над номинальным ссудным процентом. Тогда владелец получает убыток в результате предоставления капитала в займы.

Кривая спроса на капитал отражает зависимость между объемом инвестиций и ставкой ссудного процента (рис. 41).

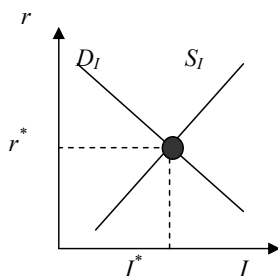


Рис. 41. Спрос и предложение на рынке инвестиций

Ставка ссудного процента определяется:

- доходностью капитала;
- инфляционными процессами в экономике;
- уровнем риска вложений;
- сроком предоставления капитала.

На рынке капитала участники часто стоят перед вопросом о сравнении будущих доходов с сегодняшними затратами. Пользователи и собственники капитала несут затраты единовременно в настоящее время. А доход получают через

некоторый период времени, когда изменятся цены, и покупательная способность денег (будущего дохода) будет другой. В связи с этим возникает вопрос о том, как соизмерить будущие доходы с точки зрения настоящего времени. Для этого необходимо осуществить операцию дисконтирования. **Дисконтирование** – это процесс приведения будущей стоимости к стоимости настоящего времени, которое осуществляется при помощи следующей формулы:

$$PDV = \frac{PV}{(1 + r_r)^n},$$

где PV – будущая стоимость (доходы);

PDV – будущая дисконтированная стоимость;

r_r – реальная ставка ссудного процента;

n – период времени, через который будет получен доход.

Например, в результате вложений вам обещают выплатить через 2 года 300 тыс. руб., при этом вы прогнозируете, что реальная ставка процента составит 5%. Если продисконтировать 300 тыс. руб., то их реальная стоимость окажется равной

$$300 / (1+0,05)^2 = 272,12 \text{ тыс. руб.}$$

Источником денежных средств, необходимых для приобретения производственных фондов, являются сбережения домашних хозяйств. Небольшие сбережения отдельных домашних хозяйств, направляемые на инвестиции, аккумулируются у финансовых посредников в крупные фонды денежных средств – инвестиционные фонды. Финансовые посредники – банки, инвестиционные и страховые компании, пенсионные фонды – размещают накопленные денежные средства среди фирм, потребителей капитала.

Существует две формы предоставления капитала домашними хозяйствами: участие в собственности и заемная форма. Участие в собственности представляет собой распространение акций новых выпусков. Акционерное обще-

ство, испытывая потребность в дополнительных финансовых ресурсах, может принять решение о дополнительном выпуске акций. Распространив акции среди населения и предприятий, корпорация получает дополнительный капитал, а домохозяйства и фирмы станут собственниками. Заемная форма означает продажу-покупку долговых обязательств (облигаций, депозитных сертификатов и др.).

Величина сбережений домашних хозяйств, направляемых на инвестиции, зависит от процента i , под который размещаются денежные средства финансовыми посредниками. Чем выше процент, уплачиваемый фирмами-заемщиками за пользование предоставленным капиталом, тем больше будет процент, выплачиваемый домашним хозяйствам финансовыми посредниками. Это будет стимулировать население сберегать больше средств. Т. е. существует прямая зависимость между предложением капитала и ставкой ссудного процента.

Для покупателей капитала главным стимулом для инвестиций является уровень прибыли, которую они собираются получить в будущем с вложенного капитала. Рассмотрим два основных положения предложения и спроса на рынке капитала относительно друг друга.

1. Предложение отстает от инвестиционного спроса.

В этом случае появляется два опасных для экономики эффекта:

1) ограничиваются размеры капиталовложений, а значит и темпы развития производства и увеличения предложения товаров;

2) сокращение сбережений означает увеличение потребительского спроса и усиление инфляции.

2. Предложение сбережений опережает спрос на капитал.

В этом случае возможно снижение текущего спроса на товары со стороны домашних хозяйств. Большое количество

свободных денег приведет к росту инвестиций, быстрому развертыванию производства, увеличению предложения товаров. Все это может вызвать падение цен на товары. При длительном и значительном снижении цен возможен спад производства и рост безработицы.

Но даже если на рынке капитала существует равновесие, это не означает, что свободные денежные средства поступят в руки тех производителей, которые в них очень нуждаются. На пути инвестиций могут стоять следующие преграды:

1) слишком высокие процентные ставки не всегда позволяют начинающим предпринимателям получить нужный кредит;

2) государство, привлекающее сбережения для финансирования своей деятельности, тем самым мешает превращению их в реальные инвестиции;

3) недоверие акционерным обществам не позволяет привлечь дополнительный капитал в развитие производства.

7.3. Рынок земли

Рынок земли – это рынок, на котором объектом купли-продажи является пользование землей, предоставляемой в аренду собственниками земли (землевладельцами) фирмам.

Как фактор производства земля необходима в любой отрасли экономики. На земле выращиваются культурные растения, пасется скот, строятся здания, прокладываются дороги и другие коммуникации. Поэтому при организации и расширении производства у предпринимателей возникает спрос на пользование землей.

Одной из важнейших особенностей земли как фактора производства является ее абсолютная (физическая) ограниченность. Вследствие этого объем предложения земли со

стороны землевладельцев является постоянной величиной, которая может быть незначительно увеличена за счет мелиорации, дренажа и других работ по улучшению качества земли или уменьшена за счет ухудшения качественных характеристик земли и выбытия ее из эксплуатации.

Эта особенность рынка земли выражается в нулевой эластичности предложения. Т. е. величина предложения земли не зависит от цены использования земли. Землевладельцы предпочитают предоставлять землю в аренду даже при низкой плате, чем остаться совсем без дохода. На рис. 42 кривая предложения представлена вертикальной прямой линией S , соответствующей объему предложения земли Q , спрос представлен кривыми D_1, D_2, D_3 .

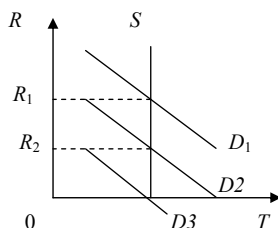


Рис. 42. Спрос и предложение на рынке капитала

Единицей измерения объемов спроса и предложения является единица площади — м^2 , гектары, акры и т. д., а в качестве цены пользования землей выступает рента.

Рента — это доход, который получает собственник земли от сдачи ее в аренду. Величина ренты определяется уровнем доходов, которые могут получить с данного участка земли землепользователи. Чем выше качество земли, чем ближе она расположена к местам сбыта продукции и рынкам ресурсов, различным коммуникациям (дорогам, мостам, источникам энергии, воде и др.), тем больше уровень доходов, которые могут получить землепользователи.

Рентой также называют доход владельцев таких факторов производства, предложение которых ограничено и не зависит от цены. Например, в отношении земли мы видим, что каков бы ни был размер ренты, количество предлагаемой земли от этого не изменяется. Т. е. на ренту влияет только спрос. Так высокому спросу на землю (D_1) соответствует R_1 , снижение спроса приведет к падению ренты. Теоретически даже возможен случай, когда рента будет равна нулю. Мы видим, что это возможно когда спрос на землю очень мал.

Рента, определяемая спросом на землю, называется абсолютной. Существует и дифференциальная рента первого рода (I) и второго рода (II). Дифференциальная рента обусловлена естественным различием в качестве земли. Например, владелец земли на берегу живописного озера будет получать дополнительную ренту от предоставления туристских услуг, а его сосед не сможет этого сделать. Дифференциальную ренту II рода получают владельцы земли, которые сами улучшили качество своего участка за счет внесения удобрений, мелиоративных работ, строительства инженерных коммуникаций.

Что касается купли-продажи земли на рынке товаров, она зависит от ренты, которую могли бы получить землевладельцы в будущем. Землевладелец готов продать землю по цене, обеспечивающей ему сумму денег, положив которую в банк, он мог бы получать ежегодно при существующей процентной ставке доход, равный ренте.

$$\text{Цена земли} = \frac{\text{годовая рента}}{\text{ставка ссудного процента}}.$$

В связи с неопределенностью рентного дохода в будущем, а также с тем, что ставки процента не являются постоянной величиной, цена купли-продажи земли зачастую отличается от той, которую хотели бы иметь продавцы земли. Поэтому предложение земли для купли-продажи на рынке

товаров является более эластичным, чем на рынке земли при сдаче ее в аренду.

Фиаско рынка и административное регулирование экономики

Рыночная экономическая система становится одной из центральных платформ существующего развития современного общества. По своей методологической сути значение рынка не всегда однозначно – это обусловлено многими факторами положительного и отрицательного воздействия. Важно понимать, что динамично развивающейся социально ориентированной рыночной экономики без активной регулирующей административной функции – роли государства – не существует.

Джон Милль в своей работе «Принципы политической экономии» от 1848 г. отмечал бессилие рынка, когда рыночный механизм неэффективен: потребитель не в состоянии оценить качество услуг, в частности, в области образования.

Необходимость вмешательства государства в экономику в экономической науке закономерно раскрывается в рамках теории фиаско рынка (теория «провалов»). Общепринятая концепция акцентирует внимание на том, что рыночная система эффективно не справляется с действием своих внутренних модельных законов.

Фиаско рынка – это положение, в рамках которого рыночная система не в состоянии обеспечить оптимальное размещение, распределение и эффективное использование ресурсов.

Фиаско рынка – это конъюнктурная ситуация функционирования рыночной системы. Согласно теории рыночного фиаско системная роль государства заключается в том, чтобы регулировать (выправлять) провалы рынка.

Выделяют следующие виды фиаско рынка. Рассмотрим их более детально.

1. Рынок не в состоянии полностью выразить в цене возникающие в результате производства (потребления) благ внешние эффекты (экстерналии).

Данные побочные эффекты называют внешними, так как издержки или выгоды перемещаются к индивидам или группам, которые не являются покупателями или продавцами, т.е. не являются непосредственными участниками рыночной сделки.

Выделяют два вида внешних эффектов.

Отрицательный внешний эффект возникает в случае, если производственная или потребительская деятельность приводит к возникновению издержек у лиц, не имеющих непосредственного отношения к данной деятельности.

Примеры отрицательных внешних эффектов – загрязнение окружающей среды, курение в общественных местах, лесные пожары, возникающие после пикников, шум самолетов в аэропорту, громкая музыка в позднее время.

Положительный внешний эффект проявляется в том случае, когда производство или потребление какого-либо блага порождает у третьих лиц выгоды, которые не компенсируются ими.

Примеры положительных внешних эффектов – развитие системы образования и здравоохранения; деятельность военно-оборонных предприятий. Так, установление раннего диагноза заболевания означает выгоду не только непосредственному потребителю услуги, но и обществу, которое тем самым экономит на последующем лечении запущенной болезни.

Чтобы нейтрализовать внешние эффекты, сократить перепроизводство товаров и услуг с отрицательными внешними эффектами и восполнить недопроизводство товаров и услуг с положительными внешними эффектами, необходимо трансформировать внешние эффекты во внутренние.

Трансформация внешнего эффекта во внутренний есть процесс интернализация.

Конструктивным способом регулирования проблем внешних эффектов является введение корректирующих налогов и субсидий.

Корректирующий налог – это налог на выпуск экономических благ, характеризующихся отрицательными внешними эффектами (его применение приводит к сокращению объема производства блага).

Корректирующая субсидия – это платежи производителям или потребителям экономических благ, характеризующихся положительными внешними эффектами (их использование способствует росту объема производства блага).

Предоставление субсидий производителям сокращает издержки производства, побуждая тем самым производителей к наращиванию объема выпуска социально значимой продукции. Предоставление субсидий потребителям расширяет их способность приобретать данные блага.

Рассмотрим влияние на рыночное равновесие товарных налогов (например, акцизный налог или НДС). Обратим внимание на следующий факт. В результате введения товарного налога сокращается как объем производства, так и объем потребления. Кроме того, покупатели платят более высокую цену, а продавцы получают более низкую по сравнению с первоначальной равновесной цену. Распределение налогового бремени между покупателями и продавцами зависит от эластичности спроса и предложения.

Потоварный налог – это налог, представляющий собой фиксированную сумму, взимаемую с единицы продукции.

Рассмотрим некий рынок (возьмем для примера совершенно конкурентный). Раньше, до вмешательства государства, на данном рынке продавалось некоторое количество

продукции Q^* по цене P^* . Сумму, которую потребители уплачивали за единицу продукции, полностью получали производители. Цена покупки PD была равна цене продажи PS (рис. 43).

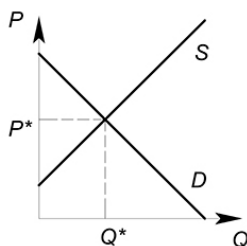


Рис. 43. Рыночное равновесие на рынке потоварных налогов

Представим, что государство ввело на данном рынке потоварный налог по ставке t . Теперь фирма должна, получив от покупателя сумму PD за единицу продукции, отдать государству часть этой суммы, равную ставке налога t . В новых условиях фирма получает сумму $PD - t$ за единицу товара. Фактически для фирмы уменьшилась цена, по которой она продает свой продукт – $PS = PD - t$.

При введении налога количество покупаемого и продаваемого товара уменьшается (рис. 44).

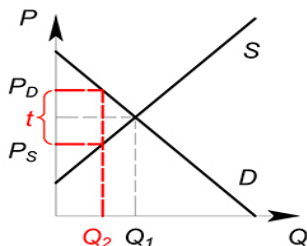


Рис. 44. Рыночное равновесие с учетом налога

Действие, которое оказывает налог на ситуацию на рынке, эквивалентно снижению спроса или увеличению издержек. Налог, наложенный на покупателя, окажет такое же

влияние на рынок, что и налог, наложенный на производителя (рис. 45).

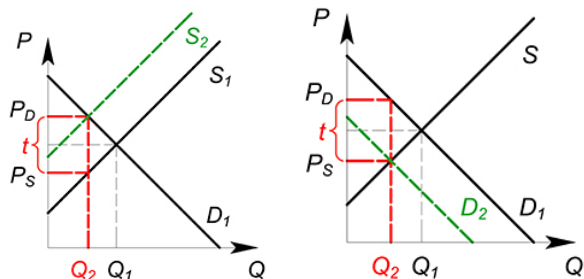


Рис. 45. Влияние введенного налога на спрос и предложение

Корректирующие налоги и субсидии не могут полностью решить проблемы внешних эффектов. Во-первых, на практике довольно трудно точно исчислить величину издержек и выгод. Во-вторых, корректирующие налоги, которые платят производители благ, характеризующихся отрицательными внешними эффектами, не всегда поступают потребителям данных благ.

2. Рынок не обеспечивает производство общественных благ в достаточном объеме.

Выделяемые общественные (товары общего пользования) и индивидуальные блага имеют ряд важных отличий. Так, первые блага неделимы, они не могут быть проданы индивидуальным покупателям. Более того, на них не распространяется действие принципа исключения: не существует эффективных способов отстранения индивидов от пользования общественными благами.

Рынок удовлетворяет лишь те потребности людей, которые выражаются через платежеспособный спрос. Потребность в общественных благах через спрос часто выразить невозможно. Существует немало неделимых товаров, к которым принцип исключения вполне может быть применен:

транспортные магистрали, полицейская и пожарная службы, учреждения социально-культурного назначения (поликлиника, музей, театр, библиотека и т.п.) и др.

Данный большой сегмент благ называют квазиобщественными благами. Но и они в современном обществе финансируются правительством в связи с их высокой социальной значимостью. Так, качественное развитие системы образования и здравоохранения, обеспечивающие высокий уровень жизни населения, жизненно необходимо не только самим гражданам, но и стране.

В этой связи государству очень важно воздерживаться как от всеобщей национализации социальных сфер, так и от их развития только на рыночной основе. В данном случае уместен механизм реализации государственно-частного партнерства.

3. Развитие рыночных отношений в рамках конкуренции на определенном этапе приводит к снижению ее функциональной роли – среда для формирования монополии.

Крупные корпорации и профсоюзы монополизируют рынки товаров и труда, делают цены и заработную плату негибкими и малоподвижными, особенно в сторону снижения. В связи с этим задачами государства становятся защита конкуренции и антимонопольное регулирование экономики.

4. Рыночная экономика не обладает иммунитетом против болезней инфляции (в условиях существования бумажноденежного обращения) – возникает необходимость проведения антиинфляционной политики.

5. Рынок не гарантирует каждому права на труд (рыночная система не обладает способностью обеспечивать полную занятость) – необходимость государственного регулирования занятости.

6. Рынок абсолютно не гарантирует каждому доход, не обеспечивает социальную защиту, не удовлетворяет нужды низкооплачиваемых слоев населения и отдельных социально-демографических групп.

С позиций рынка справедливым признается любой доход, полученный в условиях свободной конкуренции. В результате рыночное распределение доходов может привести к чрезмерной дифференциации доходов. Возникает необходимость проведения политики перераспределения доходов и богатства через систему прогрессивного налогообложения, установление прожиточного минимума и законодательное определение минимальной заработной платы, ценовое регулирование, механизм трансфертных платежей и т. п.

7. Рыночный механизм, направленный на стимулирование научно-технического прогресса (развитие инновационной экономики), не в силах самостоятельно обеспечить стратегические прорывы в области фундаментальной науки и технологии, провести качественную структурную перестройку экономики.

Это объясняется тем, что подобная деятельность связана с длительным сроком окупаемости, высокой степенью риска и неопределенности в отношении будущей нормы прибыли, а также требует реализации крупномасштабных инвестиционных проектов. В связи с этим задачей государства становится стимулирование научно-технического прогресса и проведение структурной политики (политики изменения структуры ВВП) и других компонентов политики экономического роста.

8. Рынок часто усугубляет проблемы регионального уровня, периодически возникающие на разных территориях под влиянием комплекса исторических, национальных, демографических и иных нерыночных факто-

ров (отличительная особенность России) – необходимость проведения государственной региональной политики.

9. Рынок не гарантирует полную защиту национальных интересов в международных экономических отношениях (на мировом рынке).

Важным условием эффективного развития экономики является регулирование на межгосударственном уровне. Проводя внешнеэкономическую политику, правительство осуществляет контроль над международным оборотом товаров, капиталов и рабочей силы, оказывает воздействие на валютные курсы, организует таможенную систему и т. п.

В целом следует отметить, что по своей сути государство не ограничивается устранением недостатков рынка. Государственное регулирование осуществляется посредством правовых, административных и экономических рычагов.

Целью правового регулирования является обеспечение цивилизованных рыночных отношений, соблюдение интересов их участников. Правовое регулирование осуществляется путем разработки и введения в действие законодательных и нормативных актов. Первичные правовые основы для всей экономической системы закреплены в Конституции РФ.

Административное регулирование базируется непосредственно на силе государственной власти и включает меры запрета, разрешения, принуждения. К административным методам относятся: контроль за соблюдением стандартов на производимую продукцию; установление квот, таможенных пошлин на импорт или экспорт продукции в целях защиты отечественных товаропроизводителей; определение приоритетных направлений дотаций и инвестиций; развитие функций местного самоуправления и др.

Экономическое регулирование воздействует на рыночные интересы отечественных товаропроизводителей и материальное стимулирование развития определенных ви-

дов деятельности. Данное административное направление включает в себя:

- меры прямого воздействия на экономику (целевое финансирование);
- косвенные регуляторы (бюджетно-налоговая, денежно-кредитная, амортизационная, валютная, таможенная политика).

7.4. Предпринимательские способности как фактор производства

Предпринимательство – неотъемлемый атрибут рыночного хозяйства, главной отличительной чертой которого является свободная конкуренция.

Наибольший вклад в разработку теории предпринимательства, исследование его природы и функций внес именно Й. Шумпетер. Он называл предпринимателем такого организатора производства, который прокладывает новые пути, осуществляет новые комбинации: «Быть предпринимателем – значит делать не то, что делают другие... и не так, как делают другие». К функциям предпринимателя Й. Шумпетер относит:

- создание нового, еще незнакомого потребителю материального блага или прежнего блага, но с новыми качествами;
- введение нового, еще не применявшегося в данной отрасли промышленности способа производства;
- завоевание нового рынка сбыта или более широкое использование прежнего;
- использование нового вида сырья или полуфабрикатов;
- введение новой организации дела, например монополии, или, наоборот, преодоление ее.

Субъектами предпринимательства могут быть прежде всего частные лица (организаторы единоличного, семейного, а также более крупного производства). Деятельность

таких предпринимателей осуществляется как на основе собственного труда, так и с привлечением наемного. Предпринимательская деятельность может осуществляться также группой лиц, связанных между собой договорными отношениями и экономическими интересами. Субъектами коллективного предпринимательства выступают акционерные общества, арендные коллективы, кооперативы и т.д. В отдельных случаях к субъектам предпринимательства относят и государство в лице его соответствующих органов. Таким образом, в рыночной экономике существуют три формы предпринимательской деятельности: государственная, коллективная, частная, каждая из которых занимает свое место в хозяйственной системе.

Главными условиями предпринимательства являются самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов, наличие у них определенных свобод и прав – на выбор вида предпринимательской деятельности, источников финансирования, разработку производственной программы, доступ к ресурсам, сбыт продукции, установление цен на нее, распоряжение прибылью и т.д. Самостоятельность предпринимателя следует понимать в том смысле, что над ним нет руководящего органа, указывающего, что производить, сколько тратить, кому и по какой цене продавать и т.д. Но предприниматель все время находится в зависимости от рынка, динамики спроса и предложения, уровня цен, т.е. от сложившейся системы товарно-денежных отношений.

Еще одним условием предпринимательства является ответственность за принимаемые решения, их последствия и связанный с этим риск. Риск всегда связан с неопределенностью, непредсказуемостью. Даже самый тщательный расчет и прогноз не могут устранить фактор непредсказуемости, он является постоянным спутником предпринимательской деятельности.

Кроме того, признаком предпринимательства считается ориентация на достижение коммерческого успеха, стремление к увеличению прибыли. Но такая установка не является самодовлеющей в современном бизнесе.

Предпринимательство – это не род занятий, а склад ума и свойство натуры. Быть предпринимателем – значит делать не то, что делают другие, считал Й. Шумпетер.

«Нужно обладать особым воображением, даром предвидения, постоянно противостоять давлению рутины. Нужно быть способным найти новое и использовать его возможности. Нужно уметь рисковать, преодолевать страх и действовать не в зависимости от происходящих процессов, а самому эти процессы определять»¹.

Вознаграждением за предпринимательство является предпринимательский доход. В практике хозяйствования его трудно выделить, тем не менее это не абстрактная экономическая категория. **Предпринимательский доход** – это та плата, которую получает предприниматель за свои организаторские способности по объединению и использованию экономических ресурсов, за риск убытков от использования этих ресурсов, за инновации и монопольную рыночную власть.

Предпринимательский доход делится на две части: нормальную и экономическую прибыль. Размер нормальной прибыли определяется гарантированным доходом предпринимателя, который он мог бы получить от альтернативной деятельности. К экономической прибыли относятся плата за риск, неопределенность инноваций, монопольная власть. Эта часть предпринимательского дохода не гарантируется, но стремление к ее получению заставляет предпринимателя идти на беспрерывные нововведения, что стимулирует инвестиции, рост производства, занятости и в конечном счете

¹ Шумпетер Й. Теория экономического развития. С. 199.

повышение благосостояния. Чем удачливее и талантливее предприниматель, тем больше размер предпринимательского дохода.

Вместе с тем предпринимательство связано не только с получением прибыли, но и с возможными убытками. Убытки являются такой же реальностью в рыночной экономике, как и прибыль. Поэтому угроза убытков и банкротства служит таким же мощным стимулом эффективного хозяйствования, как и получение прибыли.

7.5. Информация как фактор производства

Информация становится важной, если она нам необходима для принятия решения. Тогда мы начинаем поиск нужной информации, чтобы снизить риск и избежать неопределенности в какой-либо ситуации.

Информация – это средство снижения неопределенности и риска, способствующее реализации определенных целей, удовлетворению потребностей субъекта и принесению выгоды.

Знания – это переработанная информация. Они отражают связь между явлениями и выявленными закономерностями и отвечают на вопросы, как и почему.

Информация в свою очередь отвечает на следующие вопросы: что? кто? когда?

Знания – это уже сформировавшаяся информация. Ключевым моментом, который определяет эффективность, например, научной деятельности, является приращение уже имеющегося научного знания собственными исследованиями. Т. е. какой вклад именно вашей деятельностью был привнесен в науку. Таким образом, потребление информации равнозначно формированию или добавлению новых знаний. Знания не расходуются, а приумножаются (рис. 46).

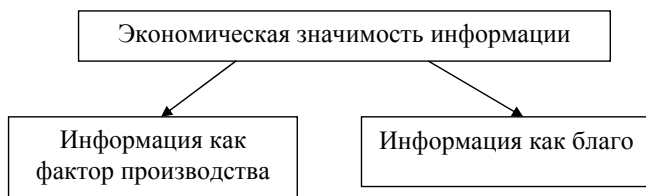


Рис. 46. Значимость информации в экономике

Информация как благо:

- удовлетворяет потребности индивидов, полезна;
- при всем изобилии информации существуют факторы, ограничивающие возможности ее получения и использования;
- неконкурентность потребления, т.е. потребление информации одними людьми не уменьшает ее ценности для других.

Фактор времени влияет на использование информации. Говоря о применении информации или информационного обеспечения к какой-либо деятельности, фактор времени выходит на первый план. Тот, кто станет первым обладателем информации, получает конкурентное преимущество. Конкурентное преимущество образуется не за счет того, что он воспользовался информацией, а за счет того, что получил ее первым. Раз получил эти знания раньше, значит раньше использовал предоставленные возможности.

Свойства информации как ресурса:

- легко тиражируема;
- не уничтожается, а, напротив, самовозрастает в процессе потребления;
- редкий ресурс благодаря уникальности производства и использования, главным субъектом которого выступает человек.

Информацию как фактор производства в экономической науке начали трактовать с 1960 г. Джон Стиглер написал экономическую теорию информации. И с того момента информация стала влиять в экономическом плане на принимаемые нами решения.

Информация важна и интересна, она может играть как положительную, так и отрицательную роль. Но существует одно свойство информации, именно как экономического ресурса – редкость. Редкость по отношению к информации означает, что о ней мало кто знает (т.е. она не распространена). Ограничение распространения информации возможно с помощью конфиденциальности, т.е. секретности. Только обладатель информации может ограничить к ней доступ. Информация становится ценной и редкой тогда, когда она ограничена правами собственности. Т. е. не любая информация, а ценная для нас.

Экономическим ресурсом является не вся информация, а только та часть, тиражирование которой ограничено правами собственности. Любая попытка несанкционированного доступа, а тем более распространение и передача информации, защищенной правами собственности, преследуется по закону. В Китае судили человека, который якобы продал или передавал информацию США о технологии производства пластика. Потери компании и государства составили 110 млн долл. С одной стороны, информацию надо защищать, а с другой – она становится объектом для спекуляций с криминальной составляющей.

Применение информации как ресурса:

- коммерциализация информации в товарах, услугах, технологиях;

- воздействие на ожидание экономических субъектов;

- резервы повышения производительности и оптимизации использования прочих ресурсов;

- важный объект приложения интеллектуальных усилий.

В то же самое время информация представляет собой фактор производства с противоречивыми свойствами.

- невозпроизводимость – тиражируемость;

- безграничность – редкость;

– подбор исчерпывающей информации возможен, но невыгоден;

– полную информацию получить невозможно.

В статичном состоянии объекта наших интересов полную информацию о нем собрать можно, но если объект меняется с течением времени, то сбор полной информации невозможен и невыгоден.

Положительные стороны информации:

– экономия ресурсов;

– снижение нагрузки на окружающую среду;

– расширение возможностей людей;

– скорость распространения.

Отрицательные стороны информации:

– усиление давления на общество;

– проблемы с адаптацией;

– неполнота данных;

– манипулирование информацией;

– проблемы с безопасностью, т.е. сохранность информации;

– утрата рабочих мест.

Существует два подхода к неполноте информации:

– подбор исчерпывающей информации возможен, но невыгоден из-за растущих трансакционных издержек;

– полную информацию получить невозможно и необходимо действовать в условиях неопределенности и риска.

Трансакционные издержки – это издержки сопровождения какой-либо сделки или издержки поиска какой-либо информации.

Нужно определить для себя, на какой уровень издержек мы готовы пойти, чтобы найти важную и нужную для нас информацию.

Информационная асимметрия – это разновидность неполноты информации или неравномерное распределение информации.

Существует два типа асимметрии информации:

– информационное преимущество, когда один из участников сделки более информирован о ее особенностях, чем другой (рынок «лимонов» – рынок подержанных автомобилей);

– «проблема царя Соломона», когда оба участника сделки одинаково информированы относительно нее, но эту информацию трудно получить третьим лицам.

Знаменитое изречение «Кто владеет информацией, тот владеет миром» весьма актуально в век информационных технологий. И понимая всю важность и изменчивость информации, необходимо уметь с ней правильно и корректно обращаться, чтобы обладание информацией приносило экономические выгоды при низких издержках на ее получение и сохранение.

Вопросы для обсуждения

1. Спрос и предложение на рынках факторов производства.

2. Какая зависимость существует между структурой рынка труда, объемом занятости и платой за труд?

3. Как рост производительности в одной из отраслей экономики повлияет на зарплату в этой отрасли? В других отраслях?

4. В чем различие между основным и оборотным капиталом?

5. Особенности предложения на рынке земли.

6. Механизм получения дифференциальной ренты.

7. Что такое фиаско рынка?

8. Каков механизм проявления фиаско рынка?

9. Необходимо ли государственное вмешательство в экономику?

10. Какие функции должно выполнять государство в условиях рыночной экономики?

11. Что такое предпринимательская способность?
12. Почему угроза убытков и банкротства служит таким же важным стимулом эффективного хозяйствования, как и получение прибыли?
13. Что такое информация?
14. Охарактеризуйте информацию как фактор производства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В представленном учебном пособии рассмотрены основные темы дисциплины «Микроэкономика» рассматриваемые на теоретических и практических занятиях. Современная экономическая наука не стоит на месте, а имеет динамичное развитие. Появляются новые направления экономической науки, которые по праву занимают свое место среди экономических дисциплин. В то же время, нельзя не отметить значимость фундаментальных основ, заложенных еще со времен Адама Смита, для более полного понимания современным обучающимся окружающей картины мира. И наука «Микроэкономика» как раз и дает такое представление на глубинном, фундаментальном уровне.

Представленное учебное пособие открывает серию учебных изданий посвященных фундаментальным экономическим дисциплинам, наряду с которыми будут представлены издания по современным ветвям экономической науки.

СПРАВОЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. *Экономическая теория (политэкономика): учебник* / под ред. Г. П. Журавлевой. – 5-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 864 с.

2. *Зубко Н. М. Экономическая теория: учеб. пособие для вузов.* – Минск: ТетраСистемс, 2014. – 384 с.

3. *Экономическая теория: учебник для студ. вузов* / под ред. В. Д. Камаева. – 13-е изд., перераб. и доп. – М.: ВЛАДОС, 2010. – 591 с.

4. *Микроэкономика: учебник для вузов* / Л. П. Кураков, М. В. Игнатьев, А. В. Тимирязова [и др.]. – М.: Изд-во ИАЭП, 2017. – 351 с.

5. *Микроэкономика* / Н. Мэнкью, М. Тейлор [и др.]; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2015. – 537 с.

6. *Микроэкономика: учебник для бакалавров* / Н. Е. Бондаренко, В. В. Громыко, М. В. Дубовик [и др.]; под ред. В. В. Громыко. – М.: РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2016. – 371 с.

7. *Микроэкономика: учебник* / В. И. Александров, Н. И. Ведерникова, А. Н. Гаврилов [и др.]. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. – 342 с.

8. *Микроэкономика: учеб. пособие* / под общ. ред. Е. В. Рудого, А. В. Глотко. – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2014. – 140 с.

9. *Микроэкономика* [Электронный ресурс]: учеб. пособие / под ред. Т. А. Селищевой. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 250 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/943595>

10. *Микроэкономика* [Электронный ресурс]: учебник / под ред. Г. П. Журавлевой. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 415 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/364824>

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ТЕОРИЮ	4
1.1. История развития экономической науки	4
1.2. Фундаментальные проблемы экономики и предмет и функции экономической теории	14
1.3. Безграничность потребностей и ограниченность ресурсов. Проблема экономического выбора	20
1.4. Альтернативная стоимость и кривая производст- венных возможностей	25
2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНОЧНОГО МЕХА- НИЗМА	30
2.1. Сущность рынка, условия его возникновения и развития	30
2.2. Частная собственность как условие рыночного обмена	32
2.3. Права собственности как «правила игры» в хозяй- ственных системах	35
2.4. Спрос и предложение. Факторы, влияющие на спрос и предложение	37
2.5. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие	41
2.6. Эластичность спроса и предложения	44
3. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ	51
3.1. Концепция полезности	51
3.2. Кардиналистская теория потребительского пове- дения (потребительский выбор и максимизация благополучия)	53
3.3. Моделирование поведения потребителя в ордина- листской концепции: кривые безразличия и бюд- жетное ограничение. Оптимум потребителя	55

4. ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВА: ТЕХНОЛОГИЯ И ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ	62
4.1. Понятие производства. Производство и обмен	62
4.2. Технология и производственная функция. Изокванта	64
5. ФИРМА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ, ЦЕЛИ, ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ	69
5.1. Предприятие и фирма: общее и различное	69
5.2. Место предприятия (фирмы) в экономической системе. Целевая функция фирмы.....	72
5.3. Деятельность фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Равновесие фирмы	76
6. ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР: КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ.....	95
6.1. Рынок совершенной (чистой) конкуренции.....	95
6.2. Модели рынка несовершенной конкуренции	98
7. РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА	124
7.1. Рынок труда.....	124
7.2. Рынок капитала.....	128
7.3. Рынок земли.....	132
7.4. Предпринимательские способности как фактор производства	143
7.5. Информация как фактор производства.....	146
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	152
СПРАВОЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА	152

Авторы-составители Глотко Андрей Владимирович
Адарина Раиса Таановна
Третьякова Ольга Николаевна
Шаравина Елена Владимировна
Кузнецова Инна Геннадьевна
Рюмкин Сергей Владимирович
Рюмкина Инга Николаевна
Перепечин Сергей Михайлович

МИКРОЭКОНОМИКА

Учебное пособие

Редактор *М. Г. Девещенко*
Компьютерная верстка *В. Н. Зенина*

Подписано в печать 11 июля 2019 г. Формат $60 \times 84 \frac{1}{16}$.
Объем 7,4 уч.-изд. л., 9,7 усл. печ. л. Тираж 100 экз.
Изд. № 7. Заказ № 2192.

Отпечатано в Издательском центре НГАУ «Золотой колос»
630039, Новосибирск, ул. Добролюбова, 160, каб. 106.
Тел. (383) 267-09-10. E-mail: 2134539@mail.ru