

МИКРОЭКОНОМИКА

учебник для вузов

Москва
2017

УДК 330(075.8)

ББК 65.01я73

М59

Авторы:

Л.П. Кураков, М.В. Игнатьев, А.В. Тимирясова, А.Л. Кураков, Г.Е. Яковлев, Н.Н. Дроздов, О.В. Олейник, С.К. Смирнова, С.А. Енилина, В.Н. Муратов, В.Г. Тыминский, В.М. Комов, В.В. Дружинин, Н.Ф. Угаслов, С.М. Пястолов, С.Р. Хисамутдинов, В.Л. Кураков, В.В. Кригер, Н.В. Муратов, А.Г. Краснов, О.П. Фесенко, А.А. Акимов, Н.Н. Захарченко, А.Н. Захарченко, А.А. Глазунов, А.К. Гвашев, В.Н. Гордеев, А.М. Крылов, Е.В. Кузнецова, Е.А. Игнатьева, Н.Н. Иванова, В.В. Кураков, О.И. Ткачук, О.Ф. Ермолаев, П.Н. Никифоров

Под общей редакцией

доктора экономических наук, профессора,
действительного члена Европейской академии естественных наук

А.Л. Куракова

Рецензенты:

член-корреспондент Российской академии образования,
доктор экономических наук, профессор **Г.И. Лукин**
доктор экономических наук, профессор **Э.Н. Кроливецкий**
доктор экономических наук, профессор **А.Ю. Егоров**

М59 Микроэкономика: учебник для вузов / Л.П. Кураков, М.В. Игнатьев, А.В. Тимирясова и др.; под общ. ред. А.Л. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП, 2017. – 353 с.

ISBN978-5-905934-38-4

Учебник «Микроэкономика» изложен в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. В нем особое внимание уделено рассмотрению общих основ функционирования экономики и экономических субъектов с учетом специфических особенностей социально-экономической системы Российской Федерации.

В учебнике содержатся выводы, вопросы для самопроверки и основные понятия по каждой главе. В конце учебника приведен алфавитный указатель терминов.

Учебник написан на основе опыта преподавания курса микроэкономики в высших учебных заведениях с учетом последних результатов исследований отечественных и зарубежных ученых, разнообразия теоретико-методологических подходов, специфики российской экономики.

В подготовке материала к изданию принимали участие Эдуард Константинович Бахмисов, Юлия Александровна Захарченко (п. 8.3 и 8.5, объемом 0,1 п.л.).

Издание осуществлено Институтом агробизнеса, экономики и права (г. Москва) совместно с Европейской академией естественных наук (Германия, г. Ганновер) и Казанским инновационным университетом имени В.Г. Тимирясова (г. Казань).

Для студентов, аспирантов и преподавателей высших учебных заведений.

УДК 330(075.8)

ББК 65.01я73

ISBN978-5-905934-38-4

© Институт агробизнеса, экономики
и права (г. Москва), 2017

© Коллектив авторов, 2017

ПРЕДИСЛОВИЕ

Настоящий учебник «Микроэкономика» по структуре и содержанию отвечает государственному стандарту, установленному Министерством образования и науки Российской Федерации. В нем представлены такие основополагающие разделы, как «Общие основы экономики» и «Микроэкономика» в неразрывном единстве экономической теории и практики.

Студент, изучающий курс «Микроэкономика», сможет получить объективную информацию о внутренних закономерностях и механизмах современной экономической деятельности, которая подкрепляется актуальными данными, позволяющими прогнозировать развитие различных форм хозяйствования в условиях модернизации российской экономики. Данные вопросы излагаются в рамках концептуального синтеза исторического и объективно логического подходов. Рассматриваются их достоинства и недостатки. В учебнике последовательно и системно изложены фундаментальные основы экономических систем и микроэкономики.

В первом разделе определены общие положения экономики, рассмотрены предметы экономики и экономической теории, фундаментальные вопросы рыночной экономики: экономические законы и экономические категории; сущность, структура, типы и модели экономической системы; собственность как юридическая и экономическая категория; национализация, разгосударствление и приватизация собственности; ресурсы, потребности, производства и его составляющие, воспроизводство, рынок, конкуренция и монополия.

Во втором разделе рассмотрены основные вопросы микроэкономики. Последовательно показаны закономерности функционирования спроса, предложения и рыночного ценообразования; изложены основы потребительского поведения, предпринимательства и фирмы; охарактеризована сущность издержек и альтернативных затрат, дохода и его форм в современной экономике. Дана характеристика рынка факторов производства.

Изложены закономерности, согласно которым используются ресурсы и формируются доходы от факторов производства.

Учебник содержит выводы, вопросы для самопроверки и основные понятия по каждой главе, которые позволяют проверить степень усвоения студентами основных понятий и теоретических положений, а также служат закреплению полученных знаний. Учебник «Микроэкономика» может использоваться для всех видов обучения: дневного, вечернего и заочного. При этом возможна определенная вариативность в соответствии с учебным планом, отражающим профессиональную направленность обучающихся.

Раздел I

ОБЩИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ

Глава 1. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ

Глава 2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ:

**ТИПЫ, МОДЕЛИ И ЦЕЛИ. КРУГООБОРОТ РЕСУРСОВ, ПРОДУКТОВ
И ДОХОДОВ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ**

Глава 3. СОБСТВЕННОСТЬ. РАЗГОСУДАРСТВЛЕНИЕ. ПРИВАТИЗАЦИЯ

Глава 4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА

Глава 1

ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ

1.1. Зарождение и развитие экономики и экономической теории.

Предметы экономики и экономической теории

Категория «экономика» применяется при рассмотрении реальной (существующей в действительности) хозяйственной деятельности и теоретической экономики или экономической теории.

Понятия «реальная экономика» и «экономическая теория» взаимосвязаны. Однако их недопустимо отождествлять. Хозяйственная деятельность осуществляется на практике, а экономическая теория – это совокупность взглядов, представлений, идей, т.е. результат мыслительной деятельности, опирающейся на практику.

Экономическая теория (теоретическая экономика) возникла на высокой ступени развития реальной экономики, когда потребовалось ее углубленное и разностороннее изучение. Эффективная хозяйственная деятельность в современных условиях предполагает активное использование достижений экономической теории.

В рамках экономической теории окружающая человека реальность получает теоретическое объяснение, с использованием системы понятий, моделей, схем, законов, формул и т.д.

В этой связи следует отметить, что, как и любая другая наука, экономическая теория обладает объектом и субъектом исследования. Вследствие того, что анализируется экономическое поведение человека, то с определенными допущениями можно считать, что эта наука направлена на самопознание и самосовершенствование человека. В большей степени, данное положение применимо к микроэкономике – разделу экономической теории, где анализируются поведение отдельного индивида и их различных объединений в сфере экономики.

В рамках макроэкономки происходит исследование экономических процессов на уровне отдельных. При этом анализируют

ся процессы, в которые вовлечены большие массы людей: цикличность социально-экономического развития, инфляция, безработица, и др. Следующим большим разделом экономической теории является мировая экономика, которая изучает мировое хозяйство в целом.

В процессе развития экономической теории ее предмет существенно трансформировался. Если в настоящее время экономическая теория изучает проблемы согласования неограниченных потребностей индивидов в условиях ограниченности ресурсов, то в начале XX века она занималась преимущественно проблемами государственного регулирования экономики. А зародилась экономическая теория как искусство управления домашним хозяйством.

Истоки экономической мысли уходят своими корнями в глубокую древность. Уже в первобытном обществе люди владели зачатками экономических знаний, имели представления об отношениях, складывающихся между членами первобытной общины по поводу производства, распределения, обмена и потребления жизненных благ. Однако эти представления не выделялись в самостоятельную область знаний. Экономические знания носили разрозненный характер, не имели самостоятельного значения, являлись побочными элементами философии, истории и политики. Следовательно, экономическая мысль не выделялась в виде отдельной формы мышления. Началом ее считают законы вавилонского царя Хаммурапи и экономические заповеди в Библии.

Основоположителем древнекитайской экономической мысли был Конфуций (551–479 гг. до н.э.). Экономика как наука (реальная хозяйственная деятельность) берет свое начало с учений древнегреческих мыслителей. Ученые античного мира (Древней Греции) Ксенофонт (430–354 гг. до н.э.), Платон (427–347 гг. до н.э.) и Аристотель (384–322 гг. до н.э.) сформулировали исходные положения экономики. В их трудах экономика получила отражение как организация домашнего хозяйства, хозяйств работников, церквей и монастырей.

Средневековым ученым Ф. Аквинским (1226–1274 гг.) экономические проблемы рассматривались с точки зрения христианских норм морали, с позиции общего блага как конечный кри-

терий деятельности людей. При этом монастыри выступали как образцы организации крупного, относительно хорошо налаженного сельскохозяйственного и ремесленного производства.

Таким образом, экономика в период рабовладельческого строя возникла как прикладная наука о ведении хозяйства. Как самостоятельная экономическая наука она сформировалась значительно позже, а именно в период становления рыночной экономики, т.е. в условиях становления капитализма в XVII–XIX вв.

В возникновении экономики как науки можно выделить три этапа (направления): донаучный этап; этап экономической теории как науки в форме классической политической экономии; этап развития экономики как науки в виде «Экономикс» и разработки современных теоретических направлений.

На первом этапе экономика возникла как «экономия» (οικονομία). Этот термин появился в античном мире в III в. до н.э. в трудах Ксенофонта и Аристотеля. Слово «экономия» происходит от греческого слова «οικονομία». Оно состоит из двух греческих слов: «οικος» – дом, домохозяйство; «νομος» – закон. Следовательно, «экономия» – это наука о домоводстве или о домашнем хозяйстве. Ее целью было воспитание достойных граждан и защита рабовладельческого общества. При этом Аристотель считает «экономия» справедливым натуральным хозяйством, связанным с самообеспечением граждан и являющимся основой античного общества. Кроме того, Аристотель отмечает, что в античном обществе имеет место хозяйство – «хрематистика». Данное хозяйство он считает противоестественным с точки зрения равенства граждан и созданным с целью обогащения. Поэтому экономике Аристотель считал необходимой и достойной похвалы, а хрематистика основана на обращении и поэтому справедливо порицается «(ибо она покоится не на природе вещей, а на взаимном надувательстве)».

Второй этап развития экономики связан со становлением капитализма, когда наука «экономическая теория» развивается как классическая политическая экономия. Во главу угла она в качестве предмета ставит объективные экономические законы, т.е. законы, по которым развиваются экономическая (человеческая) жизнь общества и производственные (экономические) от-

ношения, которые складываются между людьми по поводу производства, распределения, обмена и потребления какого-либо жизненного блага (товара, услуг).

Впервые термин «политэкономия» появился в работе французского экономиста и поэта А. Монкретьена (1575–1622 гг.) «Трактат политической экономии» (1615 г.). Этот термин состоит из трех греческих слов: «политейя» – общество, государственное устройство; «ойкос» – дом, домохозяйство; «номос» – закон. Этим Монкретьен провозгласил, что экономическая наука «политэкономия» занимается экономикой, хозяйством в рамках национальных государств (политика-государство). Главная заслуга его в том, что он отделил экономическую науку от общественных наук. Отсюда следует, что политическая экономия – это наука о государственном управлении экономикой, о закономерностях развития экономических отношений в государстве по поводу производства, распределения, обмена и потребления жизненных благ. Она призвана защищать интересы господствующего класса.

Физиократическое направление зародилось во Франции в середине XVIII в. Ее основатель Ф. Кенэ утверждал, что источником капитала является сельское хозяйство (земля как источник богатства). Ему же принадлежит идея о кругообороте ресурсов: крестьяне → ремесленники → крестьяне. Идеи физиократов также развивались в Великобритании, Италии и других странах.

Политическая экономия является классической наукой. Она выступает в качестве теоретической базы или фундамента для всех экономических наук. У ее истоков стояли представители английской классической экономической школы политической экономии: В. Петти (1623–1687 гг.), А. Смит (1723–1790 гг.) и Д. Рикардо (1772–1823 гг.), которые являются основоположниками современной научной экономической мысли. Они превратили экономические знания в подлинную экономическую науку.

Адам Смит предложил модель так называемого «экономического человека», выступал против участия государства в экономических отношениях, им был предложен принцип *laissez faire*. А. Смит утверждал, что рынок более свободная система нежели феодализм. При этом рынок может заменить государство, а индивидами движет эгоизм (частный интерес).

Следует отметить, что великий русский поэт А.С. Пушкин, которому царь Николай I поручил продумать принципы воспитания молодежи, прежде всего, высказался против домашнего образования, а в числе обязательных к изучению наук назвал политическую экономию. В конце XIX в. Н. Бунге в книге «Основания политической экономии» отмечал, что политическая экономия не существует у тех народов, которые стоят на низкой ступени общечеловеческого развития. В России в 1803 г. по Указу Александра I политэкономия была включена в регламент Российской академии наук. Первый учебник по политэкономии на русском языке увидел свет в 1806 г.

Во второй половине XIX в. экономисты свое внимание постепенно переводят на исследование не общественных, а вещественных связей в экономике. Возникает третий этап развития экономической мысли, именуемое маржинализм под названием маржа-предел «экономикс». «Маржинализм» (с англ. – предельный) – это теория, представляющая экономику как совокупность взаимосвязанных хозяйствующих субъектов и объясняющая экономические процессы и явления исходя из предельных, крайних величин или состояний с учетом изменений других явлений. Классиками этой теории стали экономисты австрийской школы К. Менгер (1840–1921 гг.), Фридрих фон Визер (1851–1926 гг.), Эйгон фон Бем Баверк (1851–1919 гг.). Английский ученый-экономист А. Маршалл (1842–1924 гг.) является одним из родоначальников этого направления. Качественный экономический анализ заменяется количественным. Широко используются диаграммы, алгебраические формулы, геометрические фигуры, модели.

В связи с этим изменяется название науки. По существу, оно представляет экономическую теорию. «Экономикс» выступает как синтезирующая наука, включает достижения всех экономических наук, закономерности рыночной экономики. Существует множество различных определений предмета «экономикс». Общепризнанным в последние годы стало следующее определение предмета «экономикс» – это наука об экономическом поведении людей в производстве, распределении, обмене и потреблении жизненных благ в целях удовлетворения их потребностей при ограниченных ресурсах или наука об эффектив-

ном использовании ограниченных ресурсов для производства различных товаров и услуг, об их распределении, обмене и потреблении между членами общества в интересах удовлетворения их потребностей.

В центре «экономикс» – потребности человека. Поэтому она выходит за границы материального производства, включает не только проблемы экономики, но и экологии, образования, медицины, психологии, интересы, ожидания людей и т.д.

Основоположником «Экономикс» можно считать А. Смита, но сам термин появился в работе А. Маршалла «Принципы экономикс» (1875 г.). Им был введен «экономикс» в качестве учебного курса в Кембриджском университете в 1902 г. взамен политической экономии. Экономикс и политическая экономия в англо-американской литературе рассматриваются как синонимы. Фактически «экономикс» представляет собой попытку синтезировать классическую политическую экономию и маржинализм. В настоящее время «экономикс» изучается во многих странах мира. В качестве предмета исследования выступает поведение экономического человека по принципу рациональности – достижения максимальных результатов при имеющихся ограниченных производственных ресурсах.

В России «экономикс» постепенно начал вытеснять «политическую экономию» в конце 1980-х – начале 1990-х гг. в силу вышеуказанных причин с существенной доработкой под названием «экономическая теория». Однако следует отметить, что политическая экономия остается до сих пор базовой наукой для многих конкретных экономических наук.

Эволюция терминов «политическая экономия», «экономикс» и «экономическая теория» обусловлена историческими причинами, но, по существу, они являются определением постоянно развивающейся науки «экономики», исследующей экономические явления, процессы хозяйствования на различных уровнях взаимосвязи и взаимозависимости, в ходе которых происходит переосмотр базовых теоретических понятий экономики.

Лауреат Нобелевской премии по экономике П. Самуэльсон в своем учебнике «Экономикс» дает следующее определение: «Экономическая теория есть наука о том, какие из редких про-

изводственных ресурсов люди и общество с течением времени, с помощью денег или без их участия, избирают для производства различных товаров и распределения их в целях потребления в настоящем и будущем между различными группами общества».

В современной западной экономической литературе внимание экономистов сосредоточено на анализе экономического поведения людей. К.Р. Макконелл и С.Л. Брю пишут: «... экономикс — это исследование поведения людей в процессе производства, распределения и потребления материальных благ и услуг в мире ограниченных ресурсов».

В приведенных определениях предмета экономики, несущих печать своего времени, указываются отдельные стороны экономики, которые изучаются не только экономической теорией, но и конкретными экономическими науками. Если использовать данный методологический подход, т.е. включать в предмет и другие стороны экономики, то получим множество его определений, но целостного представления о том, что изучает экономика и какие функции она выполняет, будет сложно достигнуть. От правильного решения вопроса о предмете экономической теории во многом зависят научная обоснованность хозяйственной деятельности, глубина исследования нерешенных проблем. Поэтому определение предмета науки должно отражать в предельно обобщенном виде все стороны реального объекта исследования.

Таким объектом, содержащим в себе всестороннюю целостность, в экономической теории является хозяйственная деятельность (реальная экономика) людей, сфера которой включает: производство, распределение, обмен и потребление материальных благ и услуг на всех ступенях развития человеческого общества. Определение предмета экономики должно также включать существенный признак, специфический только для этой науки. Таким признаком является теоретико-методологический, который и отличает ее от конкретных экономических наук. В экономической теории путем научного мышления воспроизводят хозяйственную деятельность людей в экономических категориях и законах.

С учетом указанных требований можно привести следующее определение предмета экономики. Предметом экономики является хозяйственная деятельность людей, формулируемая в экономиче-

ских явлениях и процессах и направленная на удовлетворение потребностей людей в условиях ограниченных ресурсов. В данном нами определении термин «экономика» приобретает точный смысл как экономика хозяйственной деятельности людей, а экономическая теория выступает как совокупность логически связанных между собой экономических категорий и законов, отражающая развивающуюся хозяйственную деятельность людей в условиях ограниченных ресурсов, как совокупность экономических отношений по поводу производства, распределения, обмена и потребления жизненных благ в условиях ограниченных ресурсов.

Изучая различные стороны хозяйственной деятельности, мы должны также учитывать и влияние на них политики, культуры, морали, национальных традиций, социальных, правовых отношений, климатических условий и т.д., в результате чего наши знания о хозяйственной деятельности и ее законах становятся более глубокими и всесторонними.

В развитии экономической теории как науки различают следующие теоретические школы и направления: меркантилизм, физиократию, английскую политическую экономию, марксистскую экономическую науку, неоклассическое, кейнсианское, институциональное, неолиберальное направления, теорию общественного выбора.

Первой теоретической школой был меркантилизм (от итальянского «мерканте» – купец, торговец). Ее представителями в XVI–XVII вв. были: во Франции – А. Монкретьен (1575–1621 гг.); в Англии – У. Стаффорд (1554–1612 гг.), Т. Ман (1571–1641 гг.); в России – И. Посошков (1612–1726 гг.), Ордин-Нащокин (1605–1680 гг.), В. Татищев (1686–1750 гг.), М.В. Ломоносов (1711–1765 гг.) и др. Меркантилисты считали, что богатство общества возникает в торговле (деньги, золото). Они утверждали, что вывоз денег и золота из страны уменьшает ее богатства, а ввоз – увеличивает. Непременным условием роста богатства считалось превышение ввоза денег и золота над вывозом. Такие представления не были случайными. Они исходили из международной торговли, когда товары покупались в одной стране по более низким ценам, а продавались в другой – по более высоким. Представители этой школы предлагали расширять торговлю и накапливать золото в

стране. Однако, как правильно отмечали критики меркантилизма, во время торговой сделки не возникает никакого богатства, а происходит лишь обмен денег на товар и наоборот.

Идеи меркантилизма о государственном вмешательстве в хозяйственную жизнь и протекционизм в торговле используются и в современной экономике.

По мере проникновения капитала из торговли в производство изменялись и взгляды экономистов. Во Франции возникла вторая теоретическая школа – школа физиократов («физиократия» в переводе с греческого – власть природы). Основоположником этой школы является Ф. Кенэ (1694–1774 гг.). Он был придворным медиком Людовика XV, а проблемами экономики занялся в 60 лет. Его последователями были А. Тюрго (1727–1781 гг.), Д. Дидро (1713–1784 гг.), Ж.-Ж. Руссо (1712–1778 гг.) и др. Единственным источником богатства они считали природу, а именно труд в сельском хозяйстве. Следовательно, политическая экономия должна заниматься изучением сельского хозяйства. Промышленность, на их взгляд, является «бесплодной сферой», т.е. второстепенной отраслью, которая лишь преобразует вещества природы (продукты сельского хозяйства). Однако такой подход является неверным, так как сама по себе природа (сельское хозяйство) без приложения капитала и труда не может создавать богатство.

Наиболее обоснованные ответы на вопрос, чем должна заниматься теоретическая экономика, дала английская классическая школа политической экономии.

Представителями третьей теоретической школы являются английские ученые-экономисты В. Петти (1623–1687 гг.), А. Смит (1723–1790 гг.) и Д. Рикардо (1772–1823 гг.). Согласно их теории, источником богатства общества является материальное производство (сельское хозяйство, промышленность, строительство и т.д.), а именно труд. Они заложили основы трудовой теории стоимости, доказали, что стоимость любого товара определяется затратами общественного труда, что рост богатства в обществе осуществляется посредством прибавочной стоимости (прибыли). Так было сделано принципиально важное открытие, которое позволило политической экономии, в конечном счете,

стать подлинной экономической наукой – основой современной экономики.

На основе классической политической экономии сформировалось марксистское направление экономической мысли. В качестве предмета исследования они рассматривали экономические отношения, складывающиеся в процессе производства, распределения, обмена и потребления на разных ступенях развития общества с позиций классового подхода.

К. Маркс (1818–1883 гг.) и Ф. Энгельс (1820–1895 гг.) исследовали богатство капиталистического общества с точки зрения рабочего класса, пролетариата. Обосновали учение о двойственном характере труда, прибавочной стоимости, будущем коммунистическом обществе и т.д. Все это было изложено в «Капитале» (в 4-х томах).

Карл Маркс развил трудовую теорию стоимости, теорию прибавочной стоимости, основы которых были сформированы в работах А. Смита и Д. Рикардо. «Маркс подвергался переоценке, пересматривался, опровергался, его хоронили тысячекратно, но он сопротивляется каждый раз, когда его пытаются отослать в интеллектуальное прошлое. Хорошо это или плохо, но его идеи стали составной частью того мира представлений, в рамках которого мы все мыслим»¹.

К. Маркса обосновал положение о том, что обмен товаров на рынке осуществляется на основе общественно необходимых затрат рабочего времени, которые затрачиваются на производство продуктов труда. Соответственно, наемные работники, создающие подобные продукты, должны получать соответствующую оплату за свой труд, т.е. получать часть прибавочной стоимости. Кроме того, создание прибавочного продукта осуществляется в результате использования определенной технологии, являющейся результатом развития человеческой цивилизации и поэтому часть прибавочного продукта должна поступать в распоряжение всего общества.

Марксистское направление экономической мысли господствовало в России с 1920-х до 1990-х гг. Монопольное господ-

¹ Благуг М. Экономическая мысль в ретроспективе. – М., 1994.

ство марксистских воззрений препятствовало развитию прогрессивных экономических идей. Однако в столь тяжелых условиях русские ученые-экономисты Н.Д. Кондратьев (1892–1938 гг.) и А.В. Чаянов (1888–1938 гг.) проявили свободу экономической мысли.

Н.Д. Кондратьев разработал теорию экономических циклов («длинных волн»), имеющих место в экономике всех стран, в том числе и в России, за что был в 1938 г. репрессирован и расстрелян как враг народа. А.В. Чаянов решение аграрного вопроса видел в социализации земли и семейно-крестьянском хозяйстве. К сожалению, такой взгляд объявлялся «политически вредным для социализма». А.В. Чаянов также был репрессирован и в 1939 г. расстрелян. Таким образом, в нашей стране игнорировались достижения зарубежной и отечественной немарксистской мысли. В формировании экономического мировоззрения и экономического мышления ведущее место занимала марксистская политэкономия. Разрыв экономической науки России и мировой науки привел к тому, что экономисты стали пользоваться разными понятиями и терминами. Предметом исследования политэкономии в соответствии с классовым подходом являлись лишь производственные отношения, основу которых составляли отношения собственности. Из системы производственных отношений выводились экономические законы, противоречия, необходимость классовой борьбы, диктатура пролетариата и господство административно-командной системы.

1.2. Современные направления экономической мысли

Политическая экономия и экономикс выступают как формы развития экономической мысли и образуют научный фундамент целостного системного анализа экономической жизни общества. В современной экономической мысли следует выделить несколько крупных направлений: неоклассическое (монетарное), кейнсианское, теория общественного выбора, институциональное, неолиберальное.

Неоклассическое направление возникло на базе классической школы в конце XIX в. Основоположителем данного направления является выдающийся английский ученый-экономист, глава кембриджской школы А. Маршалл, а также американский ученый-экономист, лауреат Нобелевской премии (1976 г.) М. Фридмен (1912 г.).

Американским ученым Дж.Б. Кларком была разработана теория предельной производительности. Исходная предпосылка заключалась в том, что такие основные экономические факторы как земля, труд и капитал равноценны. Поэтому доходы, получаемые владельцами каждого из факторов, зависят от вклада конкретного фактора в произведенный товар. Вследствие этого, необходимо стремиться к достижению баланса предельных затрат и доходов, при котором рыночная экономика функционирует максимально эффективно, а потребности индивидов удовлетворяются при оптимальных (минимальных) затратах факторов производства.

Развитие данного подхода привело к использованию дифференциальных и интегральных расчетов, а далее вместе с теорией рыночной цены, теории потребительского (рационального) выбора, учения о предпринимательстве и т.п., позволило некоторым исследователям определять данный период как эру маржинализма¹. В неоклассическом подходе экономическая теория трансформировалась в «чистую экономику», практически ли-

¹ От английского marginal – граничный, предельный.

шенной признаков общественных отношений, которых было трудно разглядеть за сложными математическими расчетами.

Существенный вклад в развитие неоклассицизма внес английский ученый А. Маршалл, который обосновал подход, при котором цены выступают следствием взаимодействия спроса и предложения. Вследствие этого прибыль владельцев капитала равняется проценту, выступающим ценой капитала, что позволило исключить затраты на приобретение средств производства при рассмотрении процессов создания товаров.

Кейнсианское направление возникло в 1936 г. и было изложено в работе английского ученого-экономиста Дж. Кейнса (1883–1946 гг.) «Общая теория занятости, процента и денег». Новое направление западно-экономической мысли связано с макроанализом. Его учение отличается от учения неоклассиков тем, что допускает государственное вмешательство в экономику в виде госрегулирования, так как рынок сам по себе не может обеспечить эффективный спрос. Двигателем экономики является не предложение, а спрос.

Великая Депрессия 1929–1933 гг.¹ указала на серьезные недостатки классического и неоклассического направления. И это было связано с тем, что совершенная конкуренция² на многих рынках исчезла, а на некоторых ее и не было по объективным причинам. А ведь постулат о совершенной конкуренции является основополагающим для «классиков». Объективные процессы монополизации позволили еще К. Марксу сделать вывод о том, что постепенно капитализм в процессе собственного отрицания придет к плановому хозяйству.

Джон М. Кейнс, выдающийся английский экономист и государственный деятель, обосновал собственный подход регулирования экономических кризисов и безработицей. В своем фундаментальном труде «Общая теория занятости, процента и денег», изданном в 1936 г., им были предложены основополагающие принципы государственного управления экономикой.

¹ Экономический спад, который считается самым глубоким и продолжительным, охвативший всю мировую экономику.

² Совершенная конкуренция – теоретическая конструкция редко встречающаяся в экономической реальности.

Кейнс обосновал положение о том, что государство должно активно заниматься предупреждением кризисов и борьбой с масштабной безработицей. Отдельные капиталисты, ослепленные собственным эгоизмом на это не способны. Поэтому государство, должно регулировать экономические процессы в стране, в частности, воздействуя на совокупный спрос. С этой целью государство может увеличивать свои расходы и выплаты населению с целью увеличения покупательной способности индивидов. При этом выпуск в обращение необходимого для этих целей дополнительного количества денег должен балансироваться ростом налогов. На основе постулатов Дж. Кейнса и представителей кейнсианства о поведении экономических агентов были разработаны новые экономико-математические модели, на основе которых определяются пропорции распределения доходов на потребление и сбережение, объемы инвестиций, объем экспорта и импорта и др.

С начала 1950-х гг. появляется течение неокейнсианство, представители которого (Э. Хансон, Р. Харрод, Е. Домар и др.) пытались соединить методы рыночного и государственного регулирования в целях обеспечения занятости и преодоления инфляционных явлений. Однако попытка не увенчалась успехом. В 1970-х гг. появляется посткейнсианское течение на основе отделения левого крыла кейнсианства (Дж. Робинсон, Н. Калдор и др.) Они разработали ряд мер по сокращению безработицы, уменьшению инфляции и падению производства. Однако их теория не сумела оздоровить экономику и стала подвергаться критике со стороны монетаристов.

Кейнсианская теория помогла правительствам западных стран разработать меры по обеспечению высоких темпов хозяйственного развития в 1950–60-е гг. и вплоть до первой половины 70-х гг. Однако мировой экономический кризис 1973–1975 гг. показал, что и она не способна предвидеть все препятствия на пути экономического развития и подсказать способы их преодоления. Кейнсианская концепция подверглась жесткой критике прежде всего за использование инфляционных мер с целью увеличения производства и занятости, за постоянное вмешательство государственных чиновников в деятельность бизнеса (доходящее до мелочной опеки). Неоконсерваторы предложили снова вернуться к идее ограничения вмешательства государства в экономику. Этот призыв нашел от-

клик и вызвал соответствующую перемену в экономической политике крупнейших капиталистических государств. В США такая политика получила название «рейганомики» (по имени президента Р. Рейгана), в Великобритании – «тэтчеризм» (по имени М. Тэтчер – тогдашнего главы правительства).

По мнению неоконсерваторов, правительство должно сосредоточить свои усилия на долгосрочных мерах экономической политики, вместе с Центральным Банком регулируя лишь ключевые параметры денежного обращения. Таким образом, одним из направлений неоконсерватизма стал монетаризм – количественная теория денег.

Теория рациональных ожиданий. Р. Лукас (США) предполагает, что современная экономическая деятельность невозможна без прогнозирования, предвидения основных путей развития.

Теория общественного выбора возникла в 1950–60-е гг. Сторонники этой теории Дж. Бьюкенен, М. Олсон и Д. Мюллер критиковали кейнсианцев, ставили под сомнение эффективность вмешательства государства в экономику. Суть их теории состоит в том, что люди действуют в политике, преследуя свои личные интересы и нет грани между политикой и бизнесом. Они распространяли принцип индивидуализма не только на коммерческую деятельность, но и на государство.

Теория экономики предложения завоевала популярность в 1970–80-х гг. Суть заключалась в следующем: уменьшение вмешательства государства в экономические процессы и стимулирование частной инициативы и предпринимательства. Особая роль отводится госфинансам. Это уменьшение налогов, количества денег в обращении и сокращение государственных расходов.

Институционально-социологическое направление сформировалось в 1920–30-е гг. в целях исследования совокупности социально-экономических факторов (институтов) во времени, а также для изучения социального контроля общества над экономикой. Основоположниками являются Т. Веблен, У. Митчелл, Дж.К. Гэлбрейт. По их мнению, экономическая наука не должна заниматься чисто экономическими явлениями. Это слишком узко, нужно учитывать комплекс условий и факторов (правовых, психологических, социально-политических и др.), влияющих на

экономическую жизнь общества. При этом ведущая роль в экономике отводится таким учреждениям-институтам, как государство, профсоюзы, семья, а также морали и праву.

Раньше многих своих современников (задолго до Великой Депрессии) недостатки классической школы экономической теории заметил Т. Веблен. Он указал на то, что поведение потребителя на рынке определяется, помимо рациональных соображений, и его психическим складом (инстинктами), и культурно обусловленным характером (нормами и правилами поведения, институтами). В работах Т. Веблена нашли свое отражение идеи современной ему психологии, связанные с именами У. Джеймса и У. Мак-Дугала, а также эволюционной теории Ч. Дарвина. В теории спроса известен, так называемый, эффект Веблена – «нерациональное», демонстративное поведение потребителя, когда он стремится завоевать или сохранить свой статус в глазах окружающих.

Выразить суть разногласий между неоклассическим и институциональным подходами к описанию модели человека можно следующим образом: если неоклассический *homo o economicus* делает выбор, оценивая настоящую и будущую полезность потребляемых благ, то, по мнению институционалистов, «факторы, предопределяющие поведение человека в экономической жизни, берут начало в далёком прошлом не только самого человека, но и всего человечества»¹. Так, рассматривая человека как биосоциальное существо, находящееся под влиянием общества и своей биологической природы, Т. Веблен объединял оба эти воздействия в категории «инстинктов». Таким образом, основатель *традиционного институционализма* Т. Веблен развил социологический подход к проблеме производственных отношений, обозначенный в работах К. Маркса.

В спектре современной экономической теории выделяют основные направления:

- *консервативное* (корпоративизм, неоконсерватизм, фашистские теории);
- *классическое либеральное* (неоинституционализм, новая классическая экономика, монетаризм);

¹ Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. – СПб.: Экономическая школа; СПбГУЭФ; ВШЭ, 1998. – С. 192.

- *новое либеральное направление* (неокейнсианство, экономика благосостояния, посткейнсианство);
- *радикальное* (традиционный институционализм, социал-демократические теории, ортодоксальный марксизм).

Слабости классической экономической теории, основанной на принципе рационального выбора, по мнению методологов институционализма заключаются в том, что она, стремясь к формализации, генерирует «законоподобные утверждения», которые не могут иметь места в реальном мире. Критика неоклассического подхода усилилась в период Великой депрессии, и в это время (фактически к 1940 г.) были разработаны следующие предположения, ставшие основными тезисами *новой институциональной экономики*: при исследовании экономического поведения всегда следует принимать во внимание оппортунизм, который является неотъемлемой частью человеческой натуры, хотя, порой, трудноразличимой (Ф. Найт, Д. Гэлбрейт); базовой единицей в исследовании кооперации между людьми является транзакция (Д. Коммонс); гармонизация отношений обмена (и, как результат, повышение эффективности, снижение транзакционных издержек) – главное предназначение экономической организации (формальной и неформальной) (Д. Коммонс, Ч. Барнард); правовой анализ контрактных отношений должен проводится вместе с экономическими исследованиями организаций, так как они дополняют друг друга (К. Ллевеллин); минимизация транзакционных издержек – цель исследований внутрифирменных и рыночных форм организации, которые могут быть объединены в рамках единой концепции (Р. Коуз).

Сторонники данного направления считали необходимым установление «социального контроля и регулирования» производства, с целью реализации мер по внедрению достижений научно-технического прогресса, новых технологий, которые требуют укрупнения и усложнения бизнес-единиц. Ввиду того, что крупное производство требует участия в нем больших коллективов, а экономическим агентам часто недоступна информация, необходимая для принятия рационального решения, требовался переход от индивидуалистской к коллективной психологии в анализе экономического поведения.

Следует выделить важные различия в подходах «старой» и «новой» школ институционализма: «новые» институционалисты изучают общественные проблемы методами неоклассической теории, используя аппарат современной микроэкономики и теории игр, в то время как для «старых» институционалистов было характерным использование методов политологии, правоведения в изучении проблем современной экономической теории; рассуждения «новых» институционалистов строятся «от общего к частному»: от общих принципов неоклассической теории к объяснения конкретные явления политической жизни. Таким образом, институционалисты нового поколения не отказываются от неоклассической модели человека, а, напротив, само существование институтов объясняют стремлением людей к максимизации полезности.

Сравнительно новое направление институционализма, теория общественного выбора, используя данный подход, распространяет принципы индивидуализма на все виды человеческой деятельности: не только на бизнес, но и на политику. Рациональность индивида имеет в этой теории универсальное значение: все участники политического процесса – от избирателей до депутатов и президента, руководствуются в своей деятельности принципом максимизации полезности. Избиратели и политики ведут себя точно так же, как покупатели и продавцы, только обмениваются они не товаром и деньгами, а голосами и предвыборными обещаниями¹.

Неолиберальное направление отрицает государственное вмешательство в экономику. Лидером является бывший министр экономики Германии Л. Эрхард (1897–1977 гг.). Суть разработанной им концепции «Социальная рыночная экономика» состоит в применении рыночных механизмов (денежная реформа, реформа цен и т.д.) для оздоровления экономики страны. При этом полностью отвергается командно-административный

¹ Развитие идей теории общественного выбора прослеживается от диссертации шведского экономиста К. Викселя «Новый принцип справедливого налогообложения» (1896) и далее в работах Д. Бьюкенена, У. Нисканена, М. Олсона, Г. Таллока, Ф.А. Хайека и др.

метод регулирования экономики. Течением его является экономический либерализм (Л. фон Мизес, Ф. фон Хайек). Главная идея: минимальное воздействие государства на экономику, неограниченная свобода предпринимательства.

Перечень вопросов хозяйственной деятельности, изучаемых экономической теорией, можно было бы продолжить, он весьма обширен. Задача теоретической экономики, вытекающая из ее предмета, состоит не в изучении отдельных процессов, явлений хозяйственной деятельности людей, а в системном, целостном, теоретическом отражении существенных отношений и связей между ними, получающих свое выражение в экономических категориях и законах.

Экономические школы различаются друг от друга не только по методам исследования, но и по своим нормативным ценностям, идеологической направленности. Сравнительная типология современных направлений экономической теории представлена на рис. 1.1.

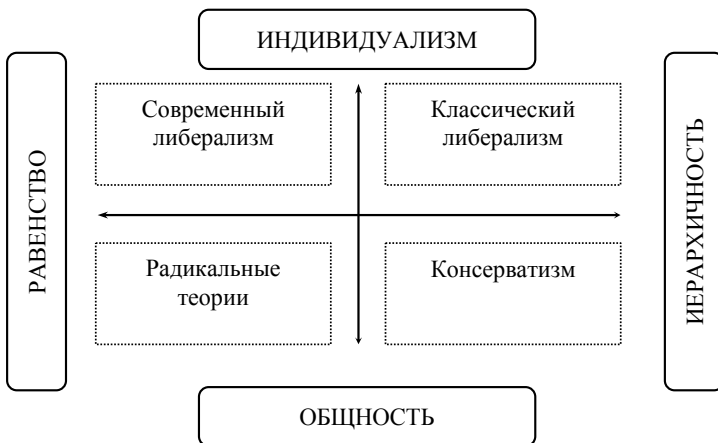


Рис. 1.1. Сравнительная типология современных направлений экономической теории¹

¹ Источник: *Clark B. Political Economy: A Comparative Approach.* – N.Y., 1991. – Р. 36. См. также: *Нуреев Р.М. Курс микроэкономики.* – М., 1998. – С. 15.

Исследования экономических фактов и явлений в России последнего десятилетия показывают, что методы неонституционального анализа могут быть применены к российской действительности, где экономические трансакции и институциональные изменения происходят в неоднородной изменчивой среде, и с их помощью могут быть получены вполне достоверные прогнозы.

Особый интерес для России представляет группа теорий, объединенных в общее направление под названием *экономика развития*. Это направление включает в себя весь спектр современных теорий институционализма. Но его отличие от основного направления экономической мысли в том, что объектом исследования выбраны развивающиеся экономики, переходные и экономики стран «третьего» мира. Оказывается, что в этом случае проявление основных экономических законов имеет свои особенности.

1.3. Микроэкономика и макроэкономика

Объектом исследования теоретической экономики является рыночная экономика, которая состоит из двух основных частей: микроэкономики и макроэкономики.

Микроэкономика возникла в Европе XV–XVI вв., когда на смену феодализму с его крепостным правом пришел капитализм.

Основоположителем микроэкономического анализа является английский экономист А. Маршалл (1842–1924), изложивший свои взгляды в учебнике «Принципы политической экономии» (1890). В дальнейшем наука «Микроэкономика» получила свое развитие в работах Л. Вальраса во Франции, В. Парето в Италии, Дж. Б. Кларка в США, К. Менгера, Е. Бём-Баверка в Австрии и др.

Микроэкономика – низший уровень рыночной экономики, т.е. экономические проблемы, возникающие на уровне отдельного индивида, малого предприятия, отрасли, домохозяйства в аспекте выявления специфики конкретного производства, конкретного продукта, численности работников, занятых на малых пред-

приятных, дохода предприятия, семьи, индивида, и факторы, его определяющие.

Объектами микроэкономического анализа являются производство, спрос, предложение, цена на товар, издержки, численность и заработная плата работников, производительность труда, доходы и т.д. на уровне фирмы (предприятия). Исходя из этого следует, что в процессе микроэкономического анализа используются общие, средние и предельные величины. К общим величинам относятся: объем производства продукта, доход фирмы или домашнего хозяйства, численность занятых на предприятиях, цена отдельного товара. Средними величинами являются: средние затраты, средний доход, средняя производительность и др. Они являются базой для сравнения деятельности экономических субъектов. Предельные величины характеризуют изменение результата. К ним относятся предельная полезность, предельная производительность, предельные издержки, предельный доход и т.д.

Поскольку основными сферами хозяйственной деятельности являются производство, потребление и обмен, к хозяйствующим субъектам в микроэкономике относят производителя и потребителя, продавца и покупателя. В других случаях речь идет об институционализированных хозяйствующих субъектах, к которым относятся фирмы, домохозяйства и государство. Рассмотрим их характеристику.

1. *Домашние хозяйства* – экономические единицы, связанные с ведением домашнего хозяйства в составе одного физического лица или семьи, являющихся собственниками каких-либо экономических ресурсов. К домашним хозяйствам относятся все потребители жизненных благ, владельцы капиталов, землевладельцы, наемные работники. Главной целью домохозяйств является максимальное удовлетворение своих потребностей в потребительских товарах (хлебе, одежде, бытовой электронике и т.д.) и услугах (бытовых, транспортных и т.д.). Они оплачивают потребительские товары и услуги за счет доходов, полученных от предоставления в распоряжение предприятия (фирмы) экономических ресурсов через рынок ресурсов. При этом домохозяйства тратят не весь получаемый доход на приобретение товаров и услуг, определенная часть его идет на налоги государству и личное сбережение.

2. *Фирма (предприятие)* – это экономическая единица, которая использует экономические ресурсы (факторы производства) для изготовления товаров и оказания услуг и их реализации потребителям с целью получения максимально прибыли. Она несет экономическую ответственность своим имуществом. В России эти функции выполняют коммерческие организации, являющиеся юридическими лицами (хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные предприятия, а также индивидуальные предприниматели (согласно Гражданскому кодексу РФ).

Целью фирмы, в отличие от домашнего хозяйства, является не удовлетворение личных потребностей, а упрочение своих позиций на рынке за счет максимизации прибыли, что способствует увеличению масштабов производства.

Отрасль – это совокупность фирм, производящих и реализующих одинаковую продукцию или услугу. Она объединяет совокупность экономических единиц. Каждая отрасль отличается специализацией, т.е. выпуском продукции (промышленность, сельское хозяйство, транспорт и т.д.).

Корпорация (от лат. corporation – объединение) – совокупность лиц, которые объединяются ради общих интересов. Это юридическое лицо – предприятие или организация, наделенное гражданскими правами и обязанностями, выступающее от своего имени (например, фирма). В узком смысле корпорация в ряде стран (США, Англия и др.) – акционерное общество (АО) – крупное предприятие, капитал которого образуется путем продажи акций.

Партнерство – юридическая форма организации предприятия, которая занимая промежуточное место между индивидуальным (совместным) предприятием и компанией (объединением физических лиц) с ограниченной ответственностью. Члены партнерства, имеющие свой капитал, несут неограниченную (полную) совместную ответственность по всем долгам и обязательствам предприятия.

Компания – объединение юридических или физических лиц для проведения совместной экономической деятельности (производственной, торговой, финансовой, страховой и т.д.).

Акционерное общество (АО) – это объединение нескольких граждан или юридических лиц для определенной предпринима-

тельской деятельности путем приобретения (выпуска) акций. Акционеры несут риск убытков только в пределах стоимости своих акций. АО бывает закрытого и открытого типов. АО открытого типа имеет право распространять выпускаемые акции на стороне, а АО закрытого типа – только среди своих учреждений внутри АО.

Некоммерческие организации – активные экономические субъекты (учебные, медицинские, научные, культурные учреждения, благотворительные фонды и общественные институты, потребительские кооперативы и т.д.). Цель создания – удовлетворение общественных потребностей и социализация современной экономики.

Государство – субъект, который поддерживает правила игры в экономике, регулирует взаимоотношения между домохозяйствами и фирмами и внутри этих групп, перераспределяет доходы, осуществляет производство общественных благ.

Государство (государственные организации и учреждения) является участником кругооборота в условиях административно-командной и современной (смешанной) рыночной экономики. Оно не ставит своей целью получение прибыли, а выполняет общественные задачи. Часть государственного бюджета используется им для закупки ресурсов, товаров и услуг (земельные участки для строительства школ, больниц, стройматериалов, оружия, компьютеров, медикаментов, выплаты трансфертов в виде пособий, пенсий, стипендий и т.д.). Поэтому государство для пополнения доходов госбюджета облагает налогами доходы предприятий и домохозяйств. Оно выполняет функции перераспределения доходов и ресурсов, стабилизации социально-экономической ситуации в обществе.

Предметом изучения микроэкономики являются микроэкономические понятия (категории), принципы принятия решений, экономические законы, механизмы функционирования рынков. Все они будут рассмотрены в последующих параграфах и главах данного учебника.

Макроэкономика – это часть рыночной экономики, изучающая экономику в целом. В ее рамках анализируются региональная, национальная и мировая экономика. Здесь используются обобщенные (суммарные, агрегированные) показатели: валовой внутренний продукт (ВВП), валовой национальный продукт (ВНП), национальный доход (НД), совокупный спрос и сово-

купное предложение, общий уровень безработицы, общая динамика цен и т.д. Следовательно, макроэкономика, образно говоря, изучает «не деревья в лесу», а «лес» в целом. Основоположником макроэкономического анализа является ученик А. Маршалла, английский ученый-экономист М. Кейнс (1885–1946).

Разделение экономики на микро- и макроэкономику не следует понимать так, что данная наука резко разделена на отдельные части. Многие экономические явления, в частности, безработица, инфляция и другие, могут изучаться как на микроуровне, поскольку они присущи отдельным предприятиям, так и на макроуровне, т.е. на уровне региона и страны. Поэтому невозможно провести четкую грань, разделяющую микро- и макроэкономику. Оба эти раздела экономической теории тесно переплетаются, дополняют друг друга и незаметно переходят один в другой.

Образно говоря, микроэкономика исследует не «лес» вообще, а каждое «дерево» в отдельности. Микроэкономика дает анализ каждого экономического субъекта, т.е. хозяйственной деятельности как физических, так и юридических лиц.

При этом нельзя сказать, что микроэкономика занимается менее важными в сравнении с макроэкономикой проблемами. Подобно тому, как все большое складывается из малого, функционирование всей экономики и ее больших агрегатов прямо определяется деятельностью каждого из экономических субъектов и не может быть верно понято в отрыве от последней.

1.4. Процесс познания экономики

В вопросах познания экономических явлений и процессов выделяют два вида экономики: позитивную и нормативную.

Позитивная экономика исследует фактическое состояние экономики хозяйствующих субъектов. Она дает описание экономических явлений и процессов такими, какие они есть в действительности. Для этого собираются и обобщаются факты, устанавливаются причинно-следственные связи.

Позитивный анализ устанавливает причины и следствия экономических явлений, не давая им оценки. Такой анализ отвечает на

вопросы типа: «Что и почему происходит в экономике сегодня?», «Что и почему происходило вчера?», «Что будет, если?...». Конечным результатом является созданная на основе обобщения фактов *теория* (гипотеза) – целостное, системное знание о явлениях, выраженное системой категорий, законов и принципов. Она описывает, анализирует, но не даёт рекомендаций.

Главный принцип позитивизма – это принцип проверяемости теории, означающий, что она должна подтверждаться на практике. Если теория противоречит фактам, то следует либо ее отвергать, либо совершенствовать, либо разрабатывать новую. В целом она должна дать научные представления об экономическом поведении субъектов в условиях рынка, начиная от потребителя-индивида и заканчивая государством.

Нормативная экономика стремится найти наилучшие формы и средства организации экономической деятельности, которые невозможно сверить с реальными фактами. *Нормативный анализ* содержит оценку желательности тех или иных последствий. Круг его вопросов: «Что надо сделать, чтобы?...». При этом существенную роль играют опыт, знания, убеждения, субъективное мнение исследователя. Выводы и рекомендации, как правило, носят субъективный характер.

Таким образом, позитивная экономика исследует фактическое состояние экономики, а нормативная определяет, какие конкретные условия экономики желательны или нежелательны. Например, к позитивной относится следующее утверждение: «Безработица составляет 9% рабочей силы», а к нормативной – «Безработицу следует сократить!». Теоретические суждения, рассматриваемые как желаемое состояние, называются нормативными.

Между двумя видами экономики существует тесная взаимосвязь: нормативные утверждения влияют на выбор предмета позитивного анализа, тогда как результаты последнего облегчают достижение нормативных целей.

Метод – это совокупность приемов, способов, принципов, с помощью которых определяются правильные пути достижения поставленных целей.

Если *предмет* науки характеризует объект исследования, то *метод* – чем и как исследовать.

Микроэкономика для анализа хозяйственной деятельности использует те же методы, что и экономическая теория. Важнейшими из них являются *метод научной абстракции, метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, метод количественного и качественного анализа, метод исторического и логического единства (подхода), метод графического изображения, экономико-математическое моделирование, экономические эксперименты и общественная практика.*

Метод научной абстракции (от лат. abstraction – удаление, отвлечение). Экономические явления в обществе не протекают в чистом виде, их нельзя взвесить, положить под микроскоп и просветить лучом, их нельзя изучить в лабораториях. Они связаны с политическими, социальными, психологическими и многими другими явлениями. Поэтому в качестве основного средства их познания выступает абстракция, т.е. отвлечение от несущественных, второстепенных явлений при изучении того или иного экономического явления. При этом основным средством исследования становится *мышление*, которое не отрывается от действительности, а, наоборот, отбрасывая ненужное, проникает внутрь экономических явлений и выявляет закономерности их развития. Именно абстракция позволяет выводить экономические категории и экономические законы.

Абстрактное мышление порождает *метод анализа и синтеза.*

Анализ – это расчленение изучаемого экономического явления на отдельные элементы и исследование каждого элемента как необходимой составной части целого. *Синтез* – соединение родственных элементов в единое целое и описание общих выводов.

Один из методов, активно используемых как в философии, так и в экономической науке, – *метод индукции и дедукции.*

Индукция – это выведение теоретических положений (гипотез) и принципов из фактов. Это движение мысли от частного к общему умозаключению, т.е. от фактов – к теории. *Дедукция*, напротив, – движение познания от теории и принципов к фактам. Это движение мысли от общего к частному умозаключению. Здесь теория проверяется фактами. В результате она может отвергаться или совершенствоваться, или разрабатываться заново.

Индукция и дедукция представляют собой противоположные способы исследования экономических явлений, но их трудно разделить. Они взаимодополняют друг друга.

Каждому экономическому явлению присущи *количественная и качественная* стороны. Например, понятие «спрос» выражается в количестве товаров и услуг, приобретаемых покупателями по определенной цене. Понятие же «рост спроса» означает рост качества потребляемых товаров и услуг. В этом состоит суть *метода количественного и качественного анализа*.

Метод исторического и логического единства предполагает, что любое экономическое явление раскрывается в историческом развитии и последовательно. Это значит, что сохраняются поступательный ход развития и связь (логика) между явлениями, но при этом отбрасываются случайные, второстепенные моменты.

Метод графического изображения выражается в том, что ряд положений экономики может быть изображен графически.

Важнейшим методом экономических исследований является построение экономических моделей.

Экономическая модель – упрощенное формальное описание интересующих исследователя сторон экономического явления.

Экономико-математическое моделирование – это системный комплексный метод исследования экономических явлений с использованием математики и компьютерной техники.

Выделяют различные типы моделей. Например, оптимизационные модели, используются для изучения поведения отдельных экономических агентов или их групп и показывают, как экономические агенты (их группы) максимизируют свое благосостояние (модель поведения фирмы, модель поведения отдельного потребителя). Равновесные модели нужны для изучения взаимоотношений между экономическими агентами и их группами (например, модель формирования рыночной цены под воздействием спроса всех покупателей и предложения всех продавцов).

Экономические эксперименты – проверка на практике эффективности экономических явлений и процессов, требующей тщательного обоснования и жесткого контроля их проведения. Это поиски наилучших вариантов организации и управления экономической жизнью общества.

Завершающий элемент исследования экономических явлений – *общественная практика*. Она является критерием истины. Только в процессе практики подтверждаются истинность и ложность теоретических абстракций и научных экспериментов.

Следует упомянуть также метод сравнения – определение сходства или различия явлений; метод аналогии – переноса свойств с известного явления на неизвестное; использование гипотез – научно обоснованных предположений о связях или причинах явлений, процессов.

Перечисленные выше методы формальной логики дополняются экономико-математическим моделированием и экспериментированием.

Методы экономической теории основаны на диалектике. Так, в ходе изучения хозяйственной деятельности экономических субъектов выявляются противоречия в их хозяйственной деятельности и способы преодоления этих противоречий. Важнейшие *диалектические приемы*: восхождение от абстрактного к конкретному и выявление единства исторического и логического.

Задачи, которые решает современная экономическая теория требуют новых исследовательских междисциплинарных подходов к экономическим проблемам в самом широком смысле – с ведущей ролью психологической и социальной составляющей. В этом случае формальная логика порой оказывается бессильной, по простой причине – для ее применения не оказывается достаточных оснований, не хватает информации. И тогда на выручку приходит *естественная логика*.

Естественная логика основана на ином восприятии мира. Это, в некотором роде, «логики причастности», где в основной набор концепций включены понятия системность, комплексность, синергия и т.д., где присутствуют рассуждения типа «нет дыма без огня», «яблоко от яблони недалеко падет». Перенос истинности с одного суждения на другое (как в логике формальной) уже не является определяющей задачей. Важно определить общие признаки и свойства объектов исследования.

Каждая наука имеет свой набор категорий и законов. Например, математика имеет такие категории, как число, сумма, степень, пропорция, функция, логарифм и т.д.; физика – масса, тело,

энергия. Микроэкономика, как и экономическая теория в целом, имеет такие экономические категории, как товар, полезность, стоимость, деньги, цена, прибыль и т.д. *Экономические категории* – это логические понятия, отражающие в обобщенном виде существенные, фундаментальные аспекты экономических явлений и процессов, а также экономической жизни общества в целом. Например, суть рынка как экономического явления выражают такие экономические категории, как товар, деньги, спрос, предложение, цена, прибыль и т.д. Экономические категории объективны, историчны и истинны, а не произвольны. Выделяются два вида экономических категорий:

- общие экономические категории, характерные для всех экономических систем или всех исторических эпох (обществ). К ним относятся труд, производство, продукт и т.д.;

- специфические экономические категории, свойственные отдельным экономическим системам или конкретно историческим эпохам (капитал, прибавочная стоимость, деньги и т.д.).

Все экономические явления и процессы развиваются под воздействием экономических законов, т.е. независимо от воли и сознания человека. Во всех странах с рыночной экономикой действуют одни и те же экономические законы.

Экономический закон – это внутренние, постоянно повторяющиеся причинно-следственные связи и взаимозависимости в экономических явлениях и процессах. Они выражают внутреннюю сущность экономических явлений и процессов, например, законы развития производства, распределения, обмена и потребления, т.е. законы экономической жизни общества, являются объективными и исторически преходящими, т.е. изменяются в связи с развитием экономической жизни общества. Это значит, что одни экономические законы возникают, а другие исчезают.

Между экономическими законами и законами природы имеются *общие черты и различия*. *Общее* между ними то, что они объективны, т.е. действуют независимо от воли и желания людей. *Различия* же заключаются в следующем:

- экономические законы возникают в процессе производственной деятельности людей и действуют среди людей; законы природы действуют стихийно, спонтанно, без участия людей;

– законы природы вечны, а экономические законы исторически преходящи;

– экономические законы могут быть познаны людьми и использованы в их интересах и экономической жизни общества в целом.

В экономической науке выделяются *два вида экономических законов*:

– *общие экономические законы* – это законы, характерные для всех экономических систем или всех исторических эпох (например, законы возвышающихся потребностей, разделения общественного труда, убывающей отдачи и др.);

– *специфические экономические законы* – это законы, присущие отдельным экономическим системам или отдельным историческим эпохам (например, законы стоимости и прибавочной стоимости, капиталистического накопления, распределения по труду и др.).

Экономические законы в своей совокупности образуют *систему экономических законов или закономерности* развития общества. Все экономические законы важны и взаимосвязаны. Нарушение одного из них влечет за собой нарушение всей системы экономических законов и экономического равновесия в обществе.

Следует отметить, что экономические законы отличаются от юридических. Их различие состоит в «поле деятельности»: экономические законы объективно охватывают экономику на всех ее уровнях, а юридические – субъективно, через принятие нормативных актов высшим органом государственной власти (Государственной Думой РФ) с целью реализации теории на практике.

Значение реальной экономики во многом определяется выполняемыми ею функциями, в качестве которых выделяются следующие: *познавательная, критическая, прагматическая (практическая), прогностическая и методологическая*.

Познавательная функция экономики заключается в ее направленности, прежде всего, на познание реальных экономических явлений, т.е. на раскрытие законов развития экономики. Она позволяет объяснить причины происходящих экономических явлений и процессов на основе сбора, анализа и систематизации многочисленных фактов экономической жизни общества. Следовательно,

экономика устанавливает закономерности развития экономических явлений и процессов и показывает пути использования экономических законов в практической деятельности.

Критическая функция – экономика выявляет достижения (преимущества) и недостатки существующих экономических явлений или экономических процессов. Она устанавливает, когда те или другие экономические явления и процессы желательны и прогрессивны и, наоборот, когда они начинают тормозить экономическую жизнь общества.

Прагматическая функция экономики заключается в обеспечении научного характера экономической политики государства. Она исследует воздействие государства на фирмы, домашние хозяйства, позволяет регулировать деятельность экономических субъектов.

Прогностическая функция экономики предполагает разработку научных прогнозов, выявление перспектив развития экономических субъектов. Такую задачу стали выполнять экономисты во многих странах мира с 1950–60-х гг.

Методологическая функция экономики заключается в том, что она выступает в качестве теоретической основы для изучения конъюнктуры рынка, прогнозирования производства и т.д.

1.5. Модели человека в экономике

Человек в экономике является объектом изучения и в то же время – субъектом, деятельность которого координируется в соответствии с прогнозами и рекомендациями экономической теории. Описательная экономика собирает результаты наблюдений за финансово-хозяйственной деятельностью людей. Но этого, очевидно, недостаточно. Ведь человек – существо многогранное. Собственно, и сама экономика – это плод его сознания и созидательной трудовой деятельности. Поэтому экономическая теория при построении своих конструкций использует выводы социологии, психологии, истории и других наук.

Цельной, законченной модели человека в науке нет и, вообще говоря, быть не может в соответствии с принципом Геделя. Дейст-

вительно, экономические науки, так или иначе, имеют своей целью дать рекомендации по управлению человеческой деятельностью, а принцип Геделя утверждает, что управляющая система должна по уровню сложности превосходить управляемую.

Каждая научная школа использует определенные предпосылки и допущения, создает некую научную абстракцию, которая служит инструментом исследования, является одним из методов экономического анализа. Заметим, что для целей экономического моделирования не все аспекты человеческого сознания и деятельности являются существенными. Во многих случаях достаточно представлять, каким образом принимаются экономические решения. Но и это – непростая задача.

Многогранность человеческой личности, разнообразие мотивов ее деятельности вызывают необходимость в процессе научного анализа экономической жизни использовать унифицированное представление о человеке, действующем в определенной системе социально-экономических отношений, т.е. модель человека. Она, в свою очередь, включает основные параметры, характеризующие индивида: мотивы экономической активности, ее цели, а также познавательные возможности человека, используемые им для достижения поставленных целей. На основе модели человека в экономике строятся различные теории: спроса и предложения, конкуренции, прибыли, поведения потребителей и производителей и др.

«Экономический человек» в системе А. Смита пришёл на смену и занял место гражданина правового государства, идея которого была сформулирована Д. Локком и представляла политическую программу английского Просвещения. Во многом благодаря усилиям просветителей была создана рациональная модель отношений между людьми в практической жизни, соответствующая роли и значению гражданского общества. Одним из важнейших достоинств человека признавалась его способность к общению, сотрудничеству с другими, участию в коллективной созидательной деятельности. Вошло в моду членство в клубе или масонской ложе, посещение политических собраний или встреч по интересам (например, в кафе).

Детально разработанный кодекс правил поведения человека в обществе отразила английская художественная литература XVIII в. К тому же, исторически сложилось так, что и законода-

тельно закреплённые «правила игры», способствующие развитию капиталистических отношений в обществе появились в Англии раньше, чем в других странах. Если учесть, что право неприкосновенности личности («*habeas corpus*») существовало в Англии и Уэльсе с XV в. («Хартия вольностей» принята в 1217 г.¹), а книга А. Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов» была опубликована в год принятия первой Конституции Североамериканских штатов (1776 г.), становится понятно, почему в дилемме взаимоотношений государства и человека англосаксонская традиция в экономической теории больше уделяет внимания идее невмешательства государства в экономику, – в этом случае «правила игры», удовлетворяющие требованиям рынка считаются внешне заданными.

В трудах А. Смита и его последователей снова можно наблюдать возвращение к этическим вопросам экономической теории. Налицо своеобразный парадокс. Классики политической экономии, которые активно выступали за изменение форм общественной жизни, сегодня в обыденном представлении считаются основателями учения, в котором эти формы не имеют особого значения.

Для рассмотрения процесса принятия решений о выборе индивидом материальных благ (товаров и услуг), количество факторов можно ограничить. Так, благодаря предпосылке о стремлении к максимизации собственной полезности (что, как правило, включает также полезности близких людей), любое взаимодействие между экономическими субъектами принимает форму обмена². Тогда, основным инструментом для принятия решения оказывается логика. А «предпосылкой гипотетико-дедуктивной системы экономической теории» будет *homo oeconomicus* – «экономический человек».

Рациональные способности «экономического человека» (модели, позволяющей применять математические методы исследования), ограничены следующими предпосылками:

1. Полнота информации + интеллектуальные способности: человек может оценивать возможные варианты выбора с точки

¹ Указ Петра III о вольности российского дворянства появился в 1762 г.

² Исключаются отношения любви, зависти, ненависти и т.п.

зрения того, насколько их результаты соответствуют его предпочтениям.

2. Бесконечная делимость ограниченных благ: это позволяет применять методы дифференциального исчисления для построения модели.

3. Наличие упорядоченной системы устойчивых человеческих предпочтений, которая характеризуется следующими свойствами:

- *полнота*. Это означает, что у индивида есть определённое мнение относительно любой пары вариантов А и В: либо $A \succ B$, либо $A \prec B$, или $A \approx B$ ¹;

- *транзитивность*: $(A \succ B \text{ и } B \succ V) \Rightarrow A \succ V$;

- *рефлексивность*: Если два набора благ совпадают по всем признакам, то выбор между ними для хозяйствующего субъекта безразличен;

- *монотонность*: ненасыщаемость потребностей (положительная полезность каждой единицы блага)²;

- *замещаемость*. Всегда можно найти набор благ, эквивалентный данному, если уменьшить потребление одного блага и одновременно увеличить потребление другого;

- *выпуклость*. Линейные комбинации двух равноценных наборов благ более предпочтительны, чем каждый из них в отдельности.

На основе этих предпосылок получаются функции полезности и кривые безразличия индивида. А модель «экономического человека» называют также моделью поведения потребителя.

История развития модели экономического человека является собой наглядный пример «работы» философской машины экономики. В этом случае можно проследить, как с накоплением опыта хозяйственной деятельности (Фактов) развиваются блоки Понятий/Величин и Теорий/Политических программ.

Аристотелева «экономика» с ее *фактами* ограничивалась рамками домашнего хозяйства. «Мир – общество – государство»

¹ $A \succ B$ означает, что А предпочитается В.

² Здесь заложена «мина замедленного действия», так как данная предпосылка абсолютно верна только для потребностей высших порядков. Но в данный момент без этой предпосылки не обойтись.

первых городов-полисов, по существу было объединением хозяев, стремящихся сохранить свое имущество. *Понятие «el mundo»* («мир» – в переводе с испанского) первоначально означало яму, в которую складывали свои пожитки предки будущих европейцев, располагаясь на ночлег у общего очага. Соответственно первой моделью человека хозяйствующего был непосредственно *хозяин*.

Теоретическая *модель экономического человека* начала формироваться две с половиной сотни лет назад тогда, когда началось формирование хозяйственного механизма общества, основанного на разделении труда и его капитализации. В последующей фазе развития такое общество стали называть индустриальным. Важнейшим условием эффективности такой экономической системы является наличие общих правил поведения. И, если в рамках патриархальной (матриархальной) экономики/домостроя правила устанавливались для каждого домохозяйства, и они могли быть различны, то в индустриальном обществе требуется, чтобы правила были едины для всех – хотя бы потому, что они определяют, в том числе, и стандарты качества продукции, выпускаемой производителями, которые могут находиться в разных частях света.

Концепция экономического человека объясняет необходимость подчинения правилам соображениями личной выгоды. При этом она обладает еще одной замечательной способностью: простотой и способностью совершенствоваться. Данная концепция является ключевым элементом базиса современной экономической теории в ее неоклассическом варианте, которая до сих пор доминирует в экономических науках. Причины такого доминирования объяснил американский экономист Дж. Гэлбрейт.

Нельзя не отметить, что распространенность убеждения в правильности модели экономического человека помогает многим специалистам: маркетологам, спекулянтам, политикам и т.п. Однако заметим, что, опираясь на качество «максимизатора» полезности объекта управления, эти специалисты используют еще одно, «человеческое» качество объекта – пассивность. Американский финансист и филантроп Дж. Сорос, наблюдая за коллегами-финансистами, заметил их склонность «бегать стаями» и копировать поведение/решения авторитетов, и использовал эти свойства с большой выгодой для себя.

Это уже своеобразный психотип: человек сознательно ограничивает набор альтернатив типичными решениями, отказываясь принимать во внимание сложность реального мира и выбирая «сознательное неведение».

Психологи, изучающие поведение людей в типичных экономических ситуациях, выделяют наиболее часто встречающиеся отклонения от модели рационального поведения:

- люди игнорируют временные (неявные) затраты, не распознают доступные альтернативы;
- люди пытаются учесть необратимые («утопленные») затраты, т.е., те, которые уже нельзя возместить в момент принятия решения;
- люди концентрируют внимание только на затратах данного момента без оценки перспектив.

Выявления отклонений в экономическом поведении людей фиксировались в течение достаточно длительного времени, но наиболее заметным влияние психологических факторов оказалось в области финансовых спекуляций – в поведении финансовых брокеров и деятельности бирж. Накопленные факты и сформировавшиеся новые концепции привели к появлению новой науки – поведенческих финансов.

В 1970-х гг. американские ученые Д. Канеман и А. Тверски (первый стал лауреатом Нобелевской премии в 2002 г.) систематизировав и дополнив ряд наблюдений, заложили основы новой экономической дисциплины – теории поведенческих финансов. Авторы решили, что для объяснения реального поведения следует изучать реальные процессы выбора, используемые людьми, а не идеальные модели. Они сумели свести ряд стандартных нерациональных предпочтений и предрасположенностей, на которых строится человеческое поведение, в единую теорию перспектив (Prospect Theory).

Теория перспектив использует и критикует положения теории ожидаемой полезности (ТОП), разработанной в 1940-1950-е гг. Дж. Нейманом и О. Моргенштерном. В теории ожидаемой полезности принятие решений базируется на выборе между возможными исходами игровой ситуации, которые взвешиваются по соответствующим им вероятностям. При этом предполагается, что ве-

роятности известны. В простейшем случае, когда рассматриваются два исхода, ожидаемая полезность рассчитывается по формуле:

$$EU = p_1 U_1 + p_2 U_2,$$

где EU – ожидаемая полезность; p_1, p_2 – вероятности исходов ($p_1 + p_2 = 1$); U_1, U_2 – полезности исходов.

То есть, ожидаемая полезность брокера, принимающего решения, является суммой ожидаемых полезностей возможных исходов. Кроме того, используются следующие принципы:

Добавления активов. Новый актив будет добавлен к существующим, только в том случае, если полезность суммы превышает полезность существующего актива.

Преобладание несклонности к риску. Это обобщение человеческих предпочтений преобразуется в основной принцип теории управления инвестиционным портфелем: за больший риск следует предлагать большую доходность.

Развитие ТОП служит примером того, как, в соответствие с идеей Дж. Гелбрейта, совершенствуется модель экономического человека: предполагается, что брокер, инвестор рассматривают свои действия вне зависимости от предыдущих событий, личных предпочтений и торговых лимитов, т.е. действуют рационально. Добавление параметра несклонности/склонности к риску является лишь модернизацией модели.

Однако Д. Канеман, А. Тверски и другие психологи, наблюдавшие за реальными процессами, зафиксировали несколько аномалий, противоречащих предпосылкам рациональности. Первой аномалией является эффект контекста вопроса (или фреймирование – специальный термин экономических психологов, от англ. *framing*), который заключается в том, что результаты оцениваются человеком после сравнения с некоторым особенным для него результатом, принимаемым за точку отсчета/сравнения. Изменение этой точки влечет переоценку, приводящую к тому, что считавшийся ранее положительным результат может быть переклассифицирован в отрицательный. Например, управляющий портфелем может считаться успешным, если в основу критерия этой оценки положен абсолютный размер прибыли, но при этом в категории «прибыль на единицу риска» занимать низкую позицию в рейтинге.

Классический пример из работ Д. Канемана и А. Тверски: в одном из экспериментов участникам предстояло выбрать одну из двух программ борьбы с эпидемией:

а) применение вакцины А позволит гарантированно спасти от смертельной болезни 200 человек из 600;

б) применение вакцины Б с вероятностью, равной одной трети, позволит спасти всех, но, возможно, в двух третях случаев все умрут. 72% опрошенных предпочли первый вариант, хотя его результат был хуже лучшего исхода второй альтернативы.

Но, когда вопрос был поставлен иначе:

а) 400 человек из 600 гарантированно умрут;

б) существует вероятность $1/3$, что не умрет никто, только 22% участников эксперимента выбрали первое решение.

Таким образом, совершенно разные результаты были получены только потому, что вопрос был поставлен иначе, несмотря на то, что исходные данные были одинаковыми.

В другом эксперименте предлагались две ситуации:

1-я ситуация: «Вы решили сходить в кино. Билет стоит 10 долл. Перед входом в кинотеатр вы внезапно обнаруживаете, что выронили купюру. У вас есть с собой достаточно денег, чтобы купить билет. Вы это сделаете?»;

2-я ситуация: «Вы потратили 10 долл., купили билет и перед входом в кинотеатр обнаружили, что потеряли его. Купите ли вы новый билет?».

В эксперименте американских психологов в 1-й ситуации было получено 88% положительных ответов, а во 2-й – 46%. Получаются разные результаты так называемой «умственной бухгалтерии»: в первом случае цена билета не изменилась (10 долл. оказались невозвратимыми затратами), а во втором случае цена билета оказывается равной 20 долл., и это не устроило часть респондентов.

В практике финансовых спекуляций эффект «умственной бухгалтерии» может проявиться в том, что инвесторы будут удовлетворены даже плохими результатами портфеля, если какая-то «любимая» ими акция достигла ожидаемого результата. Этим же эффектом объясняют склонность инвесторов покупать акции, выплачивающие высокие дивиденды: инвесторы разносят доход от курсовой разницы и дивидендов по разным «кошелькам».

Наблюдатели за действиями биржевых игроков отмечают также «эффект склонности к определенности, с учетом эффекта зеркального отражения», который состоит в том, что люди предпочитают определенность при выборе между исходами, гарантирующими прибыль. В то же время они предпочитают любым способом избежать определенности в случае убытка, даже если маловероятный шанс успеха приведет к дополнительным затратам. Этот вывод теории перспектив объясняет, помимо прочего, одно из часто наблюдаемых явлений в биржевой торговле, когда новички быстро фиксируют свои выигрыши и долго не принимают мер по закрытию убыточных позиций, чтобы не закрепить потери.

Важным выводом психологии финансов является то, что люди оценивают не увеличение богатства в целом, как следует из теории ожидаемой полезности, а относительным изменением богатства. Другой вывод исследователей заключается в том, что «главное, что движет людьми, – это нелюбовь к потерям. Люди не столько избегают неопределенности, сколько не приемлют потерь». Канеман и Тверски предложили функцию ценности, которая учитывает то, что «удовлетворение», испытываемое от выигрыша, меньше, чем «боль» от аналогичного проигрыша. Это свойство обуславливает то, что график функции выигрышей выглядит более пологим, чем график функции убытков (рис. 1.2).

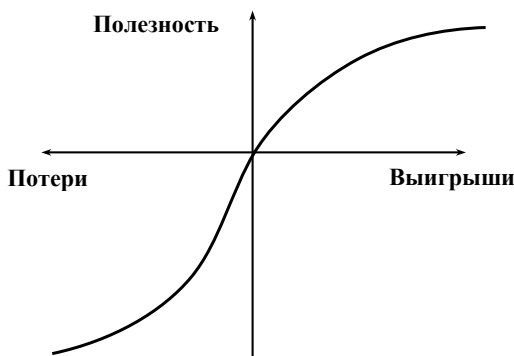


Рис. 1.2. Зависимость субъективной полезности от величин «выигрыша» – «потерь»

Чем больше выигрыш, тем меньше испытываемое «удовлетворение» от каждой последующей единицы прироста. Аналогично в какой-то момент, когда убыток уже и так велик, его рост не вызывает такой же сильной «боли». График описывает известный парадокс, который заключается в том, что инвесторы часто отменяют приказы о закрытии убыточных позиций в момент достижения намеченного ранее уровня фиксации убытка. Даже осознавая возможность дополнительных потерь, они менее болезненно переживают вторичные потери, чем первичные.

Таким образом, психология финансов раскрывает многие аспекты поведения людей, необъяснимые с точки зрения модели экономического человека. По результатам открытий, сделанных психологами в сфере финансовых отношений, стало очевидно, что предрасположенности, заложенные в сознании людей, мешают инвесторам быть «рациональными», поэтому значительная часть трейдеров подпадает под категорию так называемых «продавцов шума» (noise traders). Редкого успеха добиваются те, кто сумеет разобраться в собственных ловушках сознания и использовать заблуждения других.

Как более общий случай психологии финансов рассматривают психологию денег, а среди известных психологических денежных эффектов называют следующие:

- *денежная иллюзия* – тенденция человека воспринимать номинальное, а не реальное количество денег, т.е. не делать поправку на инфляцию;

- *денежный консерватизм* – сопротивление любым денежным реформам, даже если они полезны. Примером может служить сопротивление введению монеты в один доллар в США;

- *денежное табу* – культурные ограничения на денежный обмен, даже если такой обмен желателен с экономической точки зрения. Например, в некоторых культурах не принято платить за секс и дарить родителям и дедушкам и бабушкам деньги.

Интересен следующий факт: простое упоминание денег или использование их в качестве элемента психологического эксперимента (например, чтение вслух или про себя фраз, о деньгах) оказывает существенное влияние на поведение и цели испытуемых. В частности, при принятии решений испытуемые начинают ориенти-

роваться на собственное мнение, т.е. стремятся к самодостаточности, при этом отмечается увеличение уровня жадности.

Деньги – как зеркало. То, как и на что мы их тратим, является способом понять самого себя, точно также, как зеркало позволяет нам видеть себя (М. Филлипс).

Феномен денег можно понять только в комплексном рассмотрении: с использованием методов, как экономики, так и психологии.

В последнее время, наряду с предметом «экономическая психология» все чаще стал упоминаться предмет «поведенческая экономика». Разделение областей исследования проводится по существенному: в экономической психологии экономические явления, параметры экономических систем рассматриваются как внешние факторы, как условия, влияющие на поведение людей. В поведенческой экономике предметом рассмотрения служат экономические решения, экономические отношения с учетом их зависимости от психологических характеристик.

Правомерны оба подхода, а выбор какого-либо из них будет зависеть от постановки конкретной исследовательской задачи: изучаем ли мы влияние экономических факторов на психические явления и поведение субъектов, или нас интересует влияние социально-психологических факторов на экономическое поведение и экономические отношения.

Исследования в области «поведенческой экономики» показывают, что индивиды отклоняются от стандартной модели в трех аспектах: (1) нестандартные предпочтения, (2) нестандартные убеждения и (3) нестандартное принятие решений. Часть «отклонений» впервые была обнаружена в сфере поведенческих финансов (к ней привлечено больше внимания), а затем выяснилось, что эти особенности человеческого поведения характерны и для других областей деятельности. Здесь мы можем привести лишь несколько примеров, а заинтересованных читателей отсылаем к специальной литературе.

Интересным примером неполной реакции на информацию является случай компании *EntreMed*. 28 ноября 1997 г. в журнале *Nature* на видном месте публикуется статья, сообщающая о положительных результатах в области лечения некоторого типа ра-

ка препаратом, запатентованным *EntreMed*. В этот же день *New York Times* публикует статью на аналогичную тему на странице A28. Неудивительно, что цена акций компании *EntreMed* выросла на 28%. Удивительно то, что произошло потом. 4 мая 1998 г. *New York Times* публикует на первой странице статью об *EntreMed*, которая очень похожа на опубликованную в ноябре. Несмотря на тот факт, что данная статья не содержит никакой новой важной информации, она приводит к 330%-ному росту доходности *EntreMed* за один день и к 7,5%-ному – для всех биотехнологических компаний, увеличивших свою рыночную капитализацию на миллиарды долларов. Цена акций *EntreMed* не возвращалась к своему прежнему уровню в течение целого года.

Настроение, обусловленное погодными факторами, может вызывать небольшие изменения в поведении. Студенты, в день открытых дверей посещающие университет, в более облачные дни со значительно большей вероятностью подадут в него документы. Очевидно, более облачная погода заставляет студентов всецело сконцентрироваться на академических, а не социальных, характеристиках университета.

Международный футбольный матч влияет на дневную доходность биржевых операций проигравшей страны. Проигрыш в матче снижает дневную доходность (значительно) на 0,21% в сравнении с тем днем, когда его нет. (Удивительно, что победа не оказывает никакого влияния на доходность). Более важные матчи, такие как игры на выбытие из Кубка мира, оказывают большее влияние.

Замешательство обнаруживается в торговле акциями двух компаний, *MCI* и *MCIC*. Аббревиатура для коммуникационной компании *MCI* есть *MCIC*, тогда как *MCI* является аббревиатурой малоизвестного закрытого взаимного инвестиционного фонда *Massmutual Corporate Investors*. Некоторые инвесторы, собирающиеся торговать акциями крупной коммуникационной компании, путают аббревиатуры и торгуют акциями взаимного инвестиционного фонда, что выливается в корреляцию порядка 0,56 между объемами торговли по этим двум компаниям. Это происходит, несмотря на основополагающие отличия: компания *MCIC*, например, по объемам продаж имеет корреляцию в размере только 0,03 с коммуникационной компанией *AT&T*. Ошибочные сделки вызы-

вают меньшую, но, тем не менее, значимую корреляцию доходности акций. Арбитраж уменьшает влияние замешательства на доходность акций, но не устраняет ее полностью. Используя корреляцию объема и среднего объема торговли двух компаний, можно рассчитать количество случаев замешательства инвесторов *MCIC*: около 1 из 2000 сделок совершились по ошибке¹.

Среди многочисленных направлений создания модели человека в экономике можно выделить следующие основные (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Модели человека в экономике

Направление	Экономическая школа	Особенности модели человека в экономике
Первое	Английская классическая школа, неоклассическая школа и маржинализм	Модель носит название «человека экономического», главным мотивом деятельности которого выступает эгоистический, прежде всего, денежный, интерес. В соответствии с этим подходом индивид ведет себя так, чтобы максимизировать полезность в рамках определенных ограничений, основным из которых является его денежный доход. «Человек экономический» – это рациональный человек, обладающий таким уровнем интеллекта, информированности и компетентности, который в состоянии обеспечить реализацию его целей в условиях свободной, или совершенной, конкуренции. Рациональный человек в состоянии ранжировать свои предпочтения и стремится к достижению личной цели, обладая свободой выбора. Эта модель опирается на предпосылку о том, что в свободном конкурентном обществе выигрывает лишь тот, кто ведет себя рационально.
Второе	Кейнсианство, институционализм, историческая школа	Модели человека представляются более сложными и основаны на теории ограниченной рациональности. К стимулам поведения относятся не только стремление к материальным, денежным благам, но и определенные элементы психологического характера – традиции, привычки, престиж, желание наслаждаться жизнью и др. В этих моделях общество имеет более сложную структуру. Для поддержания его в состоянии равновесия требуется вмешательство государства в экономические отношения.

¹ Rashes M.S. Massively Confused Investors Making Conspicuously Ignorant Choices (MCI- MCIC) // Journal of Finance. – 2001. – Vol. 56, no. 5. – P. 1911–1927.

Окончание табл. 1.1

Направление	Экономическая школа	Особенности модели человека в экономике
Третье	Чикагская школа (Г. Беккер)	Модель утверждает возрастание значения не столько материальных, сколько духовных потребностей личности. Поэтому, хотя рациональное поведение в хозяйственной жизни базируется на личной материальной выгоде, оно может в ряде случаев означать отказ от этой выгоды ради других выгод, причем не всегда экономических. Модель отличается многообразием потребностей, главной из которых является потребность в свободе самовыражения, свободного выбора типа культуры и общественно-политических взглядов. Эта модель социально-индивидуального человека предполагает общество, основанное на демократических и плюралистических началах с развитыми межгрупповыми связями и нежесткими границами между социальными общностями.
Четвертое	Экологический человек (Хартия Земли)	Модель предполагает уважение достоинства, интеллектуального и духовного потенциала человека. Исходит из того, что с развитием возможностей человечества возрастает ответственность за обеспечение достойной жизни людей, необходимости обеспечивать экономическую и социальную справедливость, безопасность и экологическую ответственность. Человек стремится к бережному потреблению возобновляемых и невозобновляемых ресурсов, сокращает объем используемых материалов, обеспечивает их вторичное использование и переработку, экономно использует энергию, все больше применяет возобновляемые источники энергии, развивает экологически чистые технологии, обеспечивает учет в ценообразовании продукции экологических и социальных последствий производства, развивает производство продуктов, отвечающих социальным и экологическим стандартам, обеспечивает всеобщий доступ к медицинскому обслуживанию, соотносит собственные потребности с возможностями планеты. Данная модель предполагает борьбу с бедностью как этическую, социальную и экологическую необходимость. При этом экономическое развитие должно обеспечивать равенство и социальную

Понимание этих моделей позволяет не только оценивать роль человека в экономике на различных стадиях развития общества, но и формировать наиболее оптимальные направления в экономической политике, прогнозировать с достаточно высокой степенью вероятности последствия тех или иных экономических решений.

Выводы

1. Предметом экономики является хозяйственная деятельность людей, формулируемая в экономических явлениях и процессах и направленная на удовлетворение потребностей людей в условиях ограниченных ресурсов. Хозяйственная деятельность представляет собой единство производства, распределения, обмена и потребления благ в условиях редкости производственных ресурсов, конкурентности их использования и альтернативности выбора.

2. Предметом экономической теории является совокупность экономических отношений по поводу производства, распределения, обмена и потребления жизненных благ в условиях ограниченных ресурсов.

3. Современная экономическая теория делится на два основных раздела: микроэкономику и макроэкономику.

Микроэкономика изучает деятельность отдельных субъектов экономики – предприятий, домохозяйств, государства.

Макроэкономика изучает экономическую систему в целом (национальную экономику) и общеэкономические явления, такие, как совокупный объем производства, совокупные доходы и расходы, общий уровень цен, занятость, безработица, экономический рост и его типы.

4. Позитивная экономика рассматривает фактическое состояние экономики, действительное положение вещей и на этой основе делают выводы, но не дает рекомендаций.

Нормативная экономика ставит целью найти оптимальные методы и формы организации экономической деятельности.

5. Экономическая теория в исследованиях использует общенаучные методы: единства анализа и синтеза, исторического и логического, системный, научной абстракции и др. Наиболее значимым методом экономических исследований является построение экономических моделей и, в первую очередь, экономико-математическое моделирование.

6. Вследствие многогранности человеческой личности, разнообразности мотивов ее поведения в экономических исследованиях используются модели человека. В настоящее время выделяют три направления таких моделей, различающиеся степенью признания материальных и нематериальных факторов в качестве доминант поведения индивида.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение предмету микроэкономики.
2. Чем отличаются микро- и макроэкономики?
3. Охарактеризуйте позитивную и нормативную микроэкономiku в экономических исследованиях.
4. Дайте определение дедуктивному и индуктивному методам исследования.
5. Что позволяет выявить метод научной абстракции?
6. Чем отличаются анализ и синтез как методы экономических исследований?
7. Что позволяют выявить в исследовании логический и исторический подходы?
8. Что является завершающим элементом исследования экономических явлений и процессов?
9. Какие методы и функции микроэкономики Вы знаете?
10. Каким образом в экономике при анализе ситуаций и принятии решений учитывается разнообразие мотивов поведения людей?
11. Что представляют собой экономические законы, чем они отличаются от законов природы?
12. Что выражают экономические категории?

Понятия

Предмет исследования • Микроэкономика • Макроэкономика • Позитивная микроэкономика • Нормативная микроэкономика • Функции микроэкономики • Методы микроэкономики • Модели человека в экономике • Анализ • Синтез • Дедукция • Индукция • Научная абстракция • Исторический подход • Логический подход • Экономические категории • Экономические законы

Глава 2

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ: ТИПЫ, МОДЕЛИ И ЦЕЛИ. КРУГООБОРОТ РЕСУРСОВ, ПРОДУКТОВ И ДОХОДОВ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

2.1. Сущность экономических систем

Экономическая система – совокупность экономических явлений и процессов, совершающихся в обществе на основе действующих в нем отношений собственности и организационно-правовых форм хозяйствования, или способ организации жизнедеятельности экономических субъектов и общества в целом. В экономической литературе существует множество и других определений. Однако наиболее полно выражает суть экономической системы в современных условиях вышеуказанная дефиниция.

Экономическую систему можно представить в виде определенной фабрики, на вход которой поступают ограниченные ресурсы, на выходе происходит удовлетворение потребностей, а внутри действуют объективные экономические законы (рис. 2.1). *Целью* экономической системы является максимально возможное удовлетворение потребностей в условиях ограниченности ресурсов. Иными словами, целью экономической системы является наиболее эффективное использование ресурсов.

Экономическая система состоит из трех взаимосвязанных блоков (подсистем): производства, обмена и потребления (подсистема распределения для упрощения опущена). Каждая из этих подсистем характеризуется: 1) основным законом; 2) множеством вариантов выбора; 3) целью, которая определяет направленность окончательного выбора.

Среду функционирования любой экономической системы создают *институты (правила игры)*, которые привносятся в нее извне, из других систем, либо разрабатываются людьми сознатель-

но. Разумеется, они находятся в зависимости от предшествующего развития и состояния системы. Значение правил игры состоит в расширении или ограничении выбора отдельных экономических агентов, наложении на него дополнительных условий.

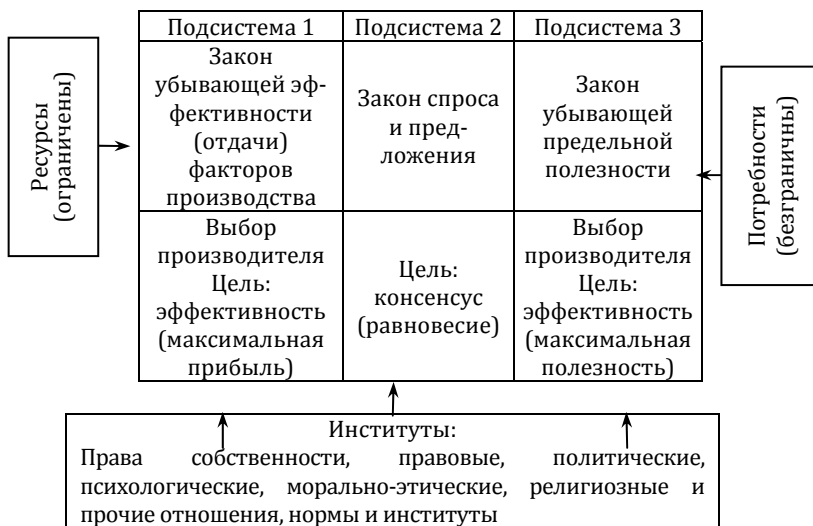


Рис. 2.1. Модель экономической системы

Фундаментальным институтом являются права собственности – это такие правила, которые определяют, что кому принадлежит. К основным институтам также относят правовые, политические, психологические, морально-этические, религиозные и прочие институты и возникающие на их основе отношения. Они также делятся на формальные (законодательство, договорное право) и неформальные (традиции, обычаи, стереотипы поведения). Значительную часть правил игры формирует экономическая политика страны, и здесь обнаруживается связь микроэкономики с макроэкономикой.

Институт (или правило игры) включает некую социальную норму, процедуру исполнения и механизм защиты. Оно предполагает также установление определенных прав и обязанностей сторон. Тем самым правила игры обеспечивают координацию

деятельности хозяйствующих субъектов, делают их поведение более предсказуемым и снижают *транзакционные* издержки взаимодействия, но могут существенно изменить направленность и возможности выбора. Поскольку хозяйствующие субъекты в экономической системе действуют в условиях дополнительных ограничений, накладываемых институтами, экономическая система не всегда выдает наилучший результат. Причина этого не в плохих экономических законах (экономические законы по своей природе объективны), а в неблагоприятных правилах игры. При этом решение основных экономических вопросов (Что производить? Как производить? Для кого производить?) в каждой системе осуществляется по-разному.

Экономическое явление – это деятельность экономических субъектов или агентов. К ним относятся домохозяйства, отдельные предприниматели, банки, фирмы, ассоциации, объединения, правительственные органы и учреждения и т.д.

Положение и роль каждого экономического агента определяются его отношением к ресурсам (факторам) производства. Одни располагают капиталом и обладают экономической властью, определяют формы хозяйствования, участвуют в управлении предпринимательской деятельностью. Другие распоряжаются лишь собственной рабочей силой. Их возможности влияния на организацию производства, распределение доходов, участие в управлении ограничены.

Экономическое явление в динамике (развитии) есть *экономический процесс*. Причинно-следственные взаимосвязи, возникающие между экономическими явлениями в процессе их развития, называются *экономическим механизмом*. Они используются экономическим субъектом для достижения положительных результатов *деятельности*.

Деятельность – это производство различных жизненных благ и услуг, что является основой существования каждого человека и всего общества в целом.

На развитие и функционирование экономической системы влияют природно-климатические (местоположение на планете, обеспеченность водой, степень плодородия земель), социокультурные и производственно-экономические факторы (средства

труда, предметы труда, технология производства, состояние рабочей силы, формы хозяйствования и собственности и т.д.).

Усвоив сущность экономической системы, можно понять закономерности развития экономической жизни общества. Экономическая система служит связующим звеном между природой и обществом. На входе у нее ресурсы (природные, трудовые), а на выходе – продукты, которые удовлетворяют потребности людей и общества в целом. Поэтому в представлении людей экономическая система ассоциируется с понятием «экономика». Экономическая система призвана также решать три основные задачи: Что производить? Как производить? Для кого производить?

Все экономисты, даже самые активные сторонники либеральных теорий, признают, что в хозяйстве страны должен присутствовать координирующий центр. В его задачи входит конкретизация вопросов, вытекающих из проблемы ограниченности ресурсов и постоянного роста человеческих потребностей. В демократических странах координирующим центром является правительство, которое поручает решение этих вопросов научно-исследовательским организациям: институтам, университетам, академиям.

Исследование проблемы обычно начинается с определения наиболее актуализированных общественных потребностей и благ, которые эти потребности могут удовлетворить. Таким образом, первый основной вопрос экономики может быть сформулирован так: *Что* следует производить? В дополнение к этому следует определить какие товары и услуги и в каком количестве могут удовлетворить выявленные потребности.

Второй вопрос формулируется с целью выявить условия, при которых проблема ограниченности ресурсов может быть решена с минимальными затратами: *Как* производить? Ответ на него подразумевает также разъяснения по поводу того, каким образом должны быть использованы ограниченные ресурсы, какие технологии должны при этом применяться.

Третий вопрос связан с вечной проблемой справедливости, который, как мы помним, всегда был одним из главных, а, порой, даже оказывался на первом месте. Ведь хозяйство – это результат усилий многих людей. И даже не одного поколения. Поэтому

только общественная форма организации производства дает возможность использовать сравнительные преимущества. Вопрос о справедливом распределении результатов экономической деятельности оказывается далеко не праздным. Он формулируется так: *Для кого* работает экономика, кто сможет потреблять блага, ею произведённые?

От фундаментальных вопросов нужно перейти к описанию деятельности людей. Она весьма разнообразна, но теория выделяет наиболее существенные признаки. В соответствии с этими признаками вся экономическая деятельность, опять же – независимо от типа экономической системы, сводится к пяти основным видам:

- производство товаров и услуг;
- обмен;
- потребление экономических благ;
- сбережение;
- инвестирование.

Рассматривают два типа инвестирования: в физические (материальные) активы и в человеческий капитал. Инвестирование в материальные активы (физический капитал) производится с целью увеличения производительности предприятий в форме создания нового оборудования, строительства новых фабрик и заводов, средств коммуникаций и т.д.

Инвестирование в человеческий капитал приводит к росту потенциала экономики. Такого рода инвестиции осуществляются в форме увеличения затрат на образование и здравоохранение.

Как правило, работодатели обеспечивают создание только специфического для данного предприятия человеческого капитала. То есть такого, который не может быть использован вне границ предприятия. Потому что иначе работники получают возможность найти другое место работы – с большей заработной платой. Следовательно, задача обеспечения экономического потенциала за счет увеличения человеческого капитала становится государственной.

Актуальность этой задачи в современных условиях диктуется технологическими изменениями, глобализацией, проявляющими себя в слиянии рынков и производств. Они способствуют превращению хозяйств развитых индустриальных стран в экономики, где главной движущей силой становится знание (а не просто информа-

ция)¹. Это заставляет рассматривать концепцию человеческого капитала как одну из наиболее актуальных тем в экономической теории. Однако существующие сегодня методы учёта инвестиций не позволяют в полной мере измерить влияние человеческого капитала на производительность и технологическое развитие. Наличие данной проблемы обнаруживают в своих исследованиях многие зарубежные авторы, некоторые отечественные исследователи также начинают осознавать серьёзность названной проблематики.

Сбережения имеют место тогда, когда экономические агенты и экономика в целом не потребляет весь произведенный продукт. С точки зрения индивида, сбережения – это непотраченные доходы. Часть их может быть помещена в финансовые учреждения: банки, страховые компании и т.д., которые, в свою очередь, выдают инвестиционные кредиты производителям. Сбережения являются важным источником инвестиций и способствуют развитию экономики.

В середине XX в. человечество начало осознавать фактор глобальной ограниченности ресурсов, что явилось определенным началом трансформации отношений в системе природа-экономика-общество. Одним из основных следствием выступает положение о том, что свободный рыночный выбор уже становится неприемлемым в условиях ограниченности возможностей Природы компенсировать последствия экономической деятельности людей. Загрязнение окружающей среды, недостаток плодородных земель и пресной воды, климатические изменения, уничтожение тропических лесов, которые являются основными поставщиками кислорода в атмосферу – все это приводит прогрессивное человечество к пониманию приближения человечества к опасной границе.

В современных условиях существует объективная необходимость при рассмотрении экономических и социальных проблем учитывать фактор Природы. При этом необходимо исходить из того, что Природа является не поставщиком природных ресурсов, а важным составляющим элементом в общей системе природа-экономика-общество.

¹ Далее будет использоваться понятие энергоинформация, в котором объединены характеристики знания и усилий, необходимых для того, чтобы это знание получить и эффективно применять.

Поэтому при рассмотрении экономических вопросов, например, дефектов рынка или ограниченности экономических ресурсов, необходимо учитывать также законы функционирования природных и социоприродных систем. При этом человек должен рассматриваться как элемент системы природа-экономика-общество (человек), который влияет на природу и зависит от нее, несмотря на все достижения современной цивилизации. Частные интересы уже не могут превалировать над общественными, внеэкономические факторы становятся равнозначными экономическим во все большем числе проблем. Поэтому в XXI в. происходит формирование новых ценностей, экономических интересов, концепций экономического роста и др.

И поэтому основные экономические вопросы остаются прежними: Что производить? Как производить? Для кого производить? Но ответы на них уже учитывают интересы Природы, как основы человеческой цивилизации.

2.2. Типы экономических систем

Для того, чтобы лучшим образом решать основные вопросы экономики, жители каждой страны в течение веков создавали соответствующие правила и организационные механизмы. И продолжают их создавать и совершенствовать. Формы устройства общественной жизни, в составе которых выделяют исторически сложившиеся традиции и обычаи, законодательную систему, правовые и общественные нормы, в соответствии с которыми оцениваются результаты экономической деятельности и мотивируется человеческое поведение, – весь этот комплекс составляет экономическую систему.

Экономическая система – комплекс элементов, определяющих экономическую структуру общества; единство отношений, складывающихся по поводу производства, обмена, потребления, сбережения и инвестирования экономических благ.

Именно характеристики экономической системы в конечном итоге являются определяющими для максимально достижимого уровня экономических целей.

Существует несколько методов описания и сравнения экономических систем. С помощью одного из них выделяют три их основных типа. В этом случае системы классифицируются с точки зрения эффективности управленческих решений о распределении редких ресурсов.

В последние 150–200 лет в мире действовали различные типы экономических систем, где во главу угла ставится человек с его потребностями. Существуют два подхода к анализу экономических систем: формационный (марксистский – К. Маркс, Ф. Энгельс, В.И. Ленин) и цивилизационный (современные экономисты). Формационный подход предполагает смену экономических систем через классовую (вооруженную) борьбу, а цивилизационный – смена происходит эволюционным (мирным) путем.

В соответствии с цивилизационным подходом современная экономическая теория различает *четыре типа экономических систем (экономики): традиционную, рыночную экономику свободной конкуренции, командно-административную и современную (смешанную) рыночную экономику.*

Традиционная экономическая система (экономика) – экономическая система, основанная на частной (в форме личной) собственности, частном интересе и натуральном характере хозяйствования (производство ориентировано в основном на удовлетворение собственных нужд, а не на рынок). Поэтому взаимодействия с другими хозяйствующими субъектами ограничены, осуществляется самокоординация. В основе выбора лежат традиции, обычаи, привычное поведение, рутины. На вопрос «что производить» традиционное общество отвечает: «то же, что и раньше». «Как производить?» – так же, используя известные технологии. «Для кого?» – для себя (общины).

Данная система присуща многим экономически слабо развитым странам. К ним относятся страны Азии и Африки, где экономическая деятельность определяется традициями, обычаями и религиозными обрядами. Производство базируется на отсталой технологии и преимущественно на ручном труде. Большинство людей занято сельским хозяйством. Обычаи определяют начало и конец сельскохозяйственных работ. Отсутствует свободный выбор профессии – дети должны наследовать заня-

тие отца. Слабо развито национальное предпринимательство, ведущую роль играет иностранный капитал.

Экономическая система, основанная на традициях (*традиционная э.с.*), характеризуется тем, что люди в своих повседневных экономических решениях и, отвечая на фундаментальные экономические вопросы, берут за образцы решения, которые принимались до них – в более старших поколениях. Подобные системы существовали в древности, но сохранились они или их элементы и до настоящего времени. Как правило, такие системы (или, другими словами, технологические уклады) существуют там, где преобладает сельскохозяйственное производство. В этом случае производственный цикл имеет сравнительно большую продолжительность, и велика вероятность убытков в результате природных катаклизмов. Традиции и обычаи, неукоснительное следование им, являются своеобразной страховкой, гарантией выживания. Как пример, можно рассмотреть традиции российской *общины*.

Община, общинный уклад жизни – это один из институтов, которыми регулируется общественная жизнь. Когда такого рода институты (хозяйственный уклад) являются преобладающими, экономическую систему можно назвать традиционной.

Институты – комплекс норм и правил, которые выполняют функцию ограничений поведения экономических агентов и упорядочивают взаимодействие между ними, а также соответствующие механизмы контроля за соблюдением данных правил. Различают институты формальные (законодательно и нормативно закрепленные) и неформальные (традиции, обычаи и проч.). Наиболее общее определение этому понятию дал в 1908 г. французский социолог Э. Дюркгейм: институты – это «общепринятые формы общественной жизни».

В соответствии с данным определением можно назвать несколько типов институтов. Это институты семьи и домохозяйства, уже упоминавшиеся нами. Это формальные организации: предприятия, корпорации, правительственные учреждения, банки, общественные организации. К числу институтов относят традиционные формы организации досуга, праздники, способы вести переговоры, организации производственного процесса, доминирование мужчин в определенных профессиях и т.д. При

характеристике институтов необходимо учитывать укоренившиеся в общественном сознании убеждения и представления, общепринятые ценности. Некоторые из названных параметров могут быть похожими в различных экономических системах.

Рыночная экономика свободной конкуренции (чистый капитализм) – экономическая система, основанная на частной собственности, частном интересе, рыночном характере хозяйствования, внешних взаимодействиях. Это система, в которой производитель, потребитель, государство осуществляют свободный выбор, руководствуясь личной выгодой (доходом, полезностью). Решения принимаются самими хозяйствующими субъектами.

В рыночной экономике горизонтальные связи преобладают над вертикальными. На вопросы «что производить» и «как производить» ответы однозначны: что и так, чтобы получить максимум чистой прибыли». «Для кого производить?» – для внешнего потребителя. Но не для любого, а который платит больше денег. Несмотря на то, что в рыночной экономике производитель руководствуется личной, эгоистичной выгодой, он должен согласовать свои намерения с потребителем, поэтому решение трех основных вопросов в этом типе хозяйства начинается с третьего вопроса: «для кого?».

Главным недостатком этой экономики является то, что она не обеспечивает развития науки, культуры, образования, защиты окружающей среды, производственной и социальной инфраструктуры, хотя классики экономической теории (А. Смит, Д. Рикардо) считали, что рыночная экономика должна развиваться на основе саморегулирования, т.е. без участия каких-либо внешних сил, в том числе и государства. Однако экономический кризис в 1929–1933 гг. указал на завершение эры саморегулирования, или свободного предпринимательства, и показал неспособность рыночной экономики вести хозяйственную деятельность без государства как экономического агента.

Необходимость государственного вмешательства, или регулирования рыночной экономики, теоретически обосновал английский экономист Дж. М. Кейнс в книге «Общая теория занятости, процента и денег». Эта теория получила практическое применение в экономике всех развитых капиталистических стран.

Принятия решений в *рыночной* экономике основано на использовании системы рыночных цен, которые выполняют функции передачи информации, стимулируют применение наиболее эффективных способов производства и являются инструментом распределения доходов. Важно также, чтобы информация о самих ценах была доступна всем участникам рыночных взаимодействий. В этом случае возможно децентрализованное принятие решений индивидами и фирмами, выступающих в ролях потребителей, производителей, работников, сберегателей, инвесторов и др. Рыночный механизм учитывает эти решения и обеспечивает обратную связь в виде изменений цен на различных рынках.

Цены сообщают производителям, чего же действительно хотят получить от них потребители, они заставляют их искать наиболее дешевые и качественные ресурсы, применять более эффективные технологии. В то же время, производители, реагируя на повышение спроса и стараясь его обеспечить, платят более высокие цены за ресурсы, необходимые в данной отрасли. Тем самым, способствуя их более эффективному размещению (аллокации). Высокие цены являются наградой предпринимателям, рискнувшим выпустить новый товар или услугу, создать новый рынок, применить новый способ производства.

Административно-командная экономика – экономическая система, основанная на государственной собственности, подчинении частного интереса общественному, жесткой иерархии и преобладании вертикальных связей управляющего характера.

Решения принимаются централизованно, сверху, исполняются по приказу. Выбор всех экономических агентов сильно ограничен. На вопрос «что производить» система отвечает «то же, что и раньше, плюс должен быть экономический рост как показатель благополучия». «Как производить» – «в основном также», «для кого» – «для внешнего потребителя», как его понимает управляющая система. Рыночные сигналы об интенсивности потребностей слабые, так как механизм рыночного ценообразования не работает, сигналом является только дефицит или избыток товара, но система на него реагирует с опозданием, так как нет свободных ресурсов. Основными чертами такого типа хозяйства являются: подчинение потребления производству, отсутствие материальных стимулов

повышения эффективности, нормированное распределение ресурсов и прикрепление поставщиков к потребителям, искаженность цен и пропорций производства, всеобщий товарный дефицит на фоне уничтожения материальных ценностей, теневые потоки корректирующего характера.

Данная система господствовала до 1990-х гг. в СССР и странах социалистического содружества. В настоящее время административно-командная система хозяйствования в чистом виде сохранилась лишь в отдельных странах, продолжающих путь «социалистической ориентации» развития (Северной Кореи, Кубе).

Для рыночной экономической системы, впрочем, как и для командной, важнейшим является вопрос о *собственности*¹. Если для командной экономики государственная собственность на средства производства и другие ресурсы является гарантией сохранения рыночной власти, то в рыночной экономике частная собственность является гарантией соблюдения добровольно заключенных контрактов и невмешательства третьих лиц.

Таким образом, для того, чтобы понять, каким образом принимаются решения в той или иной экономической системе, чтобы классифицировать ее по данному признаку следует выяснить:

- согласно каким принципам распределяются редкие ресурсы в экономике; сравнить доли решений, принимаемых традиционными методами, централизованно, под воздействием и при помощи рыночного механизма, в общем объеме экономических решений;

- какие экономические институты являются наиболее значимыми для принятия решений;

- что выполняет роль стимулов и каковы основные мотивации поведения экономических агентов;

- наблюдаются ли существенные изменения в системе; каким образом она реагирует на разного рода воздействия.

Нужно заметить, что в современном мире практически не встречаются традиционные, командные или рыночные экономиче-

¹ Не случайно К. Маркс считал его главной характеристикой и основой для классификации. Он выделял первобытнообщинный строй, рабовладельческий, феодальный, капиталистический, социалистический и коммунистический.

ские системы в чистом виде. В этом случае говорят о смешанных системах. Но, при этом важно выяснить, в каких пропорциях «замешаны» соответствующие компоненты.

В смешанной экономической системе рыночное саморегулирование дополняется активным централизованным регулированием, осуществляемым государством, корпорациями и крупными компаниями, при этом могут присутствовать элементы традиционной экономики.

Если же в системе наблюдаются существенные изменения, происходящие в течение сравнительно короткого промежутка времени, такую экономику называют переходной.

Современная (смешанная) рыночная экономика (современный капитализм) – экономическая система, в основе которой лежит один из указанных выше типов, но в то же время включающая элементы из других типов систем. Эти элементы не конфликтуют друг с другом и даже взаимно друг друга дополняют, а сама система находится в относительно устойчивом равновесии.

Эта система присуща экономически развитым странам – США, Японии, Европейскому союзу, Российской Федерации, где сочетается частная собственность с государственной. Начало становления современной рыночной экономики относится ко второй половине XX в., когда ускорился НТП, быстрое развитие получила производственная и социальная инфраструктура. Государство начинает вмешиваться в экономику в виде госрегулирования, получают развитие плановые методы хозяйствования на отдельных предприятиях в виде маркетинга. Возникает многообразие форм собственности. В реальной жизни она находится между чистым капитализмом и командной экономикой.

Все современные экономические системы – это смешанные системы. Хотя все они отличаются друг от друга по соотношению экономической роли государства и рынка в управлении экономикой. В настоящее время в экономике стран Западной Европы от 30 до 40% хозяйственной деятельности приходится на государство, а в США – менее 20%.

Концепция смешанной экономики возникла в России во второй половине XIX в. В ее философскую основу положен вывод из закона, открытого К.Н. Леонтьевым: *неоднородность* экономической системы и *многообразие* форм хозяйствования. Свой вклад в

разработку концепции смешанной экономики внесли Н.Я. Данилевский, Н.Ф. Даниэльсон, В.П. Воронцов и др.

Западная экономическая мысль подошла к пониманию такой системы хозяйствования лишь в конце XX столетия. В целом смешанная экономика позволяет эффективно использовать ресурсы, расширять экономическую свободу товаропроизводителей.

Заслуживает внимания классификация общественного развития, предложенная представителями теории *постиндустриального* общества (У. Ростоу, американский экономист, 1916), которые выделяют следующие экономические системы:

- *доиндустриальную*, где главной сферой является сельское хозяйство, главным фактором – земля, главным господствующим классом – землевладельцы;

- *индустриальную*, где главной сферой выступает промышленность, главным фактором – капитал, главным господствующим классом – собственник капитала;

- *постиндустриальную*, где соответственно выступают сфера услуг, информация и собственник информации.

Границами, отделяющими экономические системы друг от друга, являются промышленная и научно-техническая революции.

Доиндустриальная экономическая система характеризуется тем, что наиболее распространенным способом ведения экономической деятельности было сельскохозяйственное производство, соответственно, социальное устройство общества неформально и формально было основано на признании господства землевладельцев, а земля была лимитирующим фактором развития.

Для индустриальной экономической системы характерно то, что неформальными лидерами в обществе становятся собственники капитала (и это закрепляется законодательно, часто как результат революции). Теперь уже лишь объем капитала ограничивает развитие. Главной сферой экономики является промышленность.

Постиндустриальная экономика обозначает новый лимитирующий фактор производственного развития – информацию. И выдвигает новых лидеров – людей, которые умеют эту информацию получить и грамотно ею распорядиться. Здесь, нужно обратить внимание, что это не обязательно полноправные собственники информации (см. выше комплекс прав собственности). Часто случается так, что добывают информацию одни, а

выгоду от ее использования получают другие. Именно поэтому в постиндустриальную эпоху столь актуальными стали вопросы защиты авторских прав на интеллектоемкие продукты. Наиболее активно в это время развивается сфера услуг.

Другую классификацию экономических систем – с точки зрения форм собственности, применяют в целях более детального (сравнительного) анализа (см. рис. 2.2). В этом случае исследуется механизм регулирования экономических взаимодействий, что позволяет выделить следующие типы экономических систем.

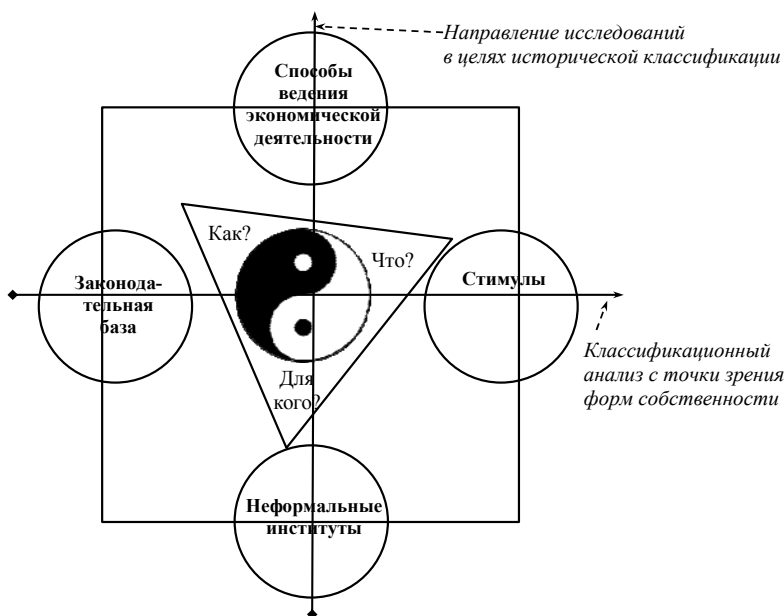


Рис. 2.2. Структура экономической системы

Система *свободных рыночных отношений* (капитализм¹ либерального толка) основана на частной собственности, обеспеченной

¹ Термин «капитализм» был впервые применен У. Теккереем, для обозначения условия владения капиталом. К. Маркс этот термин ни в «Коммунистическом манифесте», ни в «Капитале» (Т. I) не использовал. Его стали применять последователи К. Маркса в конце XIX в., не вкладывая в него особого рационального содержания. Однако этот термин продолжают использовать и сегодня как противники, так и защитники системы хозяйства, основанной на частной собственности.

мощной законодательной поддержкой. Собственники факторов производства в такой системе не боятся, что доходы факторов будут экспроприированы. Возможность получения максимальных доходов служит мощным стимулом экономического развития.

Социально-ориентированная рыночная экономика также основана на частной собственности, однако большая часть доходов факторов отнимается государством с целью последующего справедливого распределения между всеми гражданами. В такой системе стимулом для экономической деятельности является система социальных гарантий, доступных каждому человеку.

Плановый механизм регулирования в экономической истории человечества применялся как в системах, основанных на частной собственности, так и в системах, где главенствующей была государственная собственность на средства производства. К первому из названных типов экономических систем традиционно относят *капиталистическое плановое хозяйство*, ко второму – *социалистическую плановую экономику*.

В последнем случае также традиционно используют понятие «общественная собственность». Но, при ближайшем рассмотрении, можно обнаружить его бессодержательность. Общество не может владеть всеми правами собственности потому, что ими не может владеть каждый отдельно взятый человек. Граждане делегируют свои права выборным представителям, которые формируют правительство. Правительство же назначает чиновников для управления собственностью. Таким образом, даже формально, не кто иные, как государственные служащие реализуют права собственности. Кроме того, опыт построения социалистического общества в новейшей истории не позволяет обнаружить признаков неформальных отношений собственности, которые бы проявляли работники к «общественным» средствам производства (бережное отношение, стремление использовать максимально эффективно в общих целях и т.д.), хотя официальные документы и средства пропаганды утверждали, что такое отношение – неотъемлемая характеристика укоровившегося «советского образа жизни».

Существуют и другие варианты классификации экономических систем. Необходимо отметить, что цель подобных исследований – поиск наиболее подходящего направления социально-

экономического развития. Подходящего с точки зрения места и времени: географических и исторически обусловленных особенностей страны.

В современных условиях все большую значимость приобретают экологические факторы, которые во все большей степени лимитируют экономическое развитие и экономический рост на различных уровнях. Используя данный критериальный признак все предшествующие экономические системы можно классифицировать как *техногенные*. Такие системы характеризуются истощением используемых природных ресурсов и полезных ископаемых, некомпенсируемое использование лесов, пашни, водных ресурсов и др. При этом природе и обществу наносится экономический ущерб, превышающий доход экономического субъекта, использующего данные природные ресурсы. В результате функционирования техногенных экономических систем происходит разрушение природной среды, в том числе и среды обитания самого человека, ради которого и функционируют эти системы.

Осознание возрастания ограниченности возможностей саморегуляции биосферы привело к появлению и формированию новой концепции – *экологических* экономических систем, исходящей из концепций охраны окружающей среды и устойчивого экономического развития.

Концепция устойчивого экономического развития, принятая конференцией ООН по окружающей среде и развитию, прошедшей в Рио-де-Жанейро 3–14 июня 1992 г. состоит из 27 принципов, из которых можно выделить следующие основные с точки зрения функционирования современных экономических систем:

- забота о людях занимает центральное место в усилиях по обеспечению устойчивого развития. Они имеют право на здоровую и плодотворную жизнь в гармонии с природой (1-й принцип);

- право на развитие должно быть реализовано, чтобы обеспечить справедливое удовлетворение потребностей нынешнего и будущих поколений в областях развития и окружающей среды (3-й принцип);

- для достижения устойчивого развития защита окружающей среды должна составлять неотъемлемую часть процесса развития и не может рассматриваться в отрыве от него (4-й принцип);

– все государства и все народы сотрудничают в решении важнейшей задачи искоренения бедности – необходимого условия устойчивого развития – в целях уменьшения разрывов в уровнях жизни и более эффективного удовлетворения потребностей большинства населения мира (5-й принцип);

– для достижения устойчивого развития и более высокого качества жизни для всех людей государства должны ограничить и ликвидировать нежизнеспособные модели производства и потребления и поощрять соответствующую демографическую политику (8-й принцип);

– государства принимают эффективные законодательные акты в области окружающей среды (11-й принцип).

Несмотря на то, что реализация принципов устойчивого экономического развития на национальном и международном уровнях сталкивается с серьезными объективными проблемами, в общем все страны в той или иной степени участвуют в их достижении¹.

2.3. Модели экономических систем

Для каждой экономической системы характерны свои национальные модели организации хозяйства, так как страны отличаются своеобразием истории, уровнем экономического развития, социальными и национальными условиями. Так, для административно-командной экономической системы характерными были советская, китайская, югославская и другие модели. Современной капиталистической системе также присущи различные модели.

Изучение этих моделей имеет практическое значение для разработки модели развития России. При этом речь идет не о копировании чужого опыта, а о творческом его использовании с учетом конкретных условий, сложившихся в нашей стране.

Рассмотрим наиболее известные национальные модели экономических систем.

¹ См.: Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций: офиц. сайт. – URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl.shtml.

Американская модель построена на системе всемерного поощрения предпринимательской деятельности, обогащения наиболее активной части населения, создания малообеспеченным группам приемлемого уровня жизни за счет частичных льгот и пособий. Имеется большое различие в уровне заработной платы среди категорий работников. Не ставится задача социального равенства среди населения. Относительно малый удельный вес государственной собственности. Так, в настоящее время доля государственной собственности в акционерном капитале в США составляет 10, в ФРГ – 18, в Англии – 24, во Франции – 34, в Италии – 38%.

Эта модель основана на высоком уровне производительности труда и массовой ориентации на достижение личного успеха. Роль государства в экономике минимальна, но его воздействие направлено на поддержание стабильной конъюнктуры и экономического равновесия. Государство определяет стратегию развития образования, социального обеспечения малоимущих и незанятых, регулирует бизнес. Безусловно, большую роль в решении экономических проблем играет рынок.

Японская модель предполагает высокую степень государственного регулирования экономики и активное развитие частного сектора, небольшой объем государственного предпринимательства. Государство стимулирует развитие среднего и малого бизнеса, на который приходится 80,6% всех занятых в экономике. Проводится жесткая антимонопольная политика. Государство активно вмешивается в экономику. Разрабатываются долгосрочные и среднесрочные планы. При этом они не носят директивного характера, а являются государственными программами, имеющими рекомендательный характер. Государство ведет борьбу против социального неравенства, хотя препятствий имущественному расслоению не ставится. Главный критерий японской модели – это высокие темпы экономического роста. При этом уровень жизни населения относительно высок. Так, продолжительность жизни у мужчин составляет 75,5 года, а женщин – 81,8. Уровень заработной платы отстает от роста производительности труда. За счет этой разницы достигаются снижение себестоимости продукции и резкое повышение ее конкурентоспособности на мировом рынке. Такая модель возможна

только при высоком уровне развития национального самосознания, приоритете интересов нации над интересами конкретного человека, готовности населения идти на определенные материальные жертвы ради процветания страны.

Япония не имеет собственных сырьевых и энергетических ресурсов, но за короткий период времени из федеральной страны превратилась в мощную индустриальную державу. Произошло так называемое *«японское чудо»*, заключающееся в том, что Япония сразу после войны 1947 г. провела земельную реформу. Были ликвидированы крупнейшие монополии. Земля перешла к мелким фермерам, повысилась эффективность сельскохозяйственного производства, снизились цены на продукты, появилась конкуренция, возросла отдача от зарубежных ресурсов. Был сделан главный выбор – развивать научно-технический потенциал и наукоемкие отрасли, производить высокую технологию и заниматься экспортом продукции. Все это в условиях отсутствия собственных ресурсов.

В основе системы управления производством в Японии лежат три постулата: 1) пожизненный наем работников; 2) установление заработной платы и карьеры в зависимости от срока работы на предприятии и возраста; 3) создание профсоюзов не по отраслевому признаку, а непосредственно на фирмах.

Шведская модель характеризуется значительным участием государства в обеспечении экономической стабильности и в перераспределении доходов. Основой шведской модели является социальная политика. Для успешного проведения ее установлен высокий уровень налогообложения, который составляет более 50% ВВП. В результате в стране до минимума сведена безработица, относительно невелики различия в доходах различных групп населения, высок уровень социального обеспечения граждан, высока и экспортная способность шведских компаний. Главное достоинство шведской модели состоит в том, что она сочетает высокие темпы экономического роста с высоким уровнем полной занятости и благосостояния населения.

Немецкая модель близка по своему социально-экономическому содержанию к японской модели. Главным идеологом социально-рыночной экономики является Л. Эрхард. Отличительными

особенностями немецкой модели являются: сильное государственное влияние на экономику; бесплатная медицина и образование; планирование (таргетирование с 1970-х гг.) основных макроэкономических показателей; полная автономия Центрального банка, как и в Японии; различие в заработной плате, как и в японской модели, незначительное.

Французская модель не имеет ярких особенностей. Она занимает среднее положение между американской и немецкой моделями. Индикативное планирование и государственное предпринимательство играют ведущую роль в экономике.

Наиболее ярко особенности административно-командной системы проявляются в китайской модели.

Китайская модель связана с реформированием сельского хозяйства – переходом от «народных коммун» к системе семейного подряда, завершившимся к концу 1984 г. Были образованы семейные крестьянские хозяйства на земле, переданной им в пользование на 15–20 лет, а кое-где до 30 лет. Из произведенной продукции часть сдают государству по договорам, часть – в счет налогов, часть – в фонды местных органов власти, а оставшуюся продукцию используют по своему усмотрению.

В современных условиях происходит объединение мелких семейных крестьянских хозяйств в более крупные. Это продиктовано конкурентной борьбой. Возникают различные формы кооперации в сфере обращения и производства, земля концентрируется в руках сильных крестьянских хозяйств с наймом рабочей силы.

После аграрной реформы с 1984 г. началась реформа в городах. Внедряется «смешанная модель». Наряду с государственным регулированием существует рыночный механизм регулирования экономики. При этом основной формой собственности является общественная на важнейшие средства производства и осуществляется централизованное планирование на макроуровне. Рыночное регулирование в основном используется на микроуровне. Особое внимание уделяется сочетанию интересов государства, предприятия и отдельного работника. Практикуется сдача предприятий в подряд коллективам и отдельным лицам, а также свободная продажа акций предприятий. Сегодня на долю госсектора приходится 56, коллективных предприятий – 36 и на долю частных – 5% вы-

пуска промышленной продукции. В 1990-е – 2000-е гг. в Китае наблюдался высокий экономический рост, однако в настоящее время установилась тенденция к его замедлению.

Модель экономической системы «новых индустриальных стран» (Гонконг, Сингапур, Тайвань, Южная Корея) имеет следующие характерные черты: государственное вмешательство в улаживание конфликтов между предпринимателями и рабочими; использование пятилетних планов хозяйственного развития, носящих индикативный характер; стабильность цен благодаря госконтролю за ценообразованием на товары массового спроса, а также на товары, имеющие жизненно важное значение (топливо, электроэнергия).

В России в 1990-е гг. в связи с проведением экономических реформ, введением рыночных отношений, демонополизацией экономики, разгосударствлением и приватизацией государственной собственности сформировалась переходная (транзитивная) экономика, характеризующаяся присутствием элементов административно-командной системы, рыночной экономики свободной конкуренции и современной рыночной экономики. Появились признаки смешанной экономической системы. В 2002 г. экономика России международным сообществом официально была признана рыночной.

Смешанная экономика – реальное свидетельство того, что экономика не может существовать без малого, среднего и крупного бизнеса и регулирующего государства, поддерживающего равновесие в экономике и стабильность в обществе. Государство выполняет в экономике активную функцию – осуществляет прогнозирование, планирование и координацию деятельности государственного и частного секторов.

Экономическая система состоит из множества крупных, средних и малых предприятий (фирм) и домашних хозяйств с участием государственных организаций и учреждений, между которыми существует сложная система экономических связей. Одни фирмы конструируют, другие производят, третьи транспортируют, четвертые реализуют, пятые предоставляют деньги, шестые используют. Кто-то специализируется на поставках ресурсов, а кто-то выпускает готовую продукцию. Одни заняты созданием потребительских товаров, другие – выпуском станков, оборудования, третьи – утилизацией отходов.

Наиболее общее представление о взаимосвязи экономических агентов может дать так называемая модель экономического кругооборота, иногда называемая моделью кругооборота продуктов, доходов и расходов или моделью круговых потоков.

Экономический кругооборот – это движение между экономическими агентами экономических благ и ресурсов, сопровождающееся встречным потоком денежных доходов и расходов.

Экономическими агентами являются следующие экономические субъекты: домохозяйства, фирмы-предприятия и государство, а также рынок ресурсов и рынок продуктов (товаров и услуг).

Рынок ресурсов функционирует благодаря домохозяйствам и предприятиям (фирмам). Поставщиками-продавцами ресурсов (капитала, труда, земли и предпринимательских способностей) являются домохозяйства, а их покупателями выступают предприятия (фирмы), частично также государственные и коммерческие организации.

Рынок продуктов представлен произведенными товарами и услугами отдельных предприятий (фирм), которые формируют предложения товаров и услуг на основе спроса потребителей. Потребителями являются в основном домохозяйства, частично государственные и негосударственные организации. Они покупают продукты на денежный доход, полученный от продажи ресурсов на рынке ресурсов.

Все вышесказанное представим в виде укрупненной схемы движения ресурсов, продуктов и доходов, т.е. в экономическом кругообороте (рис. 2.3).

Домохозяйства покупают товары и услуги (предъявляют спрос на товары и услуги), которые производят и поставляют на рынок товаров и услуг фирмы (обеспечивают предложение товаров и услуг).

Чтобы производить товары и услуги, фирмы покупают экономические ресурсы: труд, капитал, землю и предпринимательские способности (предъявляют спрос на ресурсы), собственниками которых являются домохозяйства (обеспечивают предложение ресурсов).

Покупая товары и услуги, домохозяйства за них платят, обеспечивая фирмам выручку от продаж, которую фирмы вы-

плачивают домохозяйствам в виде факторных доходов, включающих: заработную плату – за фактор «труд», процент – за фактор «капитал», ренту – за фактор «земля», прибыль – за фактор «предпринимательские способности». Полученные доходы домохозяйства тратят на покупку товаров и услуг.

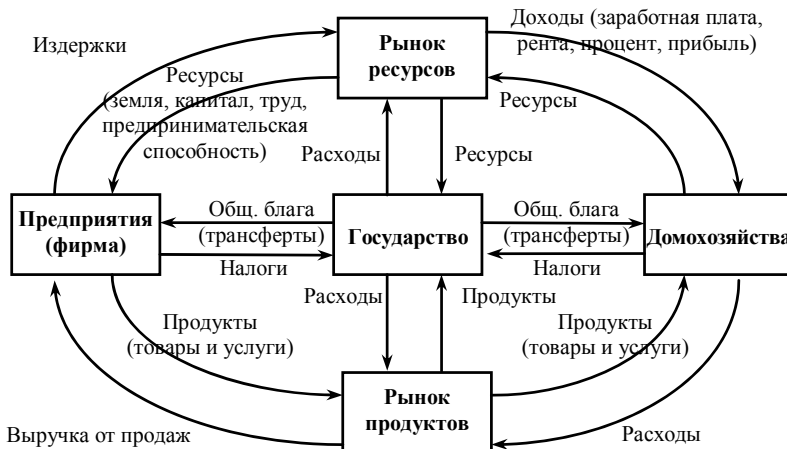


Рис. 2.3. Схемы движения ресурсов, продуктов и доходов в экономическом кругообороте

Из схемы кругооборота следует, что движение ресурсов и продуктов происходит против часовой стрелки, а доходов – по часовой стрелке. Эти потоки осуществляются одновременно и повторяются бесконечно.

Данная модель в микроэкономике является базовой, позволяющей понять принцип функционирования экономики без участия государства.

2.4. Цели экономических систем

Концепция «экономические цели» весьма содержательна с точки зрения институционального подхода в экономической теории. Уже говорилось о том, что в процессе определения ин-

дивидуальной цели актуализируются потребности человека и оказываются задействованными его личные нормы и правила.

Немного забегаая вперед, укажем, что для описания и изучения совместных действия людей, в экономике выделяют укрупненные группы экономических агентов: домохозяйства, фирмы и государство.

Домохозяйством называется экономический агент (физическое лицо или группа лиц, имеющих обособленный бюджет), владеющий ресурсами, получающий за них деньги и расходующий их на потребление благ.

Фирма в роли экономического агента выполняет функции покупки ресурсов, использования их в целях производства и продажи продукта. Достаточно крупная организационная единица, существование которой обеспечивается за счёт прибыли.

Государство – это экономический агент (совокупность учреждений и организаций), обеспечивающий фирмам и домохозяйствам те экономические блага (правопорядок, безопасность), производство которых рыночными методами оказывается неэффективным (общественные блага), а также принимающий решения о перераспределении произведенных экономических благ.

Цели домохозяйств и фирм различаются – с одной стороны, конечной целью домохозяйств является потребление благ, с другой, конечной целью фирм – получение прибыли. Государство выполняет роль координирующего центра, который сглаживает противоречия (компенсирует «провалы рынка»). Но, таким образом выглядят функции государства в идеальной модели.

Экономическую систему можно рассматривать как один из видов организации – структуры, которую люди создают искусственно для достижения своих целей. Деятельность организации представляет собой равнодействующую поступков, предпринимаемых субъектами для максимизации своих собственных функций полезности. Субъектами – элементами экономической системы, обладающими собственными функциями полезности, являются фирмы и домохозяйства. Известно, что сущность домохозяйств проявляется в максимизации полезности потребляемых благ, а сущность фирм в максимизации прибыли.

Эти цели во многом противоречат друг другу, и без особых условий координации достижение их было бы невозможно. Дейст-

вительно, достижение *экономической свободы*, которая создает стимулы для предпринимательства, требует иных условий и ставит иные задачи перед координирующим центром, нежели требование *экономического равенства*, выражающегося в справедливом распределении доходов. А стремление к *экономической эффективности* (особенно в решении краткосрочных задач), порой не совпадает по направлению действий со стремлением к *экономической безопасности*. Решение задачи обеспечения *полной занятости*, требует применения мер, которые могут нарушить *стабильность цен* в экономике. И еще более сложной задачей является постоянно увеличивающееся производство благ, которое может удовлетворить постоянно растущие потребности людей – *экономический рост* и рост уровня жизни.

Уровень жизни – уровень и степень удовлетворения потребностей людей в экономических благах. Определяется путём обобщения показателей, доходов населения, занятости и условий труда, индекса стоимости жизни, потребления и расходов населения (структуры потребления), социальной дифференциации и т.п.

Прежде чем сравнивать различные системы между собой, следует достичь соглашения о единых критериях оценки их успешности. Одно общество, например, может считать своей главной задачей достижение максимально возможного выпуска продукции на душу населения, другое стремится к абсолютному равенству всех своих членов, а третье считает идеалом достижение максимально возможной ожидаемой продолжительности жизни. Европейский идеал, идеал цивилизации западного типа в настоящий момент является многоплановым, основные его характеристики выражены в семи-восьми экономических целях (рис. 2.4). Главным достижением западной (рыночной) цивилизации считается уничтожение бедности и обеспечение приемлемого уровня жизни почти для всех граждан стран Западной Европы и Северной Америки. Россия в данный момент определилась с основным направлением экономического развития, приняв западные стандарты оценки благосостояния. Однако методы достижения намеченных целей пока оказываются неэффективными. В чем же дело? Постараемся ответить на этот вопрос, определив роли основных экономических агентов: домохозяйств, фирм и государства.

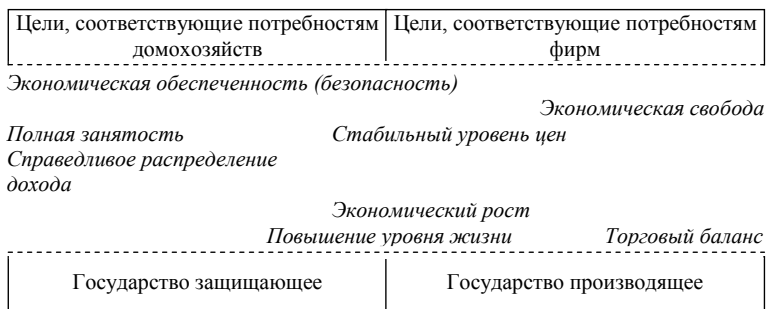


Рис. 2.4. Экономические цели и функции государства
(набор целей минимален, но может быть расширен)

Главная задача государства, как законодателя и исполнителя воли множества субъектов, преследующих разные цели, – обеспечить баланс интересов. Однако здесь существует парадокс, который может быть сформулирован и таким образом:

- требуется ослабить влияние государства на экономику в целях достижения её большей эффективности;
- в то же время нужно сильное государство, способное навязать обществу «правила игры» и контролировать их соблюдение. Особенно в переходный период: ведь, в этом случае, правила нужны принципиально новые.

В решении этих противоречивых задач, по определению Дж. Бьюкенена, государство в одних случаях, должно стать «производящим», а в других – «защищающим»¹. Представим баланс экономических целей и функций государства по Бьюкенену на рис. 2.4.

Данное распределение целей и функций государства является довольно условным, так, например, экономический рост и повышение уровня жизни – явления взаимосвязанные. Однако очевидно, что идеальная структура «успешной» экономики должна обеспечивать равное распределение усилий государства в достижении экономических целей.

Из этого положения определяется метод анализа экономических систем. По результатам изучения опыта наиболее успешных

¹ Бьюкенен Дж. Границы свободы. Между анархией и Левиафаном // Нобелевские лауреаты по экономике / под ред. Р.М. Нуреева. – М.: Таурус-Альфа, 1997. – С. 207–444.

экономик, т.е. тех, где экономические цели достигаются наиболее полно и сбалансировано, строится нормативная модель. А затем ее параметры сравниваются с параметрами исследуемой системы. В основном, этими параметрами являются макроэкономические показатели, но есть и такие, которые разработаны специально для изучения экономических систем. Не так давно появилась наука – компаративистика, для которой экономические системы являются предметом изучения.

Любая экономическая система должна преследовать следующие *цели*:

- *стабильный экономический рост*, что предполагает производство большего количества и лучшего качества товаров и услуг. От этого зависит уровень жизни населения;

- *высокий уровень занятости*. Это означает, что государство заинтересовано в обеспечении всех трудоспособных людей подходящей работой в соответствии с их желанием и способностями. Безработица должна быть в пределах естественного уровня (до 6%);

- *экономическая эффективность*. Эта цель связана с получением максимума выгоды при минимуме издержек от имеющихся ограниченных ресурсов;

- *стабильный уровень цен*. Цены не должны быть слишком высокими и неоправданно низкими. Они должны соответствовать затратам общественного труда, и их величина должна определяться законом спроса и предложения;

- *экономическая свобода*. Все экономические субъекты должны обладать в своей деятельности высокой степенью свободы, т.е. предпринимательской самостоятельностью;

- *справедливое распределение доходов*. Эта цель сводится к тому, что в обществе не должно быть много нищих и слишком богатых;

- *социально-экономическая обеспеченность*. Государственные и иные органы власти и управления должны обеспечить существование хронически больных, нетрудоспособных, престарелых, инвалидов и других иждивенцев;

- *торговый баланс*. В государстве необходимо иметь разумный план по внутренней и внешней торговле. Естественно, для страны выгодно, когда экспорт превышает импорт.

Конечной целью любой экономической системы является удовлетворение потребностей людей и общества в целом.

Эффективность экономической системы определяется состоянием, при котором степень удовлетворения потребностей наивысшая и дальнейшее ее увеличение повлечет за собой ухудшение положения других членов общества. Такое состояние называется *парето-эффективностью* (названо по имени итальянского ученого-экономиста В. Парето (1848–1923 гг.).

Продолжает оставаться актуальным вопрос о том, какой же тип экономической системы (и согласно какой классификации) оказывается наиболее прогрессивным, наиболее полезным для достижения названных экономических целей. Большинство ученых сходятся во мнении, что тип традиционной экономики (в частности общинный тип землевладения в России) хорошо зарекомендовал себя в тех ситуациях, когда благосостояние человеческого общества сильно зависело от капризов природы. Командная экономика незаменима в тех случаях, когда страна оказывается во враждебном окружении, сталкивается с активным противодействием со стороны соседей. Когда одна страна или их коалиция пытается диктовать свою волю другим. Когда рыночная власть завоевывается политическими или даже военными средствами.

Однако цивилизация постепенно учится решать и те и другие проблемы. Научно-технические революции в свое время обеспечили переход к такому типу хозяйствования, когда человек все меньше зависит от природных условий. Конечно, нужно учитывать при этом, что, если страна расположена в географически неблагоприятных зонах, то для их заселения и развития необходимы централизованные и скоординированные усилия.

Опыт сосуществования стран с различным общественным устройством, религиозными традициями и уровнями развития, полученный в последние десятилетия, показывает, что мирное сотрудничество возможно и в самых неблагоприятных условиях. Конфликты возникают, как правило, там, где профессионализм и чутье подводят политиков. В целом же, все больше сторонников в мире приобретает концепция открытого общества. Она построена на идее использования сравнительных преимуществ, на том, что специализация и разделение труда с привлечением даже тех ра-

ботников, кто находится в самых неблагоприятных условиях, позволяют намного увеличить производственные возможности. Не нужно только решать проблему ограниченности ресурсов, пытаюсь отнять их у других.

Концепция открытого общества дополняется идеей умеренного развития, которая является отчасти современным ответом на тезисы Мальтуса. Идея умеренного развития адресована человеку разумному (пусть и разумному эгоисту из маржиналистских моделей). Основная мысль заключается в том, что качество окружающей среды является продуктом, спрос на который люди начинают предъявлять только после удовлетворения других потребностей и желаний. Однако, если запасы природных ресурсов будут истощены (количественно или качественно), то способности природы поставлять сырые материалы и энергию, необходимые для производства благ в будущем, значительно сократятся. Таким образом, инвестиции в их охрану очень важны для поддержания экономической активности (или для её стимулирования). Значит уже сейчас, пока еще есть возможность сохранить природные ресурсы, необходимо делать инвестиции для их воссоздания за счет текущего потребления. Решение этих задач, в числе прочих, общество должно поручить государству.

Следовательно, экономическая теория должна подсказать оптимальную пропорцию раздела произведенного продукта между государством и владельцами факторов производства, т.е. уровень экспроприации.

В разных странах производство товаров и услуг государственным сектором экономики существенно различается. Таким образом, данный критерий можно применять для характеристики экономических систем от традиционно либеральных до социально-ориентированных.

Актуальная проблема управления российской экономикой на сегодняшний день сводится к определению целевых показателей, воздействуя на которые можно было бы добиваться требуемых значений результирующих показателей. До сего момента такими показателями считаются дефицит бюджета, уровень инфляции, соотношение рубль/доллар, однако управления только этими показателями оказывается недостаточно. Представляется полезным оп-

ределить и некоторые другие параметры, по которым можно провести сравнение «успешной» и исследуемой экономики (в данном случае – российской). Среди наиболее существенных характеристик «второго плана», помимо названных параметров успешной экономики, можно выделить следующие:

1. Экономический рационализм. В этом случае результат выполнения соглашения оценивается с точки зрения критерия общественной полезности. Правда, тут может возникнуть вопрос – какой критерий будет устраивать конфликтующие стороны: критерий Бентама (всеобщего благосостояния), кардиналистский, эффективности по Парето или какой-либо иной. Тогда в силу вступают следующие принципы.

2. Ориентация экономических субъектов не только на групповые, но и на институциональные ценности (метамотивация – термин А. Маслоу). Роль таких ценностей (политических, нравственных, религиозных) состоит в том, что они ослабляют влияние эгоистических интересов на экономическое поведение.

3. Правопослушность экономической культуры.

4. Политическая нейтральность экономической культуры.

5. Высокая трудовая мораль (в западном варианте это – развитие протестантской этики).

6. Наличие системы «социального партнёрства»: это – устойчивые способы согласования интересов различных участников трудовых процессов – государства, работодателей, профсоюзов, политических партий, разного рода общественных организаций (медиационная культура); устойчивые и конструктивные формы взаимодействия между заинтересованными субъектами трудовых отношений и государством; наличие работающих правовых форм контроля и корректировки всей системы партнёрских отношений.

7. Разнообразие моделей экономического поведения субъектов экономики. Культурное разнообразие (которое, вообще говоря, является одним из условий выживания и прогресса человечества).

Однако вопрос определения целевых показателей остаётся. Отношение ВВП на душу населения – показатель результирующий, на него можно ориентироваться лишь в стратегиче-

ском плане. Возражение сторонников консервативного направления в России против «чрезмерного» выделения роли психологических, социальных и иных институциональных факторов может быть оспорено. В соответствии с выводами неоклассической модели, названные факторы имеют второстепенное значение в долгосрочном периоде. Однако мы наблюдаем, что дефицит институциональных предпосылок развития рыночного механизма координации, разрушает экономический потенциал страны сегодня и может сделать просто невозможным его восстановление.

Заметим, что проблемы «второго» плана никоим образом не могут быть решены одним только государством, без участия представителей домохозяйств и фирм. Так же, как во времена А. Смита в Англии, в России ощущается острая потребность в социальных движениях, которые могли бы создать в обществе рыночные институциональные формы.

Выводы

1. *Экономическая система представляет собой совокупность экономических явлений и процессов, совершающихся в обществе на основе действующих в нём отношений собственности и организационно-правовых форм хозяйствования, или способ организации жизнедеятельности экономических субъектов и общества в целом.*

2. *Экономическое явление – это деятельность экономических субъектов или агентов. К ним относятся домохозяйства, отдельные предприниматели, фирмы (предприятия), ассоциации, объединения, государственные предприятия и учреждения и т.д.*

3. *Экономический процесс – это экономическое явление в динамике (развитии).*

4. *Экономическая деятельность – это производство различных жизненных благ и услуг, что является основой существования каждого человека и всего общества в целом.*

5. *Современная экономическая теория различает четыре типа экономических систем (экономики): традиционную, рыночную экономику свободной конкуренции, командно-административную и современную смешанную экономику.*

6. Конечной целью экономической системы является удовлетворение потребностей людей и общества в целом.

7. Экономический кругооборот – это движение между экономическими агентами экономических благ и ресурсов, сопровождающееся встречным потоком денежных доходов и расходов.

Вопросы для самопроверки

1. В чем отличие формационного подхода от цивилизационного и что их объединяет?

2. Сущность производственных отношений и производительных сил и их взаимодействие.

3. Каким образом решаются проблемы определения объема и состава производимой продукции и распределения ресурсов в условиях административно-командной системы хозяйствования?

4. Как решаются эти же проблемы в рыночной экономике?

5. Каковы отличительные черты японской и американской моделей развития? Какие элементы этих моделей могут быть использованы в России для дальнейшего развития рыночной экономики?

6. Какие цели преследует любая экономическая система?

7. Назовите основные признаки смешанной экономики?

8. Какова сущность экономической политики?

9. Что такое кругооборот ресурсов? И в чем отличие его от кругооборота дохода?

Понятия

Экономическая система • Экономическое явление • Экономический процесс • Экономическая деятельность • Формационный подход • Цивилизационный подход • Способ производства • Средства производства • Производительные силы • Производственные отношения • Традиционная экономическая система (экономика) • Рыночная экономическая система • Командно-административная экономика • Американская модель экономической системы • Японская модель • Шведская модель • Немецкая модель • Экономическая свобода • Экономический кругооборот • Кругооборот продуктов • Кругооборот доходов • Рынок ресурсов • Рынок продуктов

Глава 3

СОБСТВЕННОСТЬ. РАЗГОСУДАРСТВЛЕНИЕ. ПРИВАТИЗАЦИЯ

3.1. Сущность собственности

В основе любой экономической системы лежит собственность на ресурсы. Собственность – это отношения между людьми по поводу присвоения, владения, пользования и распоряжения ресурсами. Собственность – есть результат исторического развития. Ее формы меняются с изменением общественно-экономических формаций. Главной движущей силой этого изменения является развитие производительных сил.

В повседневной жизни под собственностью обычно понимают принадлежность тех или иных вещей определенным лицам или группам лиц, т.е. ее отождествляют с присвоением. Следовательно, если вещь не пользуются обособленно, то и вопроса о собственности не возникает. Однако научное понимание собственности существенно отличается от эмпирического.

История развития научной мысли о собственности берет начало из античного мира (Ксенофонт, Платон, Аристотель). Научное представление о собственности в античном мире шло по двум основным направлениям:

- собственность как хозяйственное (экономическое) отношение;

- собственность как правовое отношение. Собственность, как считали римские юристы, должна реализоваться с помощью права, т.е. закрепляться законами. Эти представления о собственности выдержали историческую проверку и благополучно перешли в наше время.

В настоящее время собственность рассматривается с двух точек зрения:

- как юридическая категория;
- как экономическая категория.

Собственность как *юридическая категория* есть имущественное отношение. Это право собственности на имущество, или отношение к вещам, т.е. к объектам. В качестве объекта собственности выступают земля, капитал, деньги, ценные бумаги, информация, интеллект, рабочая сила и т.д. Принадлежность имущества собственникам, т.е. субъектам, закрепляется в правовых нормах и законах. Субъектами собственности являются обладатели факторов производства, участвующие в создании продукта и делящие между собой результаты производства по соглашению. В качестве субъекта собственности могут выступать человек (гражданин), семья, социальная группа, коллектив, народ, органы управления, государство в целом и т.д.

Владение – начальная или первичная форма собственности, отражающая юридическую, документально закрепленную фиксацию собственности. Владение представляет собой фактическое обладание вещью. Субъект становится действительным собственником при вступлении во владение, что оформляется юридическим актом.

Полным собственником владелец становится тогда, когда он обладает потребительной стоимостью и ценностью вещи.

Пользование – это получение какого-либо эффекта из объекта собственности, т.е. применение объекта собственности в соответствии с его назначением и по усмотрению и желанию пользователя. Собственность как владение и пользование может концентрироваться в руках одного субъекта или быть разделенной между различными субъектами. Последнее означает, что пользоваться вещью можно и не будучи владельцем. И наоборот, можно быть собственником и не пользоваться объектом собственности. Так, например, наемный рабочий использует средства производства, не являясь их владельцем, а собственник земли сам ею обычно не пользуется, а предоставляет в аренду. Следовательно, если пользователь не является владельцем объекта собственности, то он пользуется им в течение конкретного оговоренного срока и в соответствии с условиями, заданными ему владельцем собственности.

Распоряжение – это право совершать любые юридические действия в отношении объекта собственности (продажа, дарение, обмен, передача по наследству, сдача в аренду, залог и т.д.). Рас-

поряжение означает сосредоточение прав владения и пользования в руках субъекта. При этом субъект имеет возможность реализовать все основные права собственника: установление путей применения объекта собственности и права совершать сделки. Истинным собственником владелец становится в случае, если он владеет и распоряжается объектом собственности. Делегирование, передача прав распоряжения, означает, по сути, передачу полномочий собственника в другие руки.

Собственность как экономическая категория – это отношения между людьми по поводу присвоения средств производства (материальных благ, ресурсов) и результатов производства. Собственность существует независимо от воли и желания людей. При этом собственность выступает как отношение присвоения, хозяйственного использования и экономической реализации.

Присвоение – это конкретный способ овладения вещью, является важнейшей экономической функцией. Она предполагает экономические связи между людьми, которые устанавливают их отношения к вещам; характеризует сложившиеся экономические (хозяйственные) связи и означает, кто может претендовать и кто не вправе претендовать на данную вещь.

Люди преимущественно присваивали дары природы посредством собирательства, охоты и рыболовства. Затем сложились два типа хозяйства – *присваивающее*, имеющее дело с готовыми дарами природы, и *производящее*. Они сосуществуют до сих пор, хотя их роль в экономике неодинакова. Исходным моментом для присвоения в современной экономике является конечное производство.

Противоположным присвоению является отчуждение имущества у собственника с целью стать владельцем-собственником или арендатором.

Хозяйственное использование возникает тогда, когда собственник предоставляет другим владеть его собственностью на определенных условиях. Например, сдает в аренду, которая предполагает договор о предоставлении за определенную плату имущества во временное пользование другим лицам.

Собственность *реализуется экономически* тогда, когда она приносит доход ее владельцу (собственнику) в виде прибыли,

процента, ренты, арендной платы и т.д. Если отсутствует доход, то собственность выступает лишь юридической категорией.

Таким образом, собственность выражает собой совокупность правовых и экономических отношений в обществе, и одновременно является категорией экономики и права. Права владения, пользования, распоряжения являются формами конкретизации экономических отношений.

В экономической теории также широкое распространение получило институциональное направление экономического анализа. Одной из наиболее известных теорий этого направления является теория прав собственности Р. Коуза. По его мнению, собственностью является не сам по себе ресурс, а набор прав по использованию ресурса. Полный набор состоит из следующих прав:

1. Право владения (право исключительного физического контроля над благами).

2. Право использования (право применения полезных свойств благ для себя).

3. Право управления (право решать, кто и как будет обеспечивать использование благ).

4. Право на доход (право обладать результатами от использования благ).

5. Право на отчуждение, потребление, изменение или уничтожение блага.

6. Право на безопасность (право на защиту от экспроприации благ и от вреда со стороны внешней среды).

7. Право на передачу блага в наследство.

8. Право на бессрочность обладания благом.

9. Право на запрет вредного использования (т.е. запрет использования вещи способом, наносящим вред имуществу других хозяйствующих субъектов).

10. Право на ответственность в виде взыскания (возможность взыскания блага в уплату долга).

11. Право на остаточный характер (право на существование процедур и институтов, обеспечивающих восстановление нарушенных правомочий).

Отличительной чертой теории прав собственности является то, что собственность неразрывно связана с ограниченно-

стью ресурсов. Собственность основывается на существовании благ, количество которых меньше по сравнению с потребностями в них.

Обеспечение прав собственности предусматривает исключение других лиц из числа пользователей ограниченных ресурсов, что означает специфицировать права собственности на них. Спецификация прав собственности – это закрепление отдельных правомочий за одним или несколькими экономическими субъектами. Государству принадлежит особая роль в данной спецификации (Конституция, законы, акты и т.д.). Смысл и цель спецификации состоит в том, чтобы создать условия для приобретения прав собственности теми, кто ценит их выше и кто способен извлечь из них большую пользу.

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

3.2. Типы и формы собственности

Под *типом* собственности понимается особый этап в развитии собственности, под *формой* – принадлежность факторов (ресурсов) и результатов производства субъектам. Тип и формы собственности находятся в непосредственной зависимости. Они определяются конкретными историческими условиями и развиваются в рамках той или иной социально-экономической системы.

Каждому типу собственности соответствуют ее особые формы.

В современных условиях вряд ли можно найти страну, где бы в чистом виде существовал только один тип собственности – частная или общая, на этой основе возникает третий тип собственности – смешанный (акционерная, кооперативная, совместная собственность). Поэтому современную экономику называют смешанной, т.е. в ней можно обнаружить все типы собственности.

В Российской Федерации согласно существующему гражданскому законодательству существуют следующие формы собственности: *частная, государственная, муниципальная и иные*

формы собственности (совместная, коллективная, интеллектуальная, собственность общественных организаций (объединений), иностранных государств, юридических лиц и граждан).

Частная собственность – это собственность граждан на земельные участки, жилье, дома, садовые домики, гаражи, предметы домашнего хозяйства и личного потребления, денежные средства, ценные бумаги, предприятия в сфере производства товаров, бытового обслуживания и торговли, транспортные средства и иные имущества. Частными объектами собственности может распоряжаться по своему усмотрению (продавать, завещать, сдавать в аренду и т.д.).

Частная собственность создается и приумножается двумя путями:

- за счет личного (собственного) труда и труда в общественном хозяйстве, в предпринимательской деятельности, от денежных бумаг, имущества по наследству;

- за счет использования разрешенного наемного труда и антизаконодательных деяний (коррупции, взяточничества, вымогательства и т.д.).

Частная собственность может быть коллективно-долевой и индивидуально-долевой.

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

В основе осуществления государственной формы собственности лежат объективные причины, которые следует рассматривать не в качестве альтернативы частной формы собственности, а как объективно необходимый элемент общей системы собственности. В современном обществе есть сферы деятельности, где частная собственность оказывается менее эффективной, чем государственная, например, во время войны и послевоенного восстановления экономики, когда возникает потребность в концентрации ресурсов и централизованном управлении.

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

В России государственная собственность выступает в виде федеральной собственности и собственности субъектов (краев, областей, республик) федерации. Ею распоряжаются комитеты по управлению государственным имуществом на соответствующих уровнях. Объектами федеральной собственности являются имущество органов власти и управления РФ (здания, сооружения, оборудования, культурные и исторические ценности страны, воздушный, речной, наземный транспорт, средства госбюджета, пенсионные, страховые и другие фонды, связь и т.д.), которые необходимы для осуществления задач на уровне страны.

В собственности субъектов РФ находятся имущество органов власти и управления краев, областей и республик (здания, сооружения, культурные и исторические ценности народов, населяющих эти территории, банки, предприятия, транспорт и т.д.).

Что же касается сравнительной эффективности двух форм собственности, то следует заметить, что государственный сектор экономики, функционируя в различных сферах хозяйственной деятельности, в целом развивается по законам рынка и в равной для всех участников конкурентной среде. Поэтому эффективность любой формы собственности определяется формой хозяйствования и уровнем профессионализма управляющего.

Муниципальная собственность – это собственность местных органов власти и управления, т.е. ею управляют местные органы самоуправления. К ней относятся городское, районное, поселковое имущество и имущество сельских населенных пунктов. Ее объектами являются средства местного бюджета, жилищный фонд, объекты тепло-, водо-, газо-, электроснабжения, транспорт, коммунальные предприятия, промышленные и строительные объекты, учреждения образования, культуры и здравоохранения.

Совместная собственность – это собственность совместных предприятий, создающихся с участием российских юриди-

ческих лиц и граждан, а также иностранных юридических лиц и граждан на территории РФ в форме АО и других хозяйственных обществ и товариществ.

Коллективная (кооперативная) собственность – общая собственность, создаваемая путем объединения имущества частной, государственной, муниципальной собственности и собственности общественных организаций (объединений). Имущество одновременно принадлежит нескольким лицам с определением доли каждого из них (долевая собственность) или без определения долей (совместная собственность).

Собственность общественных организаций (объединений) – собственность профсоюзов, спортивных обществ, культурно-просветительных учреждений, молодежных организаций, различных партий и движений и т.д. К этой же категории собственности относится собственность религиозных организаций, объекты культа, производственного, социального и благотворительного назначения, денежные средства, благотворительные фонды и т.д. Эти организации могут заниматься и предпринимательской деятельностью.

Интеллектуальная собственность – собственность творческих работников. Ее объектами являются произведения литературы, науки, искусства и другие виды творческой деятельности, а также научные открытия, изобретения, промышленные образцы, программы для ЭВМ, ноу-хау, торговые секреты, товарные знаки, фирменные наименования и знаки обслуживания.

Смешанная собственность – долевая собственность, образованная путём объединения частных видов (долей). Предусматривает определенное участие каждого совладельца в использовании совместного имущества и управлении собственностью. Конечные результаты распределены с учётом доли собственности каждого участника.

Формы собственности меняются в соответствии со сложившимися условиями как эволюционным, так и революционным путем.

Эволюционный путь развития собственности предполагает, что преимущественное развитие получают те ее формы, которые доказывают свою эффективность. *Революционный* путь смены

форм собственности заключается в насильственном утверждении господства новых форм собственности.

Изменение форм собственности отражают понятия «национализация», «разгосударствление» и «приватизация». Они являются методами повышения эффективности национальных экономик.

3.3. Национализация. Разгосударствление. Приватизация

Отношения собственности в процессе исторического развития изменяются и развиваются. Это может происходить эволюционным путем в результате накопления необходимых предпосылок для перехода от одной формы собственности к другой. Например, при переходе от индивидуальной частной собственности к различным ее коллективным формам.

Данный процесс может также происходить революционным путем – мирным или немирным. Так, например, происходила национализация частной собственности в целом ряде стран, в том числе и в России.

В современных условиях *национализация* – отчуждение или передача имущества частных лиц в собственность государства. Осуществляется на основе государственных актов или выкупа государством имущества компаний, фирм, домашних хозяйств. Национализация чаще всего распространяется на отрасли производства, в которых ведение хозяйства на основе коллективной и частной собственности является неэффективным и нерентабельным. Национализация может осуществляться также и в других случаях, например, национализация земельных участков при строительстве важных государственных объектов и т.д.

В начале 1990-х гг. в нашей стране был взят курс на формирование рыночной экономики, которая предполагает необходимость использования разных форм собственности. Основными методами перехода к многообразию форм собственности являются разгосударствление и приватизация.

Разгосударствление – процесс преобразования находящихся в государственной и муниципальной собственности предприятий в коллективные (арендные, акционерные, кооперативные и другие формы хозяйственной деятельности) предприятия. Если в 1990 г. государству принадлежало до 92% всех производственных фондов народного хозяйства страны, то в настоящее время – не более 15%. Разгосударствление не означает полного ухода государства из экономической сферы: современное производство не может развиваться без государственного регулирования. Это эффективно в определенных границах. Разгосударствление означает снятие с государства большинства функций хозяйственного управления, передачу соответствующих полномочий на уровень предприятий, замену вертикальных хозяйственных связей горизонтальными.

В целом разгосударствление направлено на преодоление монополизма, развитие конкуренции и предпринимательства. Разгосударствление является исходным этапом процесса приватизации.

Приватизация (от лат. *privatus* – частный) – это передача государственной и муниципальной собственности за плату или безвозмездно в частную собственность. Приватизация может также осуществляться в виде денационализации и реприватизации.

Денационализация представляет собой возврат государством национализированного имущества прежним владельцам.

Реприватизация – приватизация ранее национализированной частной собственности, т.е. возврат в частную собственность той государственной собственности, которая возникла в результате национализации.

В России широкий размах процесс приватизации получил после принятия в 1991 г. закона о приватизации, в котором были заложены основы ее проведения.

В итоге приватизация привела к ликвидации экономической основы «социализма». Сформировалась многоукладная экономика, в которой имеются все формы собственности.

Цели приватизации:

1. Формирование слоя частных собственников, содействующих созданию социально-ориентированной рыночной экономики.
2. Повышение эффективности деятельности предприятий.

3. Создание конкурентной среды.
4. Содействие демонополизации экономики.
5. Привлечение иностранных инвестиций.
6. Социальная защита населения и развитие объектов социальной инфраструктуры за счет средств, полученных от приватизации.
7. Содействие процессу стабилизации финансового положения Российской Федерации.

Выделяются три модели приватизации, которые были использованы во время перехода к рыночной экономике.

Основу *первой модели* приватизации составляет уравнительное или бесплатное распределение среди населения прав на приобретение имущества государственной собственности. Эти права в виде ваучеров, инвестиционных купонов подлежали обмену на акции приватизируемых предприятий с целью создания инфраструктуры рыночной экономики в сжатые сроки.

Вторая модель – продажа акций предприятия его трудовому коллективу на льготных условиях. Она предусматривает быструю передачу государственных предприятий в руки коллектива.

Третья модель – продажа государственных предприятий по рыночной цене. Однако в чистом виде ни одна модель в странах переходной экономики не применялась.

Основными принципами (методами) приватизации являются:

- сочетание возмездной и безвозмездной передачи государственной собственности;
- равенство прав граждан на получение установленной доли собственности;
- преимущественное право членов трудового коллектива на получение части имущества;
- гласность проводимых мероприятий;
- государственный и общественный контроль проведения приватизации.

Приватизация в этот период осуществлялась в следующих формах:

- преобразование предприятий в акционерные общества, в товарищества, в арендные предприятия и другие формы хозяйствования с приобретением работниками данных предприятий акций АО;

– приобретение населением акций акционерных обществ и других хозяйствующих субъектов с последующей их продажей. Распределение доходов от продажи акций приватизированных предприятий, находящихся в федеральной собственности, происходило следующим образом: в федеральный бюджет – 55, в республиканский – от 10, в местные – 4, самим приватизированным предприятиям – 14%;

– выкуп имущества арендатором или арендным предприятием по истечении срока аренды. При этом выкуп мог осуществляться не только за наличные средства, но и за счет банковских кредитов;

– продажа на конкурсе (коммерческом, инвестиционном) и на аукционе.

Продажа на конкурсе – это приобретение физическими или юридическими лицами в частную собственность объектов приватизации. При этом в течение определенного срока должны были сохранены профиль предприятия и численный состав прежнего трудового коллектива.

Коммерческий конкурс проводился в виде открытых акционерных торгов или закрытого тендера. При этом право приобретения принадлежало покупателю, предложившему максимальную цену.

Инвестиционный конкурс проводился на инвестиционных торгах, на которых продавались государственные и муниципальные предприятия. От покупателя требовалось осуществление инвестиционных программ. При этом право собственности передавалось покупателю, предложившему максимальный объем инвестиций.

Продажа на аукционе – это приобретение физическими или юридическими лицами в частную собственность на открытых торгах объектов приватизации. При этом не требовалось выполнения каких-либо условий по отношению к объекту приватизации. Право собственности передавалось покупателю, предложившему в ходе торгов максимальную цену. Следовательно, приватизационный объект использовался по усмотрению покупателя.

На основе вышеуказанных моделей в России были разработаны и реализованы три варианта приватизации.

Первый вариант (рис. 3.1, а) предполагал безвозмездную передачу всем работникам приватизируемого предприятия привиле-

гированных (неголосующих) акций в размере 25% уставного капитала АО. Они не давали права голоса на собраниях акционеров, но имели приоритетное право на доходы по акциям по сравнению с обыкновенными акциями. Например, АО плохо сработало, и дивиденды в этом случае могли быть начислены лишь по привилегированным акциям. Если АО обанкротилось и его имущество шло с молотка, то приоритетное право на получение своей доли имели владельцы привилегированных акций. Работники, кроме того, могли купить до 10% обыкновенных, простых акций со скидкой до 30% их номинальной стоимости с предоставлением рассрочки до 3 лет. Должностным лицам (руководителю, его заместителю, главному инженеру, главному бухгалтеру) предоставлялось право на приобретение обыкновенных акций по номинальной стоимости в пределах до 5% уставного капитала. Остаток акций (60%) поступал в фонд Госкомимущества, который со временем организовывал их продажу. Следовательно, за государством сохранялась возможность контроля деятельности АО.

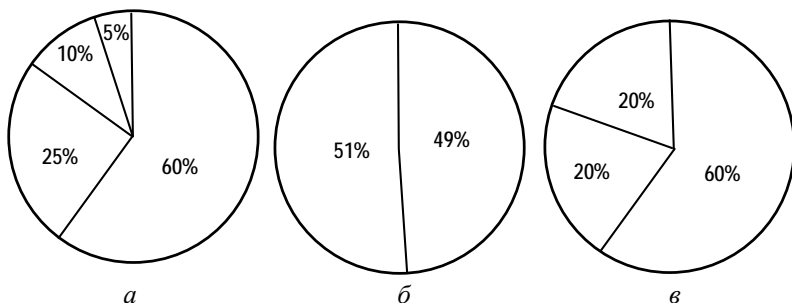


Рис. 3.1. Три варианта приватизации

Второй вариант (рис. 3.1, б) предусматривал приобретение всеми членами трудового коллектива предприятия обыкновенных (голосующих) акций до 51% уставного капитала АО. Безвозмездная (продажа) передача отсутствовала. При этом до 50% стоимости акций могли оплатить приватизационными чеками. Оплата должна была производиться в течение 3 месяцев, оставшиеся 49% акций поступали в Госкомимущество для дальнейшей их реализации. Этот вариант являлся наиболее

выигрышным для трудового коллектива, так как он обеспечивал ему контрольный пакет акций (51%). Поэтому большая часть трудовых коллективов выбрала именно этот вариант приватизации.

Третий вариант (рис. 3.1, в) предполагал право приобретения всеми работниками обыкновенных акций до 20% уставного капитала АО по номинальной стоимости, а также до 20% акций со скидкой 30% с рассрочкой до 3 лет. При этом размер первоначального взноса не мог быть менее 15% номинальной стоимости акций. Оставшиеся 60% акций поступали в Госкомимущество для последующей реализации и контроля со стороны государства.

В России в целях безвозмездной передачи всем гражданам части общегосударственной собственности в 1992 г. была введена система приватизационных чеков. Первый этап приватизации вошел в историю реформ России как ваучерный.

Приватизационными чеками могла оплачиваться полностью или частично стоимость объекта приватизации. Российский фонд федерального имущества принимал приватизационные чеки по их номинальной стоимости в качестве платежного средства.

Весь период приватизации в России можно разделить на несколько этапов.

Первый этап – чековая приватизация (1992 – первая половина 1994 гг.). *Приватизационный чек* – государственная ценная бумага целевого назначения на предъявителя номинальной стоимостью 10 000 р., используемая как платежное средство для приобретения объектов приватизации. Всего было распространено 144 млн приватизационных чеков, получивших в народе название *ваучеров*. Итоги первого этапа были двойственны и противоречивы. С одной стороны, в РФ сформировались: акционерный сектор экономики, рынки ценных бумаг, система инвестиционных фондов и других финансовых структур. К 1 июля 1994 г. в частный сектор экономики перешли 50% предприятий легкой и пищевой промышленности, 35% – строительных организаций, 42% – автотранспортных предприятий, около 50% – торговли, 55% – предприятий общественного питания, 21% – бытового обслуживания.

С другой стороны, использование приватизационных чеков не смогло решить ключевые задачи в трансформации собственности.

Прежде всего, большинство граждан РФ не стали собственниками бывшей государственной собственности и фактически от приватизации положительного результата для себя не получили. Это объясняется тем, что, поскольку приватизационные чеки не являлись именными, то большая их часть была скуплена спекулянтами, часть их была вложена в инвестиционные фонды, большинство из которых никаких инвестиций не осуществили и, наконец, часть чеков была вложена работниками в акции своих предприятий, многие из которых испытывали серьезные финансовые трудности и поэтому никаких дивидендов выплачивать не могли.

Следует также сказать, что первый этап приватизации не способствовал росту инвестиций в экономику России.

Второй этап приватизации в РФ – денежный (1994–1996 гг.). Он имел две основные цели: существенное пополнение бюджетов всех уровней и инвестиционная поддержка приватизированных предприятий. На этом этапе пакеты акций приватизируемых предприятий должны были выставляться на денежные аукционы постепенно и равномерно, обеспечивая бесперебойные денежные поступления в бюджеты всех уровней и инвестиции в развитие предприятий.

Однако намеченные цели выполнены не были. Например, в 1995 г. в бюджет РФ должно было поступить от приватизации 9 трлн р., а поступило на самом деле 500 млрд р., или 5,5% от задания. Чтобы переломить эту ситуацию и улучшить финансовое состояние государства, в 1995–1996 гг. в стране начали проводиться залоговые аукционы, в соответствии с которыми правительство (бюджет РФ) получало от коммерческих банков кредит под залог федеральных пакетов акций наиболее привлекательных компаний. По акциям, предназначенным в залог, проводились закрытые аукционы (тендеры), победителями которых становились банки, предложившие более крупные кредиты. Банки, выигравшие на залоговых аукционах, получали право управлять залоговыми пакетами акций в течение всего времени залога. По истечении этого времени (1 сентября 1996 г.) в случае невозврата кредитов залогодержатель становился собственником залогового пакета акций.

В общем итоге федеральный бюджет получил от залоговых аукционов около 1 млрд долл., что значительно меньше (по раз-

личным оценкам в 5–10 раз) рыночной стоимости проданных пакетов акций.

В 1997 г. начался **третий этап** приватизации, получивший название точечного. На этом этапе основной акцент делался не на приватизацию предприятий (большая часть из них уже была приватизирована), а на приватизацию имущественных долей предприятий, находящихся в собственности государства. Крупнейшими сделками на этом этапе стали продажи пакетов акций компаний «Связьинвест», «Роснефть» и др.

В 2001 г. был принят новый закон о приватизации, в котором предусмотрено в течение пяти-семи лет завершить в основном процесс приватизации в России.

За десять лет приватизации (1993–2003) российская казна получила от продажи 145 тыс. госпредприятий 9,7 млрд долл.

Подводя предварительные итоги приватизации в РФ, следует отметить, что, наряду с положительными результатами, связанными, прежде всего, с формированием рыночной экономики, реальный ход приватизации выявил много ошибок и нарушений в ее проведении, не позволивших в значительной степени реализовать ее цели и задачи. Это особенно проявилось при определении объектов приватизации, последовательности ее проведения, при определении способов приватизации и стоимости имущества приватизируемых объектов (табл. 3.1).

В течение анализируемого периода (2005–2015 гг.) отмечалось абсолютное снижение числа приватизируемых предприятий по всем формам собственности: федеральная – (–85 предприятий), муниципальная – (–119 предприятий), субъектов Российской Федерации – (–180 предприятий).

В структуре приватизированных предприятий в 2015 г. наибольший удельный вес приходился на унитарные предприятия, находившиеся в собственности субъектов Российской Федерации – 42,99% (46 предприятий). Далее располагались муниципальные унитарные предприятия – 31,78% (34 предприятия) и федеральные – 25,23% (27 предприятий).

В начале анализируемого периода в 2005 г. распределение приватизируемых предприятий было аналогичным. Максимальная доля приходилась на предприятия субъектов Российской

Федерации – 46,03% (226 предприятий). За ним следовали: муниципальные – 31,16% (153 предприятия) и федеральные – 22,81% (112 предприятий) унитарные предприятия.

Таблица 3.1

**Основные показатели процессов приватизации
в Российской Федерации в 2005–2015 гг.**

Показатели	Годы			
	2005	2010	2012	2015
Число приватизированных имущественных комплексов государственных и муниципальных унитарных предприятий ¹ – всего	491	217	228	107
В том числе по формам собственности:				
федеральная	112	97	69	27
субъектов РФ	226	56	102	46
муниципальная	153	64	57	34
Получено средств от покупателей государственного и муниципального имущества ² – всего	87 462,6	82 938	147 088,8	66186,2
В том числе по формам собственности ³ :				
федеральной	34 875,2	17 186,4	42 192,8	7358,1
субъектов РФ	36 597,4	25 137,4	53 498	17021,4
муниципальной	15 990	40 614,2	51 398	41678,3

Примечания. ¹ Комплексов федеральных государственных унитарных предприятий, приватизация которых осуществлена Росимуществом.

² Включая средства, поступившие от приватизации государственного и муниципального имущества, осуществленной в предыдущие годы.

³ По состоянию на дату приватизации.

Источник: Российский статистический ежегодник. 2016: стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – С. 628, 630.

В течение анализируемого периода увеличение удельного веса приватизированных предприятий отмечалось по федеральной собственности – 2,52% и муниципальной собственности – 0,62%. При этом уменьшилась доля собственности субъектов Российской Федерации на 3,04%.

Прирост поступления средств в период 2005–2015 гг. наблюдался от приватизации муниципального имущества – 25 688,3 млн руб. При этом отмечалось снижение поступлений от приватизации федерального имущества – (–27 517,1 млн руб.) и имущества субъектов Российской Федерации – (–19 576,0 млн руб.).

В структуре средств поступивших от приватизации государственного и муниципального имущества в 2015 г. наибольшая сумма поступила с муниципального уровня – 62,97% (41 678,3 млн руб.). Далее располагались уровень субъектов Российской Федерации – 25,71% (17 021,4 млн руб.) и федеральный – 11,12% (7 358,1 млн руб.).

В начале анализируемого периода в 2005 г. отмечалась противоположная ситуация. Максимальная сумма приходилась на уровень субъектов Российской Федерации – 41,84% (36 597,4 млн руб.). За ним следовали федеральный – 39,87% (34 875,2 млн руб.) и муниципальный – 18,28% (15 990,0 млн руб.) уровни.

Выводы

1. *Собственность рассматривалась с двух точек зрения: как юридическая категория, как экономическая категория.*

Собственность как юридическая категория есть имущественное отношение. Это право собственности на имущество, или отношение к вещам, т.е. к объектам. Субъектами собственности являются обладатели факторов производства и результатов производства. Принадлежность имущества субъектам (собственникам) закреплена в правовых нормах и законах. При этом субъекты собственности приобретают статус юридического и физического лица и наделяются правами владения, пользования и распоряжения.

Собственность как экономическая категория – это отношение между людьми по поводу присвоения средств производства и результатов производства. Субъекты собственности наделяются полномочиями присвоения, хозяйственного использования и экономической реализации.

2. *Тип собственности – это особый этап в развитии собственности. Различают два типа собственности: частную и общую (совместное достояние). Частная собственность предполагает трудовую частную собственность (крестьяне, фермеры, ремесленники и т.д.) Она создается за счет собственного труда работника. Нетрудовая частная собственность предполагает разделение труда и собственности. Возникает имущественное неравенство. Неимущие вынуждены работать на собственника и находятся в полной экономической зависимости от последнего.*

3. *Формы собственности – это принадлежность факторов (ресурсов) и результатов производства субъектам. Они определяются конкрет-*

ными историческими условиями как эволюционно (постепенно) и революционно (насильственно). Согласно Гражданскому кодексу (1995 г.) существуют следующие формы собственности: частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности.

4. Основными методами перехода к многообразию форм собственности являются:

- разгосударствление – процесс преобразования находящихся в государственной и муниципальной собственности предприятий в коллективные (арендные, акционерные, кооперативные и др.);

- приватизация – это передача государственной и муниципальной собственности за плату или безвозмездно в частную собственность.

5. Различают три модели приватизации в условиях перехода к рыночной экономике:

- уравнительное, или бесплатное, распределение среди населения прав приобретения имущества государственной собственности через ваучеры, инвестиционные купоны;

- продажа акций предприятия его трудовому коллективу на льготных условиях;

- продажа государственных предприятий по рыночной цене.

6. Весь период приватизации в России можно разделить на 3 этапа:

- I этап связан с чековой приватизацией (1992 г. – первая половина 1994 г.);

- II этап – денежный (1994–1996 гг.);

- III этап начался в 1997 г. и продолжается по настоящее время.

7. На современном этапе приватизация федерального имущества является одним из инструментов достижения целей перехода к инновационному социально ориентированному развитию экономики.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое собственность: вещь или общественное отношение?

2. Какая из форм собственности лучше для ведения сельского хозяйства и почему? А для розничной торговли?

3. Назовите типы и формы собственности.

4. Чем отличается юридическое понимание собственности от экономического?

5. Разгосударствление и приватизация – это одинаковые понятия? Если нет, то в чем различие? И есть ли между ними связь?

6. Назовите формы приватизации.
7. Какие варианты приватизации Вы знаете? В чем их преимущество?
8. Коммерческий, инвестиционный конкурс, продажа на аукционе: общее и особенное.
9. В чем состоит эволюция форм собственности?
10. Назовите содержание этапов приватизации в России.

Понятия

Собственность как юридическая категория • Собственность как экономическая категория • Субъект собственности • Владение • Пользование • Распоряжение • Хозяйское использование • Присвоение • Экономическая реализация • Типы собственности • Формы собственности • Частная собственность • Общая собственность • Государственная собственность • Муниципальная собственность • Совместная собственность • Кооперативная собственность • Национализация • Разгосударствление • Приватизация • Реприватизация • Модели приватизации • Варианты приватизации • Этапы приватизации

Глава 4

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА

4.1. Общество, экономика, производство и его составляющие

Экономика в широком смысле – это совокупность сфер, отраслей и видов производства народного хозяйства страны, определяемая как экономический базис общества, или экономическая система страны.

В силу общественного разделения труда различают следующие основные уровни экономики:

- экономика секторов народного хозяйства (сектор промышленности, сектор сельского хозяйства, сектор транспорта, связи и др.);
- экономика отраслей народного хозяйства (легкой промышленности, пищевой промышленности, машиностроения и др.);
- региональная экономика (отдельных федеральных округов, областей, краев, республик);
- экономика предприятия (фирмы);
- экономика домохозяйства.

Функционирование экономики включает в себя четыре элемента (подсистемы): производство, распределение, обмен и потребление.

Производство – это процесс создания жизненных (материальных) благ. В условиях рынка жизненные блага называют экономическими благами, состоящими из товаров и услуг.

Производство является главной составляющей экономики, выступает основой жизни человеческого общества. Функционирование производства отражает модель «затраты – выпуск» (рис. 4.1).

Затраты – это использование ресурсов. *Выпуск* – это объем (поток) произведенной продукции за определенный период. Все это характеризует процесс производства.

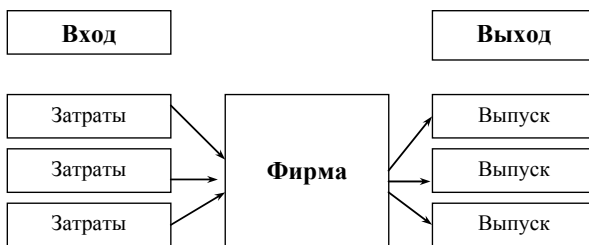


Рис. 4.1. Модель «затраты – выпуск»

Производство – это, во-первых, взаимодействие человека с природой, что характеризует степень влияния человека на природу (это уровень развития производительных сил), во-вторых, оно предполагает взаимодействие людей между собой (производственно-экономические отношения). Производительные силы и производственные отношения находятся в постоянном взаимодействии и развитии.

В процессе производства изменяется не только вещество природы, но и природа самого человека, который развивается, совершенствуется и обогащается знаниями и опытом.

Исторически производство прошло длительный путь развития – от изготовления простейших продуктов до сложнейших гибких производств. Именно производство определяет социальную, экономическую, политическую и духовную жизнь общества.

Производству объективно присуще и такое свойство, как **«разделение труда»**, – совокупность всех существующих в данный момент видов трудовой деятельности.

Обычно выделяют три уровня разделения труда: внутри предприятий (*«единичный»*), между предприятиями (*«частный»*), а также в масштабах общества (*«общий»*) – разделение труда на промышленный и сельскохозяйственный, умственный и физический, квалифицированный и неквалифицированный, ручной и машинный).

На первый взгляд разделение труда только разъединяет производителей, сужая сферу их производственной деятельности. Эту «разъединяющую» сторону разделения труда принято называть *«специализацией труда»*. Различают три ступени спе-

циализации труда: «попредметное», «подетальное» и «пооперационное» (вершина разделения труда).

Однако легко заметить, что то же *разъединяющее производителей разделение труда и объединяет их*. Ведь чем глубже специализация труда, тем сильнее взаимозависимость специализированных производителей. Эту «невидимую» сторону разделения труда называют «*кооперацией труда*».

Таким образом, понятие «разделение труда» следует воспринимать во всей его полноте – не только как разделение, но и как объединение производителей в процессе производства (рис. 4.2):

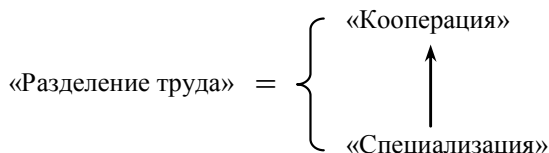


Рис. 4.2. «Разделение труда»

Двойственное содержание разделения труда означает, что производству присущ **закон «обобществления труда»**: *чем глубже специализация труда, тем выше его кооперация*. Между этими двумя явлениями существует прямая зависимость.

Обобществление труда – объективный закон производства, ибо вытекает из объективно присущего производству разделения труда.

В системе производства предприятия испытывают воздействие двух противоположных тенденций: укрупнения («*концентрации*») и разукрупнения («*деконцентрации*»).

Концентрация производства – это сосредоточение средств производства и рабочей силы на крупных предприятиях. Она удешевляет производство и придает выпуску продукции массовый масштаб.

В то же время *деконцентрация производства* (прежде всего в сфере среднего и малого предпринимательства) обладает рядом объективных преимуществ: небольшие предприятия оперативнее реагируют на изменения в технологии производства, быстрее откликаются на рыночный спрос, могут экономить на значительных управленческих расходах, неизбежных для крупных корпораций (содержащих многочисленный менеджмент).

Различают два уровня производства: индивидуальное и общественное.

Индивидуальное производство – это деятельность субъектов в масштабах основной производственной единицы (предприятия, фирмы).

Общественное производство – это совокупность субъектов хозяйственной деятельности в масштабах страны.

Различают материальное и нематериальное производство.

Материальное производство включает в себя отрасли по производству материальных благ и услуг (промышленность, сельское хозяйство, строительство, коммунальное хозяйство, транспорт, торговля, бытовое обслуживание, химчистка и т.д.).

Нематериальное производство связано с производством нематериальных благ и услуг (произведения культуры, искусства, наука, образование, здравоохранение, социальное обеспечение, управление, научное консультирование и т.д.).

4.2. Потребности и экономические интересы

Потребности – это одна из фундаментальных категорий экономической науки.

Потребности – это нужда, принявшая конкретную форму в зависимости от уровня развития общества и отдельного индивида. Потребности людей безграничны и постоянно растут, что выражается в «*законе возвышения потребностей*». Потребности бывают первичные и вторичные, материальные и духовные, производственные и личные, общественные.

К *первичным потребностям* относятся самые насущные нужды человека (питание, одежда, обувь и т.д.), к *вторичным* – потребности общения, познания окружающего мира, досуга и т.д. Первичные потребности в отличие от вторичных не могут быть заменены одна другой.

Материальные потребности – это удовлетворение желания людей в жилье, одежде, обуви, автомобиле и т.д., *духовные* – удовлетворение умственных потребностей (произведения искусства, культуры, науки и т.д.). Также выделяются *личные и произ-*

водственные потребности. *Личные потребности* удовлетворяются предметами личного потребления (пища, одежда, обувь и т.д.). *Производственные потребности* – это потребности предприятий, фирм, предпринимателей и т.д. в средствах производства (зданиях, сооружениях, машинах, сырье, материалах и т.д.). Кроме того, выделяют *общественные потребности* (школы, больницы, военная техника, автострада и т.д.).

Потребности изменяются под воздействием производства, рекламы, уровня духовного развития человека и т.д. Однако они могут быть *насыщаемыми*, имеющими четкий предел, и *ненасыщаемыми*, не имеющими четко обозначенных границ.

Для того чтобы получать выгоду в результате экономической деятельности, управлять экономикой, нужно, прежде всего, научиться предсказывать поведение людей. С этой целью экономическая теория предлагает сначала разделить их на покупателей и продавцов, или использовать другой вариант деления – на потребителей и производителей. Обратившись к истории экономической мысли, мы обнаружим, что экономисты все время спорят о том, чьи же интересы важнее, и кто определяет цели и направления развития экономики. В рыночной экономике на первом месте стоят интересы потребителей.

Производители и продавцы товаров и услуг внимательно изучают поведение покупателей, их вкусы и предпочтения. Ведь, от того, что и за сколько пожелает приобрести покупатель, зависит благополучие остальных участников рыночного взаимодействия.

Поведение покупателя (как и всякого другого человека) выражается в его действиях.

Действие – процесс взаимодействия человека с каким-либо предметом, целью которого является достижение определенной заранее цели.

В том случае, когда действия (циклы реализации и контроля) подчинены определенной программе, говорят о человеческой деятельности. Поведение человека, следовательно, является формой деятельности, ее внешней стороной.

Деятельность – активное взаимодействие человека с окружающим миром, в ходе которого он целенаправленно воздействует на объект, стремясь удовлетворить свои потребности. Если

субъект совершает действия, ориентируясь только на внешние аспекты, непосредственно воспринимаемые, что характерно для животных, то это активность, но не деятельность. Для человеческой деятельности характерно то, что она может основываться на символических формах представления предметных взаимоотношений. В структуре деятельности выделяют: *мотивы*, побуждающие субъект к деятельности; *цели*; *операции*, при помощи которых эти цели достигаются (в теории организаций Г. Саймона типовые операции называются *рутинами*).

Причины того или иного поступка, объяснение поведения человека можно найти, раскрыв его мотивы, интересы и потребности. Мотив называют материальный или идеальный предмет, достижение которого является смыслом деятельности. Интерес¹ также может быть определен и количественно измерен. Иное дело – потребность. Как базовое понятие в экономической теории, оно не сводится ни к какому другому (сравните с понятием поля в физике) и количественно не измеряемо². Его определение следует искать в курсе психологии (или экономической психологии).

Потребности – форма проявления интенциональной природы психики, в соответствии с которой живой организм побуждается к осуществлению качественно определенных форм деятельности, необходимых для сохранения и развития индивида и рода. Первичной формой потребности является нужда, при удовлетворении которой включаются инстинкты (в этом случае говорят о поведенческих актах *биоида* – не полноценного человека). Здесь пролегает граница между поведением и активностью. Потребности человека, даже если они связаны с задачами обеспечения физического выживания, отличны от аналогичных потребностей животных. Поэтому они способны видоизменяться с развитием отношений человека и общества. Потребности разделяют по характеру деятельности (оборона, добыча пищи, половая активность, познавательная, коммуникативная, игровая, творческая).

¹ От лат. *interest* – находится между (каких-либо объектов). С англ. *interest rate* переводится как ставка процента.

² Однако можно сказать, что некая потребность актуализирована в большей степени, нежели другая.

Субъективно потребности представлены в виде эмоционально окрашенных желаний, влечений, стремлений. Реализацию потребностей субъект оценивает в виде эмоций. Можно также заметить, что эмоции инертны и часто искажают оценку.

Экономическая теория не рассматривает все человеческие потребности, оставляя психологам их невротические и патологические формы. Она исследует только *экономические* потребности, т.е. те, что объясняют рациональное поведение. Потребности разделяют на физиологические, социальные, интеллектуальные и духовные (бытийные – по терминологии А. Маслоу¹, американского психолога, рис. 4.3).

«Мы меняемся потому, что мне нужен твой товар, а тебе мой... Итак, нужно, чтобы все измерялось чем-то одним... Этим одним является, на самом деле, потребность, которая для всего является связующей основой» (А.В. Аникин)².

В качестве аксиомы принимается, что потребности человека неограничены. Человек способен более или менее четко определить их только на настоящий момент, но не на будущее. Потребности растут, по мере того, как человек их удовлетворяет (вспомните старуху из «Сказки о рыбаке и рыбке» А. Пушкина).

Собственно, этими положениями ограничивается экономикс при изучении потребностей. В список фундаментальных концепций этого направления экономической теории включена также концепция редкость. В рамках данной концепции утверждается, что:

- потребности человека не ограничены;
- экономические блага – это предметы (товары или услуги), которые могут удовлетворить человеческие потребности;

¹ Маслоу писал в 1971 г.: «Моё предположение, основывающееся как на эмпирическом опыте, так и на общей психодинамической теории, заключается в том, что наиболее верным и наиболее полезным для нас будет считать, что эти разнообразные привычки, детерминанты, мотивы и метамотивы действуют одновременно в форме очень сложной структуры, в которой центральную роль может играть тот или иной из подобных мотивов или детерминант. Другими словами, наиболее развитые личности в большей мере подвижны метамотивами и в меньшей мере базовыми потребностями, чем люди обычные, менее развитые» (Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы. – М.: Смысл, 1999. – С. 298).

² Цит. по: Очерки экономической антропологии / ред. А.Г. Гаджиев. – М.: Наука, 1999.

- человек не может получить все экономические блага, которые он пожелает, – они редки, т.е. количество их, доступное в данный момент ограничено;
- редкость определяет ценность блага для человека.

Рис. 4.3. Иерархия потребностей по А. Маслоу¹

Примечание. * – потребности роста не упорядочены (имеют равное значение в иерархии).

«Ценность блага есть то, что от него можно получить. Стоимость блага есть то, что за него надо отдать»¹.

¹ Рисунок к статье Гобла Ф. Третья сила (Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы. – М.: Смысл, 1999. – С. 379).

В различных ситуациях ценность экономических благ имеет особые свойства, в зависимости от того, что и каким образом «получает от него» человек. Различают два вида ценности: потребительная и меновая.

Потребительную ценность блага каждый человек оценивает индивидуально. Измерить ее в практических целях почти невозможно. Можно лишь оценить, но об этом подробнее мы поговорим чуть позже. Тем не менее, в экономической теории потребительная ценность блага, именуемая полезностью, оценивается, и существует величина, предназначенная для ее измерения, – ютил².

Одна из аксиом рационального поведения с использованием данного понятия имеет следующую формулировку: человек совершает экономические действия тогда и только тогда, когда в результате этих действий увеличивается суммарная полезность экономических благ, которые он потребляет (обладает или распоряжается).

Меновая ценность блага может быть определена как количество и качество других благ, которые получит человек в обмен на данное благо. Как видим, граница между двумя видами ценности довольно условная. Ведь, для того, чтобы состоялся обмен, полезность получаемого блага (блага 1) должна быть больше той, с которой человек расстается (полезность блага 2). А для другого участника обмена – напротив: полезность блага 2 должна быть больше, чем полезность блага 1. Поэтому в упрощенном рассмотрении, для того, чтобы можно было построить экономико-математическую модель, экономические блага характеризуют при помощи понятий полезность и стоимость.

В современных институциональных теориях понятию потребность, особенно потребностям общественным, уделяется особое внимание. Для объяснения первопричин появления социального порядка ученые считают необходимым исследовать (1) общепризнанные ценности и/или (2) разделяемые всеми ожидания и представления. Однако, без понимания механизмов возникновения и изменения экономических потребностей это вряд ли возможно.

¹ Гребнев Л.С., Нуреев Р.М. Экономика. Курс основ: учебник для студентов вузов, обучающихся по неэкономическим специальностям. – М.: Вита-Пресс, 2000. – С. 32.

² От англ. *util* – полезный.

В XIX в. немецкий статистик и экономист Э. Энгель установил, что существует зависимость потребления продуктов питания от уровня доходов семьи. Согласно его утверждению с увеличением абсолютного размера дохода доля, расходуемая на товары и услуги первой необходимости, уменьшается, а доля расходов на менее необходимые продукты, продукты длительного пользования, увеличивается.

При осознании потребностей возникает *мотивация* (стимул) к труду. Потребности в данном случае превращаются в конкретную форму – форму интереса.

Экономические интересы – это объективные побудительные мотивы экономической деятельности, связанные со стремлением людей к удовлетворению возрастающих материальных и духовных потребностей. Они выступают главной движущей силой прогресса в экономике, лежат в основе системы экономического стимулирования производства и реализуются в определенном количестве материальных или нематериальных благ.

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

Личный экономический интерес для предпринимателя – это прибыль при наименьших затратах, а для потребителя – заинтересованность в низких ценах и высоком качестве товаров и услуг. Работники всегда стремятся к более высокому вознаграждению за свой труд. В современных условиях большое значение приобретают и нематериальные интересы, такие как возможность творчества, самовыражения и т.д.

Следует иметь в виду, что помимо чисто личных экономических интересов люди руководствуются интересами коллектива, села или города, региона, в котором они живут. В решениях и поступках людей присутствуют и более широкие интересы: национальные, общественные, интернациональные, региональные.

ные, групповые, ведомственные, семейные и т.д. Многообразие экономических интересов порождено многообразием субъектов хозяйствования, которые являются носителями интересов.

С развитием общества происходят возрастание и постоянное изменение потребностей по их структуре, количеству и качеству. Появляются новые потребности, отмирают старые, изменяются соотношения между видами потребностей.

4.3. Блага и их классификация

Для удовлетворения потребностей людей служит благо. *Благо* – это средство удовлетворения потребностей человека.

Различают неэкономические и экономические блага. В основе такого деления лежит *принцип редкости*.

Неэкономические (даровые, свободные) блага – это блага, имеющиеся в неограниченном количестве и всем доступные. Однако они не могут быть объектами купли-продажи (например, воздух).

Экономические блага – это результаты экономической деятельности, которые можно получить в ограниченном количестве по сравнению с потребностями. Они включают две категории: *товары и услуги*.

Благо в вещественной форме называют *продуктом*. Если оно становится предметом купли-продажи на рынке, то это – *товар*.

Услугой является деятельность, направленная на удовлетворение человеческих потребностей.

Продукты и услуги в совокупности называются термином *продукция*, что является синонимом понятия «блага».

Экономические блага – редкие блага, и доступ к ним ограничен. Они обладают признаками ценности и распределяются путем рыночного механизма, принимая форму товара или услуги.

Экономические блага делятся на *долговременные* – используемые несколько раз (автомобиль, книги, электроприборы, видеофильмы и т.д.), *недолговременные* – используемые в течение короткого времени (хлеб, мясо, спички и т.д.). Среди них выделяют *взаимозаменяемые* (товары-субституты): поезд – самолет –

автомобиль или кино – театр – цирк и т.д.; *взаимодополняемые* (комплементарные товары): стол и стул, автомобиль и бензин, ручка и бумага. При этом блага также делятся на нормальные, потребление которых увеличивается с ростом благосостояния (доходов) потребителей, и низшие, обладающие противоположной закономерностью (при росте доходов их потребление уменьшается, а при уменьшении дохода – увеличивается (картофель, хлеб)).

По отношению к потребителю блага делятся на:

- 1) производственные (земля, труд, капитал);
- 2) потребительские (товары и услуги).

Первые необходимы для производства потребительских благ; вторые непосредственно потребляются конечным потребителем.

Экономические блага могут быть разделены на настоящие и будущие, прямые (потребительские: пища, одежда, обувь) и косвенные (производственные: станки, оборудование, машины).

По характеру потребления блага бывают частные, коллективные и общественные.

Частное благо – благо, потребляемое каждым потребителем индивидуально (стакан воды, порция мороженого и т.д.). Такое благо принадлежит индивиду на правах частной собственности, может наследоваться и обмениваться. Частное благо предоставляется тому, кто за него заплатил.

Коллективное благо – благо, которое может потребляться совместно (посещение театра, поездки в автобусе и т.д.).

В свою очередь, *коллективные блага* делятся на клубные и общественные.

Количество каждого блага в любой момент времени ограничено. Это предполагает не только конечность запасов того или иного блага, доступного индивидам данного сообщества (актуальная ограниченность), но и наличие предела роста производства того или иного блага данным сообществом (потенциальная ограниченность). Редкость – это характеристика экономических благ, означающая, что запасы благ меньше потребностей в них.

Экономические блага имеют пять фундаментальных свойств.

Первое фундаментальное свойство блага – *редкость* – обусловлено тем, что количество каждого блага ограничено во вре-

мени и пространстве. Запасы благ конечны. По сути, это – отношение величины запасов блага к величине потребности в нем. Существует предел, когда благо не является редким, например, вода, воздух.

Второе фундаментальное свойство блага – *конкурентность* его распределения. Вследствие редкости благ неизбежна конкуренция за их использование.

Можно выделить два смысловых уровня категории «конкуренция»:

1) существование нескольких альтернативных вариантов использования блага;

2) каждый вариант использования персонифицирован, существует определенное количество желающих пользоваться благом, поэтому неизбежна борьба.

Таким образом, конкуренция – существование нескольких альтернативных вариантов использования блага, вызывающее борьбу различных заинтересованных групп людей за право пользования благом.

Третье фундаментальное свойство блага – *полезность*. Полезность блага – это степень, в которой оно способно удовлетворять потребности людей (в науку это понятие введено И. Бентамом). Это комплексная субъективная оценка свойств блага данным индивидом в данный момент. Исходя из нее, потребитель изъявляет готовность платить за благо.

Это понятие И. Бентама переняли маржиналисты В. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас (кардиналисты), которые предложили измерять полезность количественно (в утилях). Но их критиковали Ф. Эджоурт, В. Парето (ординалисты), считая, что благо можно лишь ранжировать по предпочтительности.

Четвертое фундаментальное свойство блага заключается в том, что экономическая ценность благ обусловлена возможностью их *обмена* друг на друга в определенной пропорции, т.е. альтернативной стоимостью, количеством другого блага, которое может быть произведено с использованием данных ресурсов. Это относительный, а не абсолютный показатель, зависящий от характеристик выбора субъекта, осуществляющего выбор, числа созданных благ, количества каждого из них.

Пятое фундаментальное свойство благ – распределение благ на основе *выбора*, зависящего от поведенческих мотивов человека. В экономикс выделяют основные истоки мотивов человека: рациональность и эгоизм, которые применяют их к гипотетической модели человека «*Homo economicus*» («Человек экономический»). Выбор такого человека рационален, так как он стремится к наиболее предпочтительной альтернативе, характеризующейся максимальной выгодой.

Эгоизм – следование человеком исключительно своим интересам. Предпосылки у эгоизма бывают трех типов: сильная, полусильная, слабая. В первом случае эгоизм осуществляется в форме оппортунизма – следования своим интересам с использованием коварства. Во втором случае эгоизм без коварства и обмана. В третьем случае индивид передает право решать, какое поведение соответствует его интересам, другому.

Рациональность также классифицируют по трем уровням:

1) высшая форма рациональности – неукоснительное следование принципу максимизации полезности. Условие – полная информированность о положении других индивидов;

2) средняя форма рациональности. Определение дал Г. Симон (Саймон): «стремятся действовать рационально, но обладают этой способностью лишь в ограниченной степени»;

3) рациональность в слабой (ограниченной) форме. В этом случае индивиды не стремятся к максимизации своего благосостояния, но «невидимая рука» конкуренции, окружающая институциональная среда рационализируют их взаимодействие с другими.

Для того, чтобы выяснить, каким образом человек принимает экономические решения, вернемся к определению его потребностей. Потребности базовые – физиологические (материальные) подчинены законам иерархии. В этом случае традиционно используется образ пирамиды или треугольника, для того, чтобы показать их соподчинение. Потребности более высокого уровня не актуализируются, пока не будут удовлетворены низшие потребности. Так, человек забывает о чувстве голода, если другая опасность угрожает его жизни. Голодный человек не очень беспокоится о бытовом комфорте и так далее. Набор по-

требностей дополним набором благ, которые эти потребности удовлетворяют.

В своё время М. Вебер определил зависимость между способностями принимать разумные решения и объёмом доступной индивиду информации¹. Решения (рациональные или не очень) выражаются в поведении, которое, в свою очередь, разделено на типы: целерациональное (направленное на достижение определенной цели), целостнорациональное (не создает препятствий к достижению цели), традиционное (обусловленное нормами), аффективное (активность биоида). На рис. 4.4 типы поведения расположены от аффективного к целерациональному при движении от начала координат: 4 → 1.

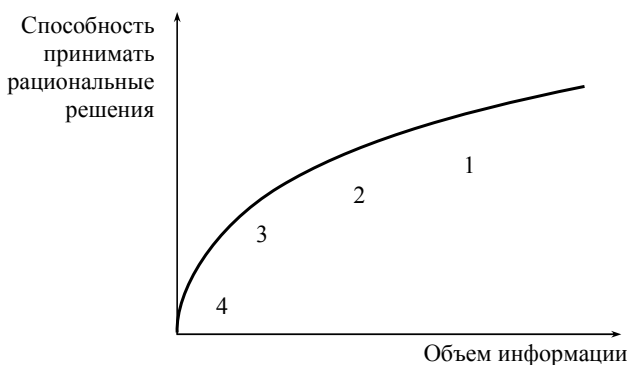


Рис. 4.4. Зависимость способностей субъекта принимать разумные решения от объёма доступной информации (по М. Веберу):

4 – аффективное поведение; 3 – традиционное поведение; 2 – целостнорациональное поведение; 1 – целерациональное поведение

Таким образом, если принять во внимание, что блага и объем информации, необходимый для их получения и потребления взаимосвязаны, можно получить схему, объясняющую механизм принятия решений и формирования типов поведения (рис. 4.5).

¹ Weber M. Basic Concepts in Sociology, 1962. См. также Олейник А.Н. Институциональная экономика. – М., 2005. – С. 60.

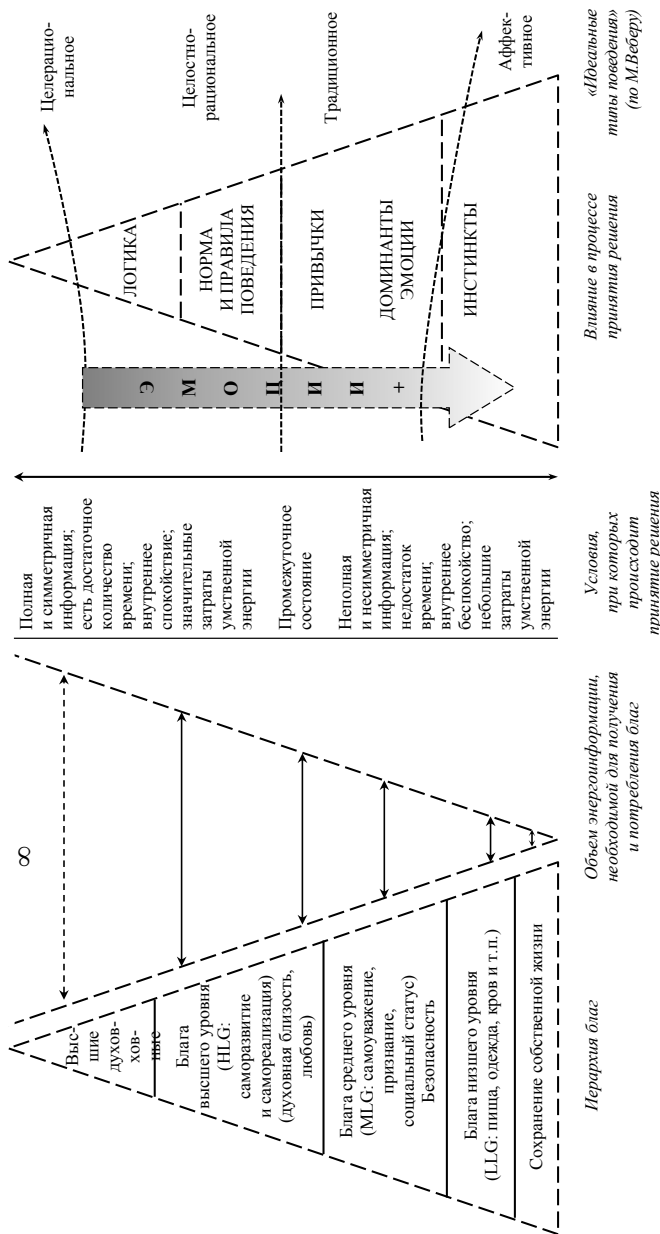


Рис. 4.5. Онтологическая схема формирования типов поведения

На этой схеме треугольник благ, разделён на уровни: сохранение собственной жизни (выделено из последующего уровня, чтобы соответствовать аффективному типу поведения), *LLG* – блага низшего уровня, *MLG* (*Middle Level Goods*) – блага среднего уровня, *HLG* (*Higher Level Goods*) – блага высшего уровня¹. Рядом помещен раскрытый угол вершиной вниз, в котором горизонтальными отрезками показано количество энергоинформации, требуемое для потребления блага соответствующего уровня (удовлетворения соответствующей потребности). Высшие духовные благ расположены в самой верхней части системы. Последнее соответствует предположению Маслоу о том, что «полное определение человека или человеческой природы» должно включать внутренние ценности или метапотребности. И можно заметить, что количество необходимой для получения такого рода благ энергоинформации стремится к бесконечности.

Таким образом, названные выше типы благ можно рассматривать как параметры порядка при переходе от одного типа координации взаимодействий рыночных субъектов к другому. Причём качество и интенсивность координации различны на разных уровнях.

4.4. Ресурсы. Факторы производства. Капитал

В экономике под ресурсами подразумевается все, что используется в процессе производства товаров и услуг. Ресурсы бывают *неэкономические* (свободные), которые находятся в избытке и доступны всем в новом количестве (энергия ветра, солнечные лучи и т.д.), и *экономические*.

Экономические ресурсы – это ресурсы, рассматриваемые с точки зрения редкости и ограниченности. *Редкость* означает то, что ресурсов, как правило, меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей при данном уровне экономического развития. Вследствие редкости ресурсов объем производства ограничен.

¹ LLG – Low Level Goods; MLG – Middle Level Goods; HLG – Higher Level Goods.

В концепции редкость аксиома неограниченности потребностей дополняется аксиомой ограниченности ресурсов. Речь в данном случае идет об относительной ограниченности. Ведь очевидно, что со временем можно удовлетворить практически любую потребность. История научной фантастики и история развития цивилизации, где в той или иной степени уже воплотились идеи фантастов прошлого, это подтверждает. Но, дело в том, что сегодняшние потребности человек желает удовлетворить как можно скорее, а в будущем возникнут новые. Не только индивиды, но и государства также сталкиваются с проблемой ограниченности ресурсов. Собственно, сама экономическая теория появилась для того, чтобы решить проблему максимально полного удовлетворения неограниченных человеческих потребностей в условиях ограниченности ресурсов.

Если же проблема редкости воспринимается обществом на всех уровнях – от индивида до государства, то это заставляет правительство проводить грамотную и взвешенную экономическую политику, а каждый человек начинает с большей ответственностью управлять имеющимися в его распоряжении ресурсами. Прежде всего это относится к человеческому капиталу. В сегодняшних условиях едва ли не единственным способом наращивания ресурсного потенциала является осуществление инвестиций в человеческий капитал. Это могут быть программы, направленные на укрепление здоровья граждан, повышение качества образования и профессиональной подготовки, реализуемые как на государственном уровне, так и на уровне предприятий и отдельными гражданами.

Таким образом, редкость является источником роста экономики и причиной появления новых направлений экономической теории.

Ограниченность ресурсов бывает абсолютной и относительной. *Абсолютная ограниченность* характерна для природных и трудовых ресурсов, *относительная* – для материальных, финансовых и информационных ресурсов, т.е. человечество за тысячелетия своей истории существенно раздвинуло рамки ограничений. Это значит, что ограниченность ресурсов носит относительный характер.

Выделяют природные (естественные), материальные, финансовые, информационные, трудовые ресурсы.

К природным ресурсам относятся земля, нефть, растения и т.д. Среди них различают возобновляемые (леса, растения, почва и т.д.), невозобновляемые (нефть, газ, уголь), неисчерпаемые (морские приливы и отливы, солнечная энергия, воздух, энергия ветра и воды), заменимые (топливные ресурсы на солнечную или атомную энергию), незаменимые (воздух, питьевая вода и др.) ресурсы.

В настоящее время в экономике в основном используются невозобновляемые и незаменимые природные ресурсы, что обуславливает ограниченность их использования. Также данные ресурсы неравномерно распределены по территории земного шара, что вызывает определенные проблемы при взаимодействии между странами. Это связано с тем, что развитые страны преимущественно лишены различных видов ресурсов или имеют недостаточное их количество, а страны – обладатели таких ресурсов, преимущественно экономически недостаточно развиты.

В недавнем прошлом очень часто войны между государствами инициировались как раз фактором неравномерного распределения ограниченных ресурсов. В частности, Первая и Вторая мировые войны были развязаны Германией и ее союзниками для получения доступа к ограниченным ресурсам, которыми они не располагали (нефть, колониальные товары, различные руды и др., а также земельные ресурсы), но которые были необходимы для обеспечения нормального функционирования экономики.

В настоящее время неравномерность распределения ограниченных ресурсов сохраняет свое фундаментальное значение и приводит к определенным проблемам во взаимоотношениях между государствами. Например, страны Европейского Союза испытывают опасения вследствие существенной зависимости от поставок российского газа. Кроме того эти страны, в частности, Франция, Англия, а также США серьезно обеспокоены проникновением Китая на рынки африканских стран. Причем Китай стремится осуществлять долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество со странами Африки.

Общие запасы (разведанные и прогнозируемые) невозобновляемых топливных ресурсов, которые являются «кровью» современных экономик, превышают 12 трлн т. В общей их структуре уголь составляет более 60%, природный газ – более

15%, нефть – более 10%. Оставшаяся часть приходится на торф, сланцы и иные виды ископаемого топлива (рис. 4.6). Распределение энергоресурсов по странам приведено в табл. 4.1.

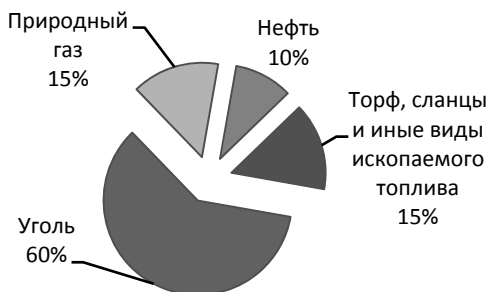


Рис. 4.6. Структура общих запасов невозобновляемых топливных ресурсов

Таблица 4.1

Запасы энергоресурсов*

Страны	Нефть, млн т	Газ, млрд куб. м	Уголь, млрд т
Россия	29 440,1	70 300	273,9
Европейские страны			
Австрия	7	16	0,4
Германия	21	126	83,1
Испания	20	3	5,7
Италия	76	70	0,6
Нидерланды	39	1 245	4,2
Норвегия	726	2 215	0,2
Польша	16	75	57,9
Великобритания	382	292	практически нет
Франция	14	7	1,1
Азиатские страны			
Индия	777	1 074	301,0
Индонезия	532	3 186	67,0
Ирак	15 686	3 170	нет
Исламская Республика Иран	20 624	29 610	13,4
Китай	2789	3 090	891
Объединенные Арабские Эмираты	13 340	6 432	нет
Пакистан	40	840	71,5
Саудовская Аравия	36 201	7 569	нет

Окончание табл. 4.1

Страны	Нефть, млн т	Газ, млрд куб. м	Уголь, млрд т
Страны американского континента			
Аргентина	355	399	8,3
Боливия	54	710	нет
Бразилия	2 053	245	21,8
Канада	678	1 754	80,1
Мексика	1 367	360	4,1
США	4 215	7 022	1 555,0
Чили	4	46	9,8
Австралия	450	819	441

Примечание. * По России – данные Минприроды России на 1 января 2015 г., по остальным странам – данные ООН и Международного энергетического агентства (МЭА) за 2010-2013 гг.

Источник: Россия и страны мира. 2016: стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – С. 16–19.

К материальным ресурсам относится все, что создано человеческой деятельностью (здания, коммуникации, машины, оборудование и др.). Трудовые ресурсы – это население в трудоспособном возрасте (рабочая сила), способное и желающее трудиться (табл. 4.2).

Таблица 4.2

Среднегодовая численность, занятых в экономике, млн человек

Страна	Годы			
	2005	2010	2012	2014
Россия	68,3	69,9	71,5	71,5
Украина	20,7	20,3	20,4	18,1
Бразилия	87,2	...	93,9	99,4
Индия	372	374,3
Китай	746,5	761,1	767	772,5
Южно-Африканская Республика	12,8	13,1	13,5	15,1
Германия	36,4	38,7	39,1	39,9
Италия	22,4	22,5	22,6	22,3
Польша	14,1	15,5	15,6	15,9
Великобритания	28,7	29,1	29,6	30,6
Франция	25	25,7	25,7	25,8
Австралия	9,9	11	11,3	11,5
Канада	16,1	17	17,4	17,8

Окончание табл. 4.2

Страна	Годы			
	2005	2010	2012	2014
Республика Корея	22,9	23,8	24,7	25,6
США	141,7	139,1	142,5	146,3
Турция	...	22,6	24,8	25,9
Япония	63,6	62,6	62,7	63,5

Источник: Россия и страны мира. 2016: стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – С. 61–62.

Финансовыми ресурсами являются денежные средства и другие финансовые активы, которые необходимы для экономической деятельности. К информационным ресурсам относят данные, необходимые для автоматизированного производства и управления или компьютерной техники.

По происхождению ресурсы бывают двух типов: первичные и вторичные. К первичным относятся земля, природные, трудовые ресурсы, к вторичным – производные ресурсы, которые появились в результате приложенного человеком труда.

В настоящее время новыми важными экономическими ресурсами стали определять знания, информацию и технологии. Такой подход не лишен оснований, однако заметим, что сами по себе, без физического капитала эти факторы, даже в сочетании с трудом и землей, не смогут произвести продукт (представьте крестьянина на земле, но без лопаты или другого инструмента). Информация, для того, чтобы стать фактором производства, должна быть капитализирована. То есть, с ее помощью могут быть усовершенствованы элементы других факторов производства.

Информация – сведения об окружающем мире и протекающих в нём процессах; сообщения (сигналы) осведомляющие о состоянии чего-либо, о значении величин.

То же следует сказать и о технологии. Ее уровень определяет разнообразие доступных способов производства. Чем их больше, тем легче выбрать наиболее эффективное сочетание труда и капитала в производстве.

Состояние технологии и возможность использовать полезную информацию в производстве определяется уровнем общего

и технического образования в обществе, и наличием предпосылок для постоянно его повышения. Такие соображения зафиксированы в концепциях человеческого и социального капитала, которые пока еще не относятся к числу основных в базовых курсах экономической теории, но без которых невозможен современный анализ состояния и перспектив развития экономики на уровне организации, общества и страны.

Иногда проводят различие между ресурсами и факторами производства: ресурсы – это то, к чему еще не прикасалась рука человека (уголь, нефть, руда, находящиеся в недрах земли); факторы – это ресурсы, которые в процессе использования превращаются в факторы производства. Факторы производства – это производственный потенциал экономики.

Все экономические ресурсы обладают рядом свойств: они находятся в постоянном развитии, взаимозависимы и взаимообусловлены, до определенной степени являются взаимозаменяемыми. Соотношение факторов производства и их отдача изучаются с помощью категорий взаимозаменяемости, их замещения и производственной функции. При определении наиболее эффективного способа производства варианты сочетания факторов производства определяют с помощью *предельной нормы технологического замещения* одного ресурса другим. Обычно исследуется замещение труда капиталом (высвобождение работников из производства на основе применения машин). Предельная норма технологического замещения труда капиталом показывает величину труда, которую может заменить единица капитала.

Экономические ресурсы подвижны (мобильны), так как могут перемещаться в пространстве (внутри страны, между странами), хотя степень их мобильности различна. Наименее мобильны природные ресурсы, подвижность многих из которых близка к нулю (земля).

Более подвижны трудовые ресурсы, что видно из внутренней и внешней миграции рабочей силы. Еще более мобильны предпринимательские способности. Самыми мобильными являются два ресурса – капитал и знания.

Переплетение ресурсов и их мобильность отражают взаимозаменяемость (альтернативность). Например, если фермеру нужно

увеличить производство зерна, то он может сделать это следующим образом:

- а) расширением посевных площадей;
- б) увеличением использования труда;
- в) расширением парка техники и инвентаря;
- г) улучшением организации труда на ферме;
- д) использованием новых видов семян.

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

Обычно эта взаимозаменяемость не бывает полной. Так, человеческие ресурсы не могут полностью заменить капитал, иначе работники останутся без инвентаря и оборудования. Экономические ресурсы заменяют друг друга вначале легко, а потом все труднее.

Так, при неизменном числе тракторов можно увеличить число работников на ферме, обязав их работать в две смены. Однако нанять еще работников и организовать систематическую работу в три смены будет возможно за счет увеличения заработной платы. Предприниматель постоянно должен отыскивать наиболее рациональную комбинацию ресурсов, используя их взаимозаменяемость.

В условиях ограниченности ресурсов человеку приходится выбирать. Покупатель выбирает то, что он в состоянии оплатить и что подходит ему лучше всего (что наиболее полно удовлетворит его потребности). Производитель выбирает поставщика производственных ресурсов таким образом, чтобы затраты на производство необходимого количества товаров нужного качества были минимальны. Инвестор (человек, распоряжающийся определенной суммой денег) выбирает проект, который принесет ему наибольшую прибыль при минимальном риске. Можно привести еще множество примеров подобных ситуаций, но во всех будет общий признак. В каждом из этих случаев человек делает компромиссный выбор.

Ценность наилучшего из альтернативных вариантов, от которых пришлось отказаться при компромиссном выборе называется альтернативной стоимостью (блага, ресурса, проекта и т.п.). Альтернативная стоимость часто характеризуется как ценность упущенных возможностей: стоимость одного блага, выраженная в не-

котором количестве другого блага, от которого пришлось отказаться для получения первого блага.

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

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

Современная ведущая экономическая (неоклассическая) теория различает три агрегированные группы факторов производства: **капитал** (K), **труд** (L), **землю** (Z). Иногда в особую группу выделяют **предпринимательские способности** (ПС). К капиталу (K) относят материальные, финансовые и информационные ресурсы. Земля (Z) в широком смысле включает все природные (естественные) ресурсы. К труду (L) относятся трудовые ресурсы. Предпринимательство – особый вид деятельности, который берет на себя организацию производства благ путем комбинированного использования ресурсов в условиях неопределенности и риска. К предпринимательским способностям (предприимчивости) относятся интеллект, талант, способность рисковать, внедрять новшества и т.д.

В экономической теории постиндустриального общества в качестве факторов производства выделяются *информационный* и *экологический факторы*. Оба они тесно связаны с достижениями современной науки. Информация систематизирует знания, материализованные в систему машин, механизмов, оборудования, маркетинга и менеджмента. Экологический фактор производства выступает в качестве фактора экономического роста или фактора, ограничивающего его возможности в связи с вредностью, загрязнением и т.д.

Основными факторами производства являются *капитал* (*K*) и *труд* (*L*).

Определяя капитал (*K*) как фактор производства, экономисты отождествляют его со средствами производства.

Концепция капитала, в полном соответствии ее переводу с латинского языка¹, занимает главное место в политэкономии и теории фирмы. Заметим, что с момента ее появления, она претерпела значительные изменения. Так, если в ранних теоретических изысканиях капиталом считались только вещественные, материальные ресурсы, то в современных теориях на первое место выдвигается человеческий капитал, как главная составляющая активов предприятия. Собственно, любая экономическая наука или направление выбирают для себя тот или иной аспект концепции и, по образному выражению Г. Саймона, начинают создавать там свои поселения².

«Возраст» теории капитала гораздо меньше, чем самой экономической теории. Если зачатки экономических знаний можно обнаружить уже в первобытном обществе, то понятие капитала появляется лишь в конце XVII в.

Представители школы физиократов (Ф. Кенэ, А. Тюрго и др.) впервые попытались определить главные ресурсы общества (капитал), которыми, по их мнению, являются «постоянно воспроизводимые богатства сельского хозяйства». Ф. Кенэ указывает также на свойство капитала приносить доход: «Доходы являются продуктом земли и человека» (Земля и Труд – главные источники богатства, по мнению ученого).

А. Смит (классическая школа) особо выделяет как главное свойство капитала – его способность приносить доход своему владельцу. При этом понятие «капитал» непосредственно связано с понятием производительного труда: чтобы получить статус капитала, ценности должны быть использованы для производства, перепродажи или иных действий, направленных на получение прибыли. Ценности, соотносимые с непроизводительным трудом (работа домашних слуг, деятельность государственных

¹ *Capital* (лат.) – главный.

² Саймон Г. Нобелевская лекция // Психологический журнал. – 2001. – Т. 22, № 6.

чиновников, офицеров, государя – «непроизводительных работников»), таким образом, капиталом не являются.

Значительный вклад в развитие теории капитала сделал К. Маркс. Он рассматривает капитал уже как социально-экономическую категорию. В его работах капитал превращается в «вещь, обладающую фиктивной жизнью и самостоятельностью, вступающую в отношение с самой собой... Это есть форма его действительности, или, точнее, форма его действительного существования. И именно в этой форме он живет в сознании его носителей, капиталистов, отражается в их представлениях».

Капитал у Маркса – это *самовозрастающая стоимость*, отражающая классовые отношения и определенный характер общества, в отличие от товара, чья стоимость представляет собой *«кристаллизацию общественного труда»*.

В новейший период истории исследователи выделяют влияние на развитие теории капитала идей:

- Э. Бем-Баверка (субъективно-психологическая школа): отождествление размеров капитала с количеством опосредующих благ (т.е. капитал вторичен, его величина определяется затратами земли и труда – первичных факторов, в предшествующие периоды);

- А. Маршалла (неоклассическая школа): различие трактовок капитала на уровне микроэкономики (та часть богатства, которую индивид выделяет «на получение дохода в форме денег») и на уровне макроэкономики (вся совокупность средств производства, которую можно использовать наряду с трудом и землей для производства материальных благ);

- Дж.М. Кейнса (кейнсианское направление): условие превращения богатства в капитал – превышение дохода с него над ставкой процента;

- Й. Шумпетера: «фонд покупательной силы», состоящий из денег и платежных обязательств, который должен обеспечивать прогрессивное развитие общества. Капитал не будет выполнять свою функцию (исчезнет), если не будет экономического прогресса;

- П. Самуэльсона, У. Нордхауза: капитал – блага длительного пользования, созданные для производства других товаров.

Дж. Хикс по отношению к теории капитала разделяет экономистов на две группы: «сторонников теории фонда» («*fundists*»), которые определяли капитал как денежную стоимость (английская политэкономия, У. Джевонс, австрийская школа), и «материалистов» – сторонников трактовки капитала как совокупности предметов, обладающих определенным общим признаком (по мнению Хикса, представителями этого направления были А. Маршалл и А. Пигу). Последний подход, фиксируя *ex post* процессы накопления в натуральной форме, обращен в прошлое. Отметим, что такое понимание концепции отражено в понятии *физический капитал*. Природу капитала в общем смысле, по нашему мнению, в большей степени отражает первый подход. Его можно представить также как трактовку капитала в рамках концепции потока, в то время как «материалисты» рассматривают капитал лишь в форме запасов.

Заметим, что такая двойственность в определении капитала, переходит затем в двойственность определения прибыли. В теории учета и экономического анализа, прежде всего англоязычных стран, различают *налоговую* и *экономическую концепции* прибыли. В связи с этим возможны два варианта. В первом случае бухгалтерская прибыль должна быть равна налогооблагаемой сумме, во втором – бухгалтерская прибыль – это одно, а налогооблагаемая прибыль – совершенно иное, их суммы могут не совпадать.

Понятие «капитал», заданное как отражение его стоимости в денежной форме, является реальным объектом для финансиста-практика, на который он может постоянно воздействовать с целью получения доходов. В этом качестве капитал для финансиста – объективный фактор производства. Также как для производственника объективными факторами являются основные и оборотные средства, персонал предприятия.

А если учесть, что согласно стандартам бухгалтерского учета (международным и российским) в финансовой отчетности представлены обязательства и капитал, по существу – превращенные формы финансовых ресурсов, то будет очевидно, что для задач анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия формальное различие между финансовыми ресурсами и капиталом несущественно. Однако это различие принципиально с точки зрения экономической теории и теории производства. Здесь необходимо разделение на капитал финансовый и физический.

Однако капитал связан не всегда с его денежной формой. Человеческий капитал – это знания, навыки человека, его энергия, используемые в производстве экономических благ.

Капитал – это время, создающее благо (доход). Доход – вознаграждение за отказ от удовлетворения личных потребностей в настоящее время ради будущего.

Развитие производства, изменение отношений между трудом и капиталом меняют само содержание понятия «капитал», приводят к возникновению его новых форм. Структурные изменения в экономике промышленно развитых стран стали объективной основой для возникновения человеческого капитала.

Человеческий капитал – накопленные человеком знания, навыки, способности, квалификация, мотивация, которые могут быть использованы для производства товаров и услуг и стать источниками дохода для человека, семьи, организации и общества. Именно эти характеристики рабочей силы привели к повышению производительности труда, к переходу на качественный, инновационный способ производства.

Интеллектуализация и информатизация производственных процессов обусловили выделение новой категории – «интеллектуальный капитал».

Интеллектуальный капитал – специфическая форма человеческого капитала, связанная с самостоятельным движением способностей рабочей силы к созданию и передаче ноу-хау, информации, которые позволяют существенно повысить эффективность любого вида деятельности.

Взгляды экономистов на капитал разнообразны, но все они едины в одном: капитал ассоциируется со способностью приносить доход.

4.5. Основной и оборотный капитал. Амортизация. Износ и его виды

А. Смит, Дж. С. Милль и другие экономисты в процессе функционирования различали *основной и оборотный капитал*. В основе этого деления лежит характер перенесения стоимости факторов производства на готовый продукт или услугу.

Капитал, материализованный в средствах труда (зданиях, сооружениях, станках и т.д.), функционирующий в производстве несколько лет и переносящий свою стоимость на готовый продукт по частям в виде амортизационных отчислений, есть *основной капитал*. Другая часть капитала, включающая предметы труда (сырье, материалы, энергия и т.д.) и переносящая свою стоимость на готовый продукт сразу, является *оборотным капиталом*. Деньги, затраченные на оборотный капитал, возвращаются к предпринимателю сразу после реализации продукции.

Постоянное перенесение стоимости основного капитала по мере его износа на произведенную продукцию и использование этой стоимости для последующего воспроизводства основного капитала называется *амортизацией*. Часть стоимости основного капитала, которая постоянно переносится на производимую продукцию и после реализации продукции используется для его восстановления, есть *амортизационные отчисления*. Отношение суммы амортизационных отчислений к стоимости основного капитала, выраженное в процентах, является *нормой амортизации*. В нем учитывается *физический и моральный износ*.

Физический износ – процесс, в результате которого основной капитал становится физически непригодным для дальнейшего использования. Он выступает в двух видах:

- износ в результате применения (эксплуатации);
- износ в результате бездействия (воздействие атмосферных осадков, коррозия металлов и т.д.), хотя основной капитал и не эксплуатируется.

Моральный износ вызывается НТП, что ведет к обесцениванию стоимости основного капитала в результате роста производительности труда, а также к появлению более современного или дешевого оборудования. Высокие темпы НТП заставляют увеличивать нормы амортизации, что позволяет быстрее избавляться от морально устаревшего основного капитала. Во многих странах официально существуют законы об ускоренной амортизации. Это ведет к ускорению использования и оборотного капитала.

Совокупность амортизационных отчислений в течение определенного времени образует *амортизационный фонд*. Он по-

зволяет проводить текущий и капитальный ремонты, а также полностью обновлять основной капитал (реновация).

Капитал не должен находиться в покое. Он должен совершать постоянное движение, т.е. кругооборот.

Кругооборот, постоянно повторяющийся от начала авансирования капитала до его полного возвращения в первоначальной форме, есть *оборот капитала*. Период, в течение которого капитал возвращается к владельцу, есть *время оборота*. Время оборота основного капитала равняется нескольким кругооборотам, а оборотного капитала – одному кругообороту. Время оборота делится на *время производства и время обращения*.

Время производства – это время, в течение которого капитал находится в производстве. Оно состоит из рабочего периода и времени производственных передышек (сушка, окраска ткани и т.д.).

Время обращения – это время, в течение которого капитал находится в сфере обращения (торговли). Оно состоит из времени покупки и времени продажи товаров. Время обращения зависит от состояния транспорта, дороги, емкости рынка, расстояния и т.д.

Скорость оборота капитала определяется числом оборотов, которые он совершает за год:

$$\Pi = \frac{O}{T},$$

где Π – число оборота капитала; O – оборот капитала, год; T – время оборота, месяц.

Труд (L) в понимании К. Маркса – это целесообразная деятельность человека по преобразованию вещества природы. По Марксу, труд не является рабочей силой. Труд появляется лишь тогда, когда рабочая сила соединяется со средствами производства и начинается процесс производства. Следовательно, труд есть процесс потребления рабочей силы.

В немарксистской литературе труд и рабочая сила являются тождественными (равнозначными) понятиями.

На ранних стадиях (рабовладельческого, феодального обществ) труд носил внеэкономический, или принудительный, характер. Работники были зависимы от своих господ. При капитализме принудительный характер исчезает. Труд приобретает

экономический характер. Рабочий, чтобы удовлетворить потребности, вынужден работать, т.е. продавать рабочую силу и тем самым становится товаром. В связи с этим возникает наемный труд, что характерно для данного времени.

4.6. Виды продукта. Суть закона убывающей отдачи

С точки зрения участия факторов производства в создании продукта различают следующие виды продукта: *общий продукт*, *средний продукт* и *предельный продукт*.

Общий продукт (TP) – суммарный продукт, т.е. количество продукции за определенный период времени от использования одного фактора при неизменности других факторов производства (K или L). Он может увеличиваться и достигать своего максимума, после чего начинает уменьшаться (рис. 4.7).

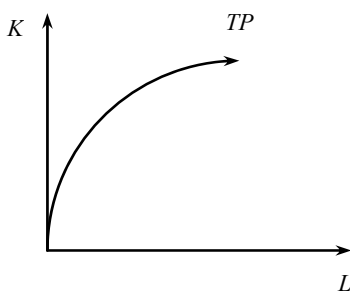


Рис. 4.7. Общий продукт

Средний продукт (AP) – это объем продукции от использования одной единицы каждого фактора производства (K или L) и рассчитывается по формуле

$$AP = \frac{TP}{L(K)}.$$

Средний продукт характеризует производительность труда. Сначала его величина растет, а затем начинает падать. Это означает, что начинает действовать так называемый *закон убываю-*

щей отдачи, или убывающей производительности затрат (факторов производства) (рис. 4.8).

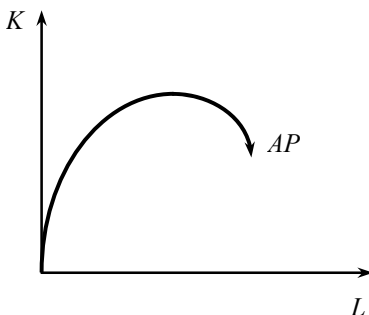


Рис. 4.8. Средний продукт

По мере роста затрат труда возрастают и объемы продукта до определенного предела. Полученный таким образом продукт называется *предельным продуктом*. Он образуется на основе предельной производительности ресурсов (факторов производства).

Предельный продукт (MP) – это дополнительный продукт, получаемый от использования дополнительной единицы ресурса (K или L).

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L(\Delta K)},$$

где ΔTP – прирост продукта; ΔL – прирост труда; ΔK – прирост капитала.

Подобно среднему продукту объем предельного продукта сначала растёт, затем снижается (рис. 4.9). Он показывает предельную производительность ресурсов, т.е. прирост выпуска продукции от использования каждой дополнительной единицы использования ресурсов. Следовательно, дополнительные ресурсы постепенно становятся экономически невыгодными, т.е. общий объем продукции начинает сокращаться в силу действия закона убывающей отдачи.

Суть закона убывающей отдачи, или убывающей производительности факторов производства (затрат), состоит в том, что начиная с определенного момента дополнительное использование факторов производства ведет к снижению объема выпускаемой

продукции в целом. Дополнительные затраты (ресурсы) становятся менее производительными, приносят меньшую отдачу – количество производимой продукции сокращается.

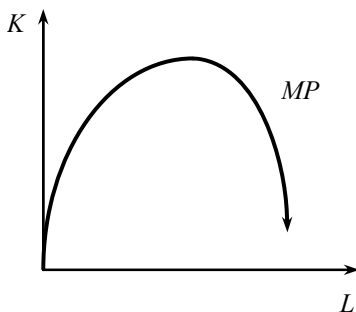


Рис. 4.9. Предельный продукт

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

Этот закон был положен в основу выводов английского экономиста Т. Мальтуса (1766–1834 гг.). Он утверждал, что обрабатываемая земля на земном шаре будет со временем неспособна обеспечить продовольствием в достаточном количестве население по мере его роста. Поэтому и предполагал, что при этом производительность труда снизится и наступит массовый голод, что население будет вымирать, так как оно будет расти в геометрической прогрессии, а продукты питания – в арифметической. Т. Мальтус всячески поддерживал войны, голод, болезни, стихийные бедствия, так как они сокращают численность населения и, следовательно, являются благом для человечества.

С использованием технологических усовершенствований (новая технология, новые машины, новое сырье и т.д.) объем производства увеличивается. Следовательно, в рамках подобного подхода не учитывался рост производительности труда и НТП. Таким образом, указанный закон не является закономерностью. Он действует при накоплении факторов до критической точки, до этого увеличивающиеся факторы могут приносить возрастающий эффект. Ослабить действие этого закона можно благодаря НТП. Поскольку ресурсы ограничены и редки, они не могут обеспечить неограниченный выпуск экономических благ (товаров и услуг). Поэтому необходимо принимать решение о том, какие товары и услуги следует производить, а от каких отказаться. Экономика сталкивается с необходимостью выбора между альтернативными вариантами.

4.7. Кривая производственных возможностей. Производственная функция

Выбор вариантов направлений, способов распределения ограниченных ресурсов занимает одно из центральных мест в экономике. Выбор осуществляют все: потребители, предприниматели и государство (правительство). Выбор происходит с точки зрения *рационального поведения* людей – достижения максимальных результатов при имеющихся ограниченных ресурсах.

Проблему выбора демонстрирует *кривая производственных возможностей*. Производственные возможности – это возможности предприятия или общества по производству экономических благ при полном и эффективном использовании всех имеющихся ресурсов (производственного потенциала) – K , L , Z и предпринимательских способностей с учетом данного уровня техники и технологии. Кривая производственных возможностей характеризует возможный выпуск продукции. Она выражает отношение между набором факторов производства и максимальным объемом продукции. Продемонстрируем это на примере (табл. 4.3; рис. 4.10).

Таблица 4.3

Построение кривой производственных возможностей

Варианты	Товары, млн шт.	
	продовольственные	непродовольственные
<i>A</i>	15	0
<i>B</i>	14	1
<i>C</i>	12	2
<i>D</i>	9	3
<i>E</i>	5	4
<i>F</i>	0	5

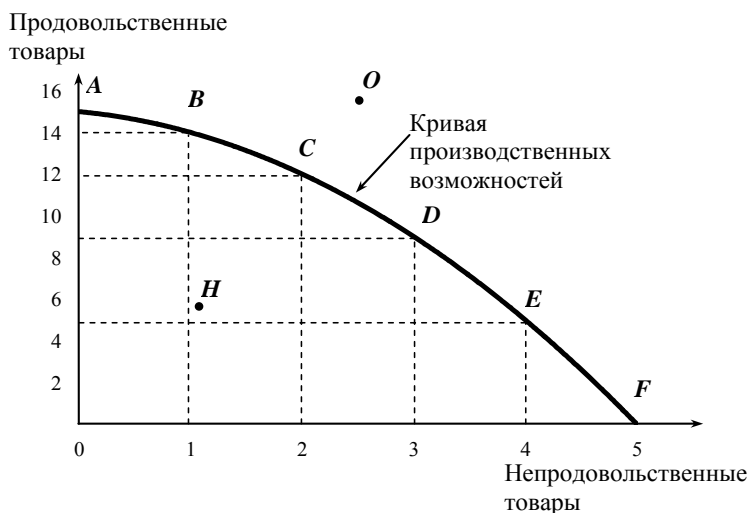


Рис. 4.10. Кривая производственных возможностей

В обществе производятся продовольственные и непродовольственные товары. Если общество использует все ресурсы для производства только продовольственных товаров, то это означает, что непродовольственные товары не производятся. Следовательно, продовольственные товары производятся в количестве 15 млн шт., непродовольственные — 0 шт. Если же производятся только непродовольственные товары — 5 млн шт., то продовольственных товаров будет производиться 0 шт.

При одновременном производстве этих благ возможны следующие сочетания на графике (15;0; 14;1; 12;2 и т.д.). Всякое

увеличение производства непродовольственных товаров сокращает производство продовольственных товаров, и наоборот.

Каждая точка A, B, C, D, E, F (эффективные точки) на кривой производственных возможностей есть максимальный объем производства двух продуктов при наиболее эффективном использовании всех имеющихся ресурсов и соответствующей технологии. Все точки показывают занятость трудовых ресурсов (нет безработицы) и максимальное их использование. Если же точка O находится за пределами кривой, то это значит, что она недоступна из-за ограниченности ресурсов и не позволяет производить данный объем продукции. Если хотим ее достичь, то следует увеличивать (купить) дополнительные ресурсы и изменить технологию производства. Точка H (неэффективная точка) означает, что не до конца используются возможности ресурсов, вследствие этого наблюдаются неполная занятость (безработица) и неполная загрузка производственных мощностей – недоиспользование ресурсов в целом.

Таким образом, реальная экономическая деятельность находится внутри площади, ограниченной кривой производственных возможностей. Переход с более низкого на более высокий уровень кривой производственных возможностей происходит в результате технических открытий, научных прорывов, увеличения капитальных вложений, разработки новых месторождений полезных ископаемых и т.д.

Следовательно, при условии ограниченности ресурсов увеличение производства одного товара достигается ценой снижения производства другого. На этом факте основывается понятие *альтернативные издержки* выбора, которые определяются количеством другого товара, от производства которого нужно отказаться, чтобы получить дополнительную единицу данного товара.

Затраты, связанные с производством товаров, именуются *издержками*. Издержки, обусловленные отказом от производства одного товара в пользу другого, называют *вменными* (или дополнительными).

Принцип эффективного распределения ресурсов получил название в экономической теории «Парето-эффективности» по

имени итальянского экономиста В. Парето: «Ресурсы используются полностью и увеличение выпуска какого-либо блага возможно при сокращении выпуска других».

В нашем примере количество продовольственных товаров, от которого следует отказаться, чтобы получить какое-то количество непродовольственных продуктов, – это *вмененные издержки* производства данного продукта, или количество одного блага, выраженное в другом благе, которым пришлось пожертвовать, есть *альтернативные (вмененные) издержки*, о чем будет сказано в главе «Теория издержек».

Издержки альтернативного выбора выступают в виде суммы полученной продукции и неполученных выгод по сравнению с производством другой продукции.

Между количеством произведенного продукта и количеством использованных на его получение факторов (ресурсов) производства имеется непосредственная функциональная зависимость, что выражается в производственной функции.

Производственная функция отражает технологическую зависимость между затратами ресурсов и выпуском продукции. Она может быть представлена следующим образом:

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

где Q – объем продукции; K, L – факторы производства; f – функция (зависимость).

Производственная функция была разработана в 1890 г. английским математиком А. Берри. Она описывает множество технически эффективных способов производства (технологий). Каждая технология характеризуется определенной комбинацией ресурсов, необходимых для получения единицы продукции.

Производственная функция графически изображается в виде *изокванты*. *Изокванта* – это кривая линии равного продукта, которая отражает различные варианты сочетания факторов (ресурсов) производства для выпуска одинакового (равного) объема продукта. Например, для производства одной машины используются следующие варианты сочетаний капитала (K) и труда (L) (табл. 4.4, рис. 4.11).

Таблица 4.4

Построение производственной функции

Варианты	Количество K , шт.	Количество L , шт.
A	15	3
B	9	4
C	6	5
D	4	9
E	3	15
F	2	25

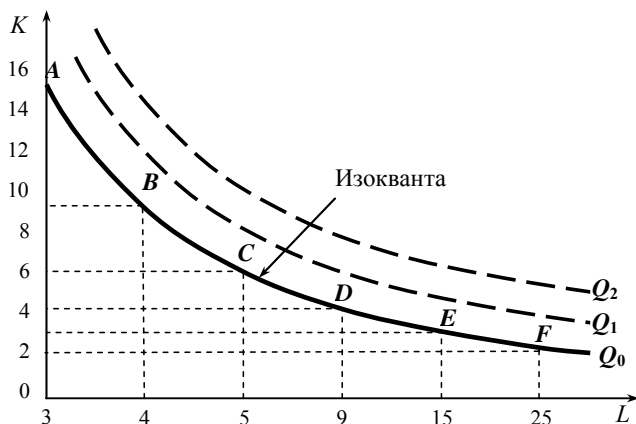


Рис. 4.11. Производственная функция. Изокванта

Полученная кривая Q_0 – есть геометрическое место точек (A, B, C, D, E, F), каждая из которых представляет одинаковый объем выпуска продукции (1 машина). При этом количество взаимодействующих факторов различное. Набор изоквант на графике ($Q_0, Q_1, Q_2 \dots$) есть *карта изоквант*, каждая из которых показывает максимальный выпуск продукции при использовании определенных сочетаний факторов производства с учетом фактора времени. Равновесие производителя обеспечивается тогда, когда он достигает максимума производства при имеющихся ресурсах. Здесь возможна замена одного фактора другим. Общий принцип замены: более дорогой фактор производства заменяется более дешевым в целях минимизации затрат и максимизации прибыли. Об уровне затрат ресурсов, о финансовых

возможностях фирмы для покупки и использования факторов производства (K , L) дает информацию *изокоста*. *Изокоста* – прямая линия, касающаяся изокванты. Она является прямой равных издержек (рис. 4.12).

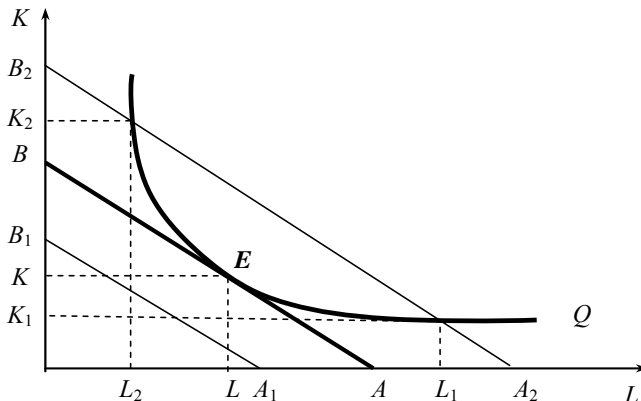


Рис. 4.12. Производственная функция. Изокоста

В точке E , где изокванта касается с изокостой, самые низкие издержки. Из трех изокост AB , A_1B_1 , A_2B_2 достичь объема продукции Q можно при затратах A_2B_2 с использованием K_2 и L_2 или K_1 и L_1 . Однако A_2B_2 больше минимальных издержек. Поэтому этот же объем продукции Q можно достичь более дешевым способом при затратах B , A за счет использования ресурсов K и L . В точке касания E самые минимальные издержки и максимальный объем продукции ($KE = LE$). Любое другое сочетание факторов обходится фирме дороже.

Издержки минимизируются в том случае, когда последующий рубль, затраченный на каждый ресурс, дает одинаковую отдачу – одинаковый предельный продукт, что обеспечивает равновесие производителя и выражается в законе наименьших издержек (правило).

Производство принято рассматривать в краткосрочном и долгосрочном периодах времени, в течение которых реализуется производственная функция.

Краткосрочным периодом считается такой промежуток времени, в течение которого предприятие (фирма) не может из-

менить свои производственные мощности. В этом периоде некоторые факторы (земля, оборудование) остаются фиксированными. Объем производства может быть изменен за счет привлечения дополнительных переменных факторов (труд, сырье). В одних отраслях краткосрочный период может длиться несколько лет, а в других – несколько месяцев.

Долгосрочный период – это период, достаточный для того, чтобы изменить количество всех занятых ресурсов, включая производственные мощности. Все факторы производства выступают в длительном периоде как переменные, т.е. они могут изменить свои размеры.

Производственную функцию можно рассматривать как функцию краткосрочного, так и функцию долгосрочного периода. Выпуск продукции можно рассматривать при изменениях факторов производства *во времени*, т.е. как набор изоквант (см. рис. 4.11).

Различие между краткосрочным и долгосрочным периодами достаточно нечетко и характеризует два вида управления: оперативного каждодневного и долгосрочного стратегического.

Производственная функция в краткосрочном периоде имеет следующий вид: $Q = f(L)$, а долгосрочного периода: $Q = f(L, K)$.

Американские экономисты – Ч. Кобба, П. Дуглас и Р. Солю – в 1920-х гг. на основе статистических исследований производства зерна за 100 лет определили вклад таких факторов производства, как труд и капитал, в общий прирост выпуска продукции. Они обнаружили, что увеличение затрат труда на один процент обеспечивает 3/4 прироста выпущенной продукции, а увеличение затрат капитала на один процент дает возможность получить 1/4 прироста выпущенной продукции. Формула такой зависимости названа производственной функцией Кобба–Дугласа $Q = AK^\alpha L^\beta$, где Q масса продукции; A – линейный коэффициент; α , β – коэффициенты эластичности объема производства по капиталу и труду. Они показывают вклад каждого из факторов в объеме выпускаемой продукции.

Указанные индексы (3/4 и 1/4) называли агрегатами, а зависимость между выпуском продукции и факторами производства вошла в жизнь под названием *агрегатной функции*

производства Дугласа и Солоу. Отсюда были сделаны рецепты экономического развития: «*вложения в человеческий капитал*» – труд – дают больший эффект, чем вложения в средства производства.

4.8. Показатели эффективности производства

Показателями эффективности производства являются производительность труда, трудоемкость, фондовооруженность, фондотдача, фондоемкость и другие.

Экономика оценивается по многим параметрам, но одним из главных считается количество произведенных товаров и услуг – экономических благ, а также то их количество, которое приходится на каждого жителя страны. По этому же принципу оценивается и деятельность предприятия (фирмы). Если различные экономики производят одинаковое количество благ, то их сравнивают по объему производственных ресурсов затрачиваемых на их производство. С этой целью используют показатель производительности фактора производства, который выполняет роль универсального показателя.

Увеличение производительности означает, что хозяйство:

- 1) производит большее количество товаров и услуг с тем же объемом используемых ресурсов;
- 2) производит такое же количество товаров и услуг с меньшим объемом используемых ресурсов;
- 3) имеют место 1-й и 2-й вариант одновременно.

Производительность фактора производства равна количеству произведенного продукта, приходящегося на единицу фактора:

$$P_f = \frac{TP_f}{F},$$

где TP_f – общее количество продукта, произведенного с использованием фактора производства; F – количество фактора производства.

Как правило, когда в межстрановых сравнениях используется показатель производительности, имеется в виду производительность труда.

Производительность труда (ПТ) – это плодотворность труда, определяемая количеством продукции, произведенной в единицу времени, или отношение количества продукции к количеству ресурсов, потребленных на создание данного количества продукции за определенный период времени. Следовательно, существуют несколько показателей измерения производительности:

- выпуск продукции на один отработанный или оплаченный час (по ставкам текущего или базового периода);
- выпуск продукции на одного занятого.

$$1) \text{ ПТ} = \frac{\text{Объем продукции}}{\text{Продолжительность рабочего времени (8 ч)}};$$

$$2) \text{ ПТ}_{\text{(нн одного занятого)}} = \frac{\text{Объем продукции}}{\text{Затраты живого труда}}.$$

При росте производительности труда доля живого труда падает, а доля средств производства возрастает. В целом должны сокращаться используемые ресурсы. Для ее роста решающую роль играет НТП. При этом стоимость единицы продукта снижается (если за 8 ч производится 8 изделий, то при 16 изделиях время на производство одного изделия сокращается в 2 раза).

Наиболее распространенным является следующий показатель производительности труда:

$$\begin{aligned} \text{ПТ} &= \frac{\text{Стоимость произведенной продукции в сопоставимых ценах, тыс.р.}}{\text{Количество отработанных рабочими чел. – дн.}} = \\ &= \frac{15\,000}{5} = 3000 \text{ р./чел. - дн.} \end{aligned}$$

На производительность труда влияют НТП, эффективное использование факторов производства, степень квалификации работников, природные условия и т.д.

Увеличение производительности может помочь решить проблему ограниченности ресурсов, но только отчасти. Ведь, если ресурс привлечен для производства какого-либо продукта, он уже не может быть использован для производства другого. Как правило, когда производительность в той или иной отрасли увеличивается, производственные ресурсы устремляются туда.

Владельцы ресурсов получают в этом случае большую выгоду. Тем самым, рост производительности всегда сопровождается увеличением альтернативной стоимости производства.

Трудоемкость – обратная величина производительности труда (интенсивность труда):

$$\text{Трудоемкость} = \frac{\text{Затраты живого труда}}{\text{Объем продукции}}.$$

Интенсивность труда также является фактором повышения эффективности производства. Она при этом предполагает напряженность труда, т.е. затраты рабочей силы на единицу продукции в единицу времени. Интенсивность труда возрастает с увеличением скорости движения станков и т.д. Если рост продукции связан с повышением интенсивности труда, то стоимость единицы продукции остается постоянной (8 ч = 16 ч).

В настоящий момент, в условиях НТР, расход физической энергии (живого труда) снижается, но повышаются затраты умственной и нервной энергии, что связано с автоматизацией и компьютеризацией производства. Высокий уровень интенсивности труда равнозначен увеличению рабочего дня.

Фондовооруженность ($\Phi_{\text{в}}$) характеризует степень оснащенности работников средствами труда. Она определяется как отношение стоимости основных средств предприятия к средней годовой списочной численности работников:

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{\Phi_{\text{осн}}}{T_{\text{р}}},$$

где $\Phi_{\text{осн}}$ – стоимость основных фондов; $T_{\text{р}}$ – среднее число работников.

Рост фондовооруженности труда – один из важнейших факторов повышения производительности труда, чему способствуют механизация и автоматизация производственных процессов, техническое переоснащение предприятий на новейшей технической основе.

Одним из наиболее важных обобщающих показателей использования основных фондов предприятия является *фондоотдача* ($\Phi_{\text{о}}$), определяемая по формуле:

$$\Phi_o = \frac{\Pi}{\Phi_{\text{осн}}},$$

где Π – выпуск продукции; $\Phi_{\text{осн}}$ – стоимость основных фондов за год.

Отдача основных фондов зависит от продолжительности их работы в течение суток (коэффициента смежности работы оборудования). Совершенствование основных фондов, непрерывный рост их отдачи – важнейшие пути интенсификации производства, роста его эффективности.

Фондоёмкость, как обратный показатель фондоотдачи, характеризует стоимость основных фондов, приходящихся на один рубль продукции.

4.9. Воспроизводство, его уровни, виды и типы

Систематическое, непрерывное возобновление производства или повторение производства есть *воспроизводство*.

Полноценная жизнедеятельность общества обеспечивается нормальным и целостным воспроизводственным процессом. В ходе него производятся и возобновляются необходимые обществу блага и все используемые для производства и потребления ресурсы земли, природы, труда и капитала. Когда они возобновляются в прежнем объеме, это – **простое** воспроизводство. Если в меньшем, чем прежний объем, это – **неполное** воспроизводство. Если больше, чем прежний объем, это – **расширенное** производство.

Воспроизводство проходит четыре стадии: производство, распределение, потребление и обмен. Они не изолированы, взаимосвязаны (рис. 4.13).

Производство – источник существования человечества. Оно является исходным пунктом воспроизводства, где создаются материальные блага и с которого начинается его движение.

Распределение предполагает размещение факторов производства по сферам, отраслям, предприятиям и домохозяйствам, а также распределение созданного продукта. Неправильная организация распределения может сдерживать производство или наоборот.

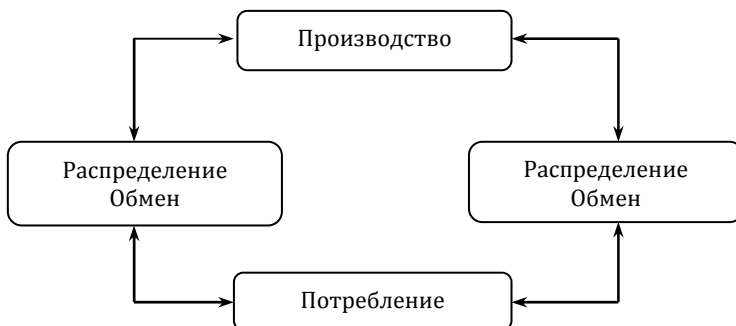


Рис. 4.13. Стадии воспроизводства

Обмен – это купля-продажа товаров и услуг. Хорошо налаженный обмен обеспечивает непрерывность и согласованность производства. Распределение и обмен образуют сферу реализации.

Потребление – это конечная цель производства, является его движущим мотивом. Оно диктует заказ производству, определяет объем, структуру, качество продукта.

Национальный рынок организован дихотомически, т.е. состоит из двух взаимозависимых и соподчиненных частей: рынка потребительских товаров и услуг; рынка факторов производства.

Систематическое возобновление производства предполагает воспроизводство факторов (ресурсов) производства, производительных сил, экономических связей между людьми, среды обитания человека. Причем факторы производства должны быть строго в определенных пропорциях (количествах). Их нарушение неизбежно ведет к сбоям в производстве, снижая его эффективность.

Различают два вида воспроизводства: простое и расширенное.

Простое воспроизводство – это возобновление процесса производства из года в год в неизменных размерах. При этом размеры произведенного блага, а также его качество остаются постоянными. Неизменными остаются факторы производства. Весь созданный прибавочный (дополнительный) продукт используется на личное потребление.

Расширенное воспроизводство – это возобновление процесса производства в увеличившихся размерах, характеризующееся постоянным увеличением размеров производимого продукта и улуч-

шения качества продукции. При этом соответственно увеличиваются и факторы производства, но с иными темпами, нежели возрастает объем продукции. Для расширенного воспроизводства необходимы дополнительные и качественные ресурсы. Их источником служит прибавочный (дополнительный) продукт. Следовательно, часть прибавочного продукта поступает на накопление (расширение), другая часть – на личное потребление.

Марксистская теория воспроизводства рассматривает производство как процесс, состоящий из двух подразделений (I и II).

К I подразделению относятся отрасли и производства, выпускающие средства производства (тяжелая промышленность, строительство, машиностроение и т.д.). *Во II подразделение* входят отрасли и производства, выпускающие предметы личного потребления (легкая и пищевая промышленность, хлебозаводы, кондитерские фабрики и т.д.).

Воспроизводство предполагает постоянный обмен (куплю-продажу) результатами работы между двумя подразделениями. При *простом воспроизводстве* должны соблюдаться следующие условия:

1. Продукция I подразделения должна равняться фонду возмещения I и II подразделений: $I (C + V + m) = II C + I C$. Так, продукция I подразделения составляет 6000 ед. В его производстве участвуют постоянный капитал (C) – 4000 ед. и переменный капитал (V) – 1000 ед., который создает прибавочный продукт (m) в пропорции 1:1, т.е. 1000 ед. В производстве продукции II подразделения – 3000 ед. – участвуют 2000 ед. постоянно-го (C) и 500 ед. переменного (V) капитала (труда). При этом прибавочный продукт создается в размере, равном величине переменного капитала, – 500 ед. Пример:

$$\left. \begin{array}{l} I \ 4000 \ C + 1000 \ V + 1000 \ m = 6000 \text{ ед. } 9000 \text{ ед.} \\ II \ 2000 \ C + 500 \ V + 500 \ m = 3000 \text{ ед.} \end{array} \right\} \begin{array}{l} \text{общественного} \\ \text{продукта.} \end{array}$$

Такое условие предполагает, что подразделения успешно обмениваются результатами своей деятельности.

2. Продукция II подразделения должна равняться части продукции I и II подразделений, т.е. вновь созданной стоимости этих подразделений:

$$II (C + V + m) = I (V + m) + (V + m).$$

3. Часть продукции I подразделения (вновь созданная стоимость) должна равняться фонду возмещения II подразделения:

$$I(V + m) = II C.$$

При расширенном воспроизводстве должны соблюдаться такие условия:

1. Продукция I подразделения должна быть больше фонда возмещения I и II подразделений:

$$I(C + V + m) > I C + II C.$$

2. Продукция II подразделения должна быть меньше вновь созданной стоимости I и II подразделений:

$$II(C + V + m) < I(V + m) + II(V + m).$$

3. Часть продукции I подразделения (вновь созданная стоимость) всегда больше фонда возмещения II подразделения:

$$I(V + m) > II C.$$

Соблюдение этих условий воспроизводства исключительно важно для дальнейшего экономического роста. Оно способствует успешному решению социально-экономических проблем и проблем окружающей среды.

Существуют два типа расширенного воспроизводства – экстенсивный и интенсивный.

Экстенсивное воспроизводство осуществляется за счет дополнительных факторов производства на старой технической основе; *интенсивное* – на основе совершенствования факторов производства и роста производительности труда.

Необходимость осуществлять интенсивный тип воспроизводства за счет качественных факторов экономического роста требует постоянного повышения квалификации работников, качества продукции, экономии ресурсов и т.д.

Выводы

1. Экономика в широком смысле – совокупность сфер, отраслей и видов производства народного хозяйства страны – является экономическим базисом общества. В силу общественного разделения труда различают следующие уровни экономики: экономика секторов народного хозяйства (сектор промышленности, сектор сельского хозяйства, сектор транспорта, связи и др.); экономика отраслей народного хозяйства (легкой про-

мышленности, пищевой промышленности, машиностроения и др.); региональная экономика (отдельных областей, краев, республик); экономика предприятия (фирмы); экономика домохозяйства (населения).

Функционирование экономики включает в себя четыре фазы (стадии): производство, распределение, обмен и потребление.

2. Производство – это процесс создания жизненных благ и услуг, выступает основой жизни человеческого общества. Оно предполагает постоянное взаимодействие производственных отношений и производительных сил. Они должны соответствовать друг другу. Производство бывает материальное и нематериальное.

3. Производству присущи такие составляющие: разделение труда, специализация, кооперация, обобществление труда. Разделение труда – существование различных видов общественного труда (промышленный, сельскохозяйственный и др.). Выделяют три уровня разделения труда: единичный – внутри предприятия, частный – между предприятиями, общий – в масштабе общества (умственный и физический, ручной, машинный и т.д.). Специализация труда – труд по выпуску однородной продукции; кооперация – взаимозависимость специализированных производителей; обобществление труда – объединение производителей в процессе производства.

4. Потребности – желание людей иметь какие-либо блага, которые удовлетворяют их потребности, что выражается в законе «возвышения потребности». Потребности бывают первичные – самые насущные нужды человека (питание, одежда, обувь и т.д.); вторичные – удовлетворяются после первичных потребностей (кино, театр, спорт и т.д.).

5. Экономический интерес – форма проявления потребностей. Он реализуется в определенном количестве материальных и нематериальных благ.

6. Благо – это все то, что способно удовлетворять повседневные жизненные потребности людей. Благо в вещественной форме называют продуктом, в условиях рынка – товаром. Различают неэкономические и экономические блага. В основе такого деления лежит принцип редкости. Неэкономические блага – блага, имеющиеся в неограниченном количестве и всем доступные. Они не являются объектами купли-продажи (воздух, вода и т.д.). Экономические блага – редкие блага, доступ к ним ограничен. Они обладают признаками ценности и распределяются путем купли-продажи, принимая форму товара или услуги.

7. В экономике под ресурсами подразумевается все, что используется в процессе производства товара и услуг. Ресурсы бывают неэкономические, которые в избытке (энергия ветра, солнечные лучи и т.д.), и экономические – ресурсы с точки зрения ограничения и редкости (материальные, природные, трудовые и т.д.).

8. Факторы производства – это ресурсы, приведенные в действие, т.е. в рамках производства ресурсы превращаются в факторы производ-

ства. Так, уголь, нефть, руда в недрах земли – это ресурсы, а после их добычи они становятся факторами производства.

9. Различают четыре агрегированные группы факторов производства: капитал (К), труд (L), землю (Z), предпринимательские способности (ПС). К капиталу (К) относят материальные, финансовые и информационные ресурсы. К труду (L) относятся трудовые ресурсы. К предпринимательским способностям – интеллект, талант, способность рисковать, внедрять новшество и т.д.

10. По перенесению стоимости капитала на готовый продукт или услугу различают основной и оборотный капитал. Основной капитал – капитал материализованный в средствах труда (зданиях, сооружениях, станках и т.д.), служащий в течение долгого времени и переносящий свою стоимость на готовый продукт по частям в виде амортизационных отчислений. Оборотный капитал – другая часть капитала, включающая продукты труда (сырье, материалы, энергию и т.д.).

11. Амортизация – процесс постоянного перенесения стоимости основного капитала по мере его износа на производственную продукцию и использование этой стоимости для последующего воспроизводства основного капитала.

12. Износ бывает физическим, в результате которого основной капитал становится непригодным для дальнейшей эксплуатации, и моральный – в результате старения основного капитала под воздействием НТП. Физический и моральный износ учитываются в норме амортизации.

13. Различают кругооборот и оборот капитала. Кругооборот капитала – это движение капитала от начала авансирования его в денежной форме до его возвращения по частям собственнику в денежной форме. Оборот капитала – это кругооборот, постоянно повторяющийся от начала авансирования капитала до его полного возвращения в денежной форме с возросшей стоимостью.

14. С учетом факторов производства в создании продукта различают следующие виды продукта: общий, средний и предельный.

Общий продукт (ТР) – суммарный продукт от использования одного фактора при неизменных других факторах производства; средний продукт (АР) – объем продукции от использования одной единицы каждого фактора производства; предельный продукт (МР) – это дополнительный продукт от использования дополнительной единицы фактора производства.

15. Воспроизводство – это систематическое возобновление производства или повторение производства. Оно бывает простым и расширенным.

Вопросы для самопроверки

1. Есть ли отличие между трудом и рабочей силой?
2. Объясните суть закона убывающей отдачи, или убывающей производительности затрат (факторов).
3. Что такое кривая производственных возможностей?
4. Охарактеризуйте типы воспроизводства.
5. Сущность производственной функции и в чем она выражается?
6. Что такое изокванта и карта изокванты?
7. Объясните понятие «изокванта».
8. Как исчисляются производительность и интенсивность труда, фондовооруженность, фондоотдача и фондоёмкость?
9. Какова роль экономических агентов в хозяйственной деятельности?
10. Что Вы понимаете под экстенсивным и интенсивным воспроизводством?

Понятия

Экономика • Производство • Воспроизводство • Общественное разделение труда • Специализация • Кооперация • Обобществление труда • Потребности • Насыщаемые и ненасыщаемые потребности • Экономический интерес • Благо • Неэкономические и экономические блага • Частное благо • Коллективное благо • Неэкономические и экономические ресурсы • Материальные ресурсы • Природные ресурсы • Трудовые ресурсы • Информационные ресурсы • Капитал (К) • Труд (L) • Земля (Z) • Предпринимательские способности (ПС) • Человеческий капитал • Интеллектуальный капитал • Основной капитал • Оборотный капитал • Амортизация • Амортизационные отчисления • Амортизационный фонд • Физический износ • Моральный износ • Кругооборот капитала • Оборот капитала • Время производства • Время обращения • Общий продукт • Средний продукт • Предельный продукт • Закон убывающей отдачи • Проблема выбора • Производственная функция • Кривая производственных возможностей • Изокванта • Карта изоквант • Изокоста • Производительность труда • Интенсивность труда • Фондовооруженность • Фондоотдача • Фондоёмкость • Экономические агенты • Воспроизводство • Простое воспроизводство • Расширенное воспроизводство • Экстенсивное воспроизводство • Интенсивное воспроизводство

Раздел II

МИКРОЭКОНОМИКА

Глава 5. ТОВАР И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Глава 6. РЫНОК – ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Глава 7. СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЭЛАСТИЧНОСТЬ

Глава 8. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ФИРМА

Глава 9. ИЗДЕРЖКИ: ИХ ВИДЫ И СТРУКТУРА

Глава 10. ДОХОД И ЕГО ФОРМЫ

Глава 11. РЫНОК ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Глава 5

ТОВАР И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

5.1. Натуральное хозяйство.

Товарное производство и его виды

Развитие экономических процессов и явлений происходит в определенных экономических формах хозяйствования. Существует *два типа* хозяйствования: *натуральное хозяйство и товарное производство*.

Натуральное хозяйство – это такое хозяйство, продукты которого предназначаются для удовлетворения собственных потребностей производителя и поступают к нему путем прямого распределения, т.е. сразу после производства. Следовательно, купля-продажа продуктов отсутствует. При этом потребление продуктов зачастую совпадает с их производством.

Иными словами, при натуральном хозяйстве общественный продукт образует *фонд жизненных средств* для самого производителя: средства производства и средства потребления используются для текущего потребления и запасов. Непосредственный производитель владеет средствами производства, необходимыми для процесса труда и производства средств существования.

Натуральное хозяйство в докапиталистических хозяйствах представляло собой замкнутое хозяйство, в котором изготавливалось все необходимое для существования человека (от пищи, обуви, одежды до сохи и построек). К ним относятся рабовладельческие, феодальные поместья, основанные на прямом присвоении труда рабов и крепостных крестьян, а также крестьянские хозяйства.

При натуральном хозяйстве отсутствуют экономические связи между производителями продуктов: рабочая сила жестко закреплена за хозяйством (поместьем, общиной и т.д.). При этом уровень производительных сил крайне низок, так как данное хозяйство базируется в основном на ручных орудиях труда.

В современных условиях примеры натурального хозяйства можно встретить в некоторых странах Азии и Латинской Америки. В развитых странах натуральные хозяйства существуют в виде семейных, фермерских (крестьянских), домашних и других хозяйств, где потребности в продуктах питания полностью удовлетворяются собственным производством.

Противоположностью натуральному хозяйству является *товарное производство*.

Товарное производство – это такое хозяйство, продукты которого производятся специализированными обособленными производителями и поступают в потребление посредством обмена на рынке. Вытеснение натурального хозяйства товарным производством осуществляется в процессе втягивания производителей продуктов в товарообмен, в акты купли-продажи. Причинами возникновения и существования товарного производства являются:

– *общественное разделение труда*, т.е. сосуществование различных видов труда (производства): от сельского хозяйства (земледелия) отделяется ремесло, на базе которого формируется промышленность. Промышленность, в свою очередь, распадается на различные отрасли и производства: пищевую, текстильную, машиностроение и т.д. Между ними осуществляется обмен результатами их деятельности, т.е. произведенные продукты обмениваются в форме товаров;

– *экономическое обособление производителей* друг от друга как собственников факторов производства (ресурсов) и результатов производства. Это, по существу, означает специализацию производителей. Каждый из них осуществляет производство отдельных продуктов, что обеспечивает выгоду, т.е. происходит экономия затрат и создается больший объем продукции с меньшими затратами. Связь между производителями осуществляется в товарной форме.

Становление товарного производства, прежде всего, связано с уровнем развития производительных сил общества. Его появление знаменует зарождение нового производства – *капиталистического товарного производства*, т.е. капитализма и рынка, которые способствовали экономическому прогрессу общества на определенной стадии его развития. Однако следует отме-

тить, что товарное производство возникло в условиях разложения первобытного строя и сопровождало человеческое общество до сегодняшних дней, но до капитализма не носило всеобщего характера. *Всеобщий характер* товарного производства состоит в том, что только при капитализме созданные блага и сама рабочая сила человека становятся товаром. При капитализме все продается и покупается.

Различают *два вида* товарного производства: простое и капиталистическое.

Простое товарное производство – это такое хозяйство, в котором продукты производятся для обмена самостоятельными мелкими производителями (ремесленниками, кустарями, крестьянами и т.д.) в целях удовлетворения своих потребностей. Его развитие ведет к поляризации товаропроизводителей: одни разоряются и становятся наемными работниками, а другие обогащаются, превращаясь в собственников факторов и результатов производства. Простое товарное производство является исходным пунктом возникновения и развития капиталистического товарного производства.

Капиталистическое товарное производство ведется капиталистами, использующими труд наемных работников (инженерно-технических работников, служащих и т.д.). При этом капиталист занимается организацией и управлением производства. Представители западной экономической школы (*маржинализма*), теории предельной полезности (А. Маршалл, Л. Вальрас) не признают наличия эксплуатации при создании товаров, утверждают, что в производстве товаров участвуют три равнозначных фактора: труд, капитал и земля.

Простому и капиталистическому товарному производству присущи *общие черты*:

- они однотипны, т.е. имеют одинаковую экономическую основу – частную собственность;
- оба хозяйства работают на рынок.

Различиями между ними являются:

- при простом товарном производстве все факторы производства принадлежат работникам, а при капиталистическом – работник лишен факторов производства;

– при простом товарном производстве трудится сам собственник факторов производства (лопаты, сохи, рабочей лошади и т.д.), а при капиталистическом – используется труд наемных работников;

– при простом товарном производстве рабочая сила не является товаром, а при капиталистическом – превращается в товар;

– при простом товарном производстве ремесленники и крестьяне производят продукты обособленно, в одиночку, а при капиталистическом – коллективно на заводах, фабриках.

Следовательно, они различаются по степени обобществления производства.

5.2. Товар и его составляющие. Теории стоимости

Результатом функционирования товарного производства является товар.

Товар (по Марксу) есть продукт труда, который удовлетворяет какую-либо потребность человека и производится не для собственного потребления, а для обмена.

Неоклассики отмечают, что *продукт* становится *товаром* лишь благодаря его *полезности* и *ценности*. Экономические блага распределяются между людьми через рынок, принимая форму товара. Следовательно, полезность и ценность экономического блага фиксируются только на рынке.

Следует отметить, что не всякая вещь (продукт) является товаром, а только та, которая изготовлена трудом человека. Например, лесные ягоды, грибы и т.д. превращаются в товар лишь после того, как их собрали, т.е. после осуществления определенных трудовых затрат (хотя они выросли без трудовых затрат).

Таким образом, *товар* – это вещь или услуга, созданная трудом, обладающая полезностью и ценностью и служащая для обмена на другие товары (продажа на рынке).

Исходя из вышесказанного следует, что любой товар обладает двумя свойствами: *потребительной стоимостью* и *меновой стоимостью*.

Потребительная стоимость – способность, полезность товара удовлетворить какие-либо человеческие потребности. Это свойства или качества товара, выступающие в вещественной форме. В этом едины и неоклассики.

Как потребительные стоимости товары делятся на предметы личного потребления, т.е. удовлетворяют потребности в пище (хлеб, мясо, масло и другие продовольственные товары), в одежде (пальто, костюм, плащ); предметы производственного потребления (инструменты, машины, станки).

Потребительную стоимость имеют и вещи, не созданные трудом: вода, плоды дикорастущих деревьев и растений. Следовательно, богатство общества состоит из множества потребительных стоимостей. Потребительная стоимость имеет исторический характер, т.е. полезность вещи обнаруживается людьми в результате исторического развития. Например, если сначала дерево использовалось для построек, то в настоящее время – для производства искусственных волокон, бумаги, спирта и т.д.

Продукт, созданный только для себя, обладает *индивидуальной* потребительной стоимостью, но в условиях рынка продукт предназначается в основном для потребления другими лицами. Следовательно, он становится *общественной потребительной стоимостью*, т.е. потребительной стоимостью для других.

Для того чтобы стать товаром, продукт кроме потребительной стоимости должен обладать и меновой стоимостью. *Меновая стоимость* – это свойство обмениваться, т.е. способность одного товара обмениваться на другой товар в определенных пропорциях и количественных соотношениях.

По Марксу, товары обмениваются друг на друга потому, что на их производство затрачен не индивидуальный, а общественный труд, определяемый средними условиями производства. Одна ручка, естественно, не обменивается на один автомобиль, так как израсходованы различные затраты труда.

Общественный труд (общественно необходимые затраты), воплощенный в товаре, есть *стоимость товара*. Одинаковые стоимости (общественно необходимые затраты) обмениваются друг на друга. Они эквивалентны и равноценны. *Стоимость* – это внутреннее свойство товара, а меновая стоимость – внешнее проявление стоимости посредством обмена одного товара на другой.

Стоимость, выраженная в деньгах, есть *цена* товара. Такой подход к товару основан на *теории стоимости*, представителями которой являются В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо, а также К. Маркс и Ф. Энгельс.

Разные товаропроизводители на производство одного и того же товара затрачивают неодинаковые количества труда, измеряемые рабочим временем (в часах). В результате товары имеют различные индивидуальные затраты труда, которые образуют их индивидуальные стоимости. Однако рыночная цена формируется не индивидуальными затратами, а *общественно необходимыми затратами труда* (ОНЗТ), или общественной стоимостью. ОНЗТ, по Марксу, это *общественно необходимое рабочее время*, которое требуется для изготовления товара при наличии общественно-нормальных условий производства и при среднем в данном обществе уровне умелости и интенсивности труда. Определение ОНЗТ показано в табл. 5.1. Те, у кого индивидуальные затраты (индивидуальная стоимость) составляют 8 ч, т.е. ниже ОНЗТ (общественной стоимости) – 10,2 ч, оказываются в выигрыше, и наоборот, те у кого этот показатель равен 12 ч, разоряются.

Таблица 5.1

Определение ОНЗТ

Товаро-производители	Объем производства, шт.	Затраты времени на производство единицы товара (индивидуальные затраты), ч
I	200	8
II	500	10
III	300	12
$\text{ОНЗТ} = \frac{(8 \times 200) + (10 \times 500) + (12 \times 300)}{200 + 500 + 300} = 10,2 \text{ ч.}$		

Конкуренцию могут выдержать те товаропроизводители, которые затрачивают на производство единицы товара меньше времени и обладают хорошо оснащенной техникой и технологией.

На величину стоимости товара влияют следующие факторы:

– *уровень производительности труда*. Чем он выше, тем меньше стоимость единицы товара, а стоимость всей продукции остается постоянной;

– *интенсивность труда*. Чем она выше, тем выше стоимость всей продукции, а стоимость единицы товара остается неизменной;

– *простой труд* – труд неквалифицированного работника, который можно выполнить без специальной подготовки; создает меньшую стоимость;

– *сложный труд* – труд, требующий затрат на обучение и создающий большую стоимость.

Экономическая теория доказала, а жизнь подтвердила, что трудовая теория стоимости является далеко не идеальной. Определение стоимости и цены только по затратам труда приводит к формированию затратного механизма хозяйствования в экономике. Это означает, что выгодным становится увеличение затрат на производство товаров.

Ошибочность Маркса заключается в том, что он отказывался от анализа первого свойства товара – потребительной стоимости. По Марксу, она не является предметом экономической теории. На практике именно потребительная стоимость влияет на поведение человека в общественном производстве и развитие экономики в целом.

По поводу стоимости экономисты разделились на два лагеря. Одни полагают, что источником стоимости блага является только труд (А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс, Ф. Энгельс, Дж. Робинсон и др.), другие считают, что источником стоимости (ценностью) может быть только полезность (Г. Госсен, Э. Бём-Баверк, Л. Вальрас и др.).

Согласно *неоклассической* теории (маржинализму), теории предельной полезности, происхождение стоимости и цены связано не с трудовыми затратами, а с *предельной полезностью* товаров (ценностью) и их *редкостью*.

Представители австрийской школы предельной полезности Карл Менгер (1840–1921 гг.), Эйген Бём-Баверк (1851–1914 гг.) считали, что по мере удовлетворения потребностей человека степень полезности товара падает. Отсюда делался вывод о том, что ценность товара определяется полезностью последнего (предельного) экземпляра, удовлетворяющего наименьшую потребность человека. Каждое последующее благо обладает меньшей полезностью.

стью, чем предыдущее. Полезность последней единицы товара, которая удовлетворяет наименьшую потребность, есть *предельная полезность*. Она является единственным источником стоимости.

А. Маршалл в конце XIX в. пришел к выводу о невозможности дальнейшего параллельного развития трудовой теории стоимости и теории предельной полезности. Он считал, что назначенная продавцом товара цена определяется издержками его производства, а устанавливаемая покупателями и продавцами рыночная цена зависит от полезности спроса и предложения. Он осуществил синтез трудовой теории стоимости с теорией предельной полезности и с теорией спроса и предложения, результатом чего явился знаменитый «Крест Маршалла» (рис. 5.1).

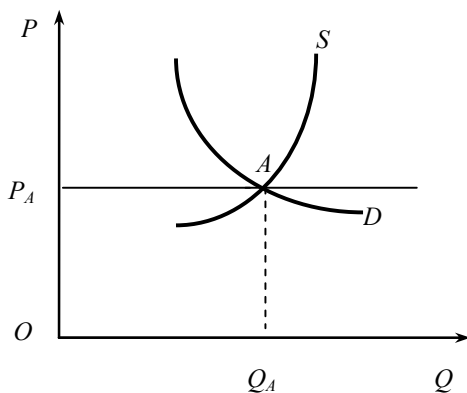


Рис. 5.1. «Крест Маршалла»

Два свойства товара (потребительная стоимость и стоимость) обусловлены двойственным характером труда, воплощенного в товаре. Это один из наиболее важных вопросов в трудовой теории стоимости. С одной стороны, труд является полезным, или конкретным. *Конкретный труд* – это труд в определенной полезной форме (труд столяра, пекаря, сапожника и т.д.). Результатом конкретного труда является конкретный товар: стол, хлеб, обувь и т.д. Он является источником потребительной стоимости товара.

С другой стороны, труд выступает общечеловеческим, или абстрактным. *Абстрактный труд* – «отвлеченный», т.е. труд

без конкретной формы, представляет собой совокупность физических и умственных способностей человека (мускулов, мозга, нервов и т.д.). Абстрактный труд является источником стоимости товара.

Таким образом, труд товаропроизводителя одновременно выступает как конкретный и как абстрактный труд. Чисто конкретного и чисто абстрактного труда не бывает, труд всегда представляет собой затраты физических и умственных способностей человека. Это означает, что в процессе конкретного труда каждый производитель затрачивает свои силы: физическую и умственную энергию. Условно абстрактный труд в чистом виде можно представить как труд учителя, экономиста, бухгалтера и т.д.

Двойственность труда выражается не только в том, что он является конкретным и абстрактным, но и в том, что он одновременно частный и общественный. Конкретный труд производителя в товарном производстве выступает как частный труд, так как он затрачивается исходя из интересов производителя. Товаропроизводитель выпускает ту продукцию, которая приносит ему на рынке выгоду. Но в то же время этот труд и общественный, поскольку товар производится для рынка, для удовлетворения потребностей других людей. Однако эта сторона труда скрыта, она проявляется только на рынке. Если товар продан, значит, действительно он нужен обществу.

Развитие товарного производства и превращение его в современное рыночное хозяйство осуществлялось на основе действия *закона стоимости*. Сущность закона стоимости состоит в том, что обмен товаров должен происходить в соответствии с количеством затраченного на их производство труда, т.е. по общественно необходимым затратам труда. Это объективный экономический закон товарного производства и товарного обращения.

Механизм действия закона стоимости основан на разнице между индивидуальной и общественной стоимостями товара. Цены товаров тяготеют к их стоимостям и колеблются вокруг них так, что чем более развито товарное производство, тем больше средние цены за продолжительные периоды времени совпадают со стоимостями.

Закон стоимости выполняет следующие *функции*:

– *регулятор цен*. Товаропроизводители постоянно должны следить за своими затратами, чтобы они не превышали общественно необходимые затраты, по которым формируется рыночная цена на тот или иной товар. В противном случае они могут разориться. А это вынуждает внедрять в производство новую технику и технологию, чтобы насытить рынок дешевыми продуктами;

– *стимулятор производства*. Он поощряет тех товаропроизводителей, которые постоянно увеличивают производство с меньшими затратами. Ресурсы поступают туда, где они эффективно используются и приносят дополнительную прибыль;

– *средство дифференциации товаропроизводителей*. Вследствие более высоких и низких индивидуальных затрат, чем общественно необходимые затраты на производство того или иного товара, происходит расслоение товаропроизводителей. Те, у кого индивидуальные затраты выше ОНЗТ, не выдерживают конкуренции и разоряются. Те, кто производит товары с затратами ниже общественного, обогащаются.

5.3. Полезность и её виды

Потребительское поведение – это процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары и услуги, определяющий развитие производства и предложение товаров и услуг на рынке с учетом цен и доходов населения.

Известно, что доходы оказывают прямое и непосредственное влияние на спрос, а цены – на количество покупаемых товаров и услуг. Это влияние прослеживается через потребительское поведение.

Потребитель – это заказчик товаров и услуг. Им может быть отдельный гражданин, семья, фирма, государство и т.д.

Каждый потребитель обладает самостоятельностью в выборе товара, т.е. обладает «суверенитетом» потребителя. Это право он может осуществлять в условиях свободы *потребительского выбора*. Потребительский выбор и потребительское поведение – взаимосвязанные категории. Другими словами, никто не должен

решать за потребителя, какие товары из предлагаемых на рынке ему приобретать, а какие – нет. Ограничение свободы потребительского выбора влияет на процесс производства товаров. Следствием его может быть дефицит одних товаров и избыток других. Главным ограничением для любого потребителя является размер его дохода. Поэтому потребитель выбирает товары и услуги, удовлетворяющие его потребности в рамках имеющихся доходов. Выбор должен быть *рациональным*, т.е. обеспечивать максимальный результат при ограниченных возможностях.

Главным движущим фактором потребительского поведения является *полезность* товара (U).

Термин «полезность» впервые был введен в научный оборот английским философом И. Бентамом (1748–1832 гг.). А. Смит провел различие между «ценностью» (полезностью) в потреблении и «ценностью» в обмене. У. Джевонс указал на связь между полезностью и ценой. Главным фактором потребительского выбора маржиналисты объявили полезность того или иного товара.

Полезность – это степень удовлетворения потребностей от использования какого-либо товара и услуги или набора товаров и услуг.

Неоклассики (австрийская школа) дали субъективную трактовку полезности, и она является общепризнанной в современной экономической теории. Каждый индивид по-своему оценивает то или иное благо: в зависимости от своих вкусов и предпочтений, от количества данного блага. Полезность – это суждение потребителя о благе.

Немецкий экономист и математик Г. Госсен (1810–1859 гг.) предложил теорию потребления, которая состоит из двух законов.

Первый закон Госсена первоначально получил название «закон насыщения потребностей», а затем – «закон убывающей предельной полезности». Он гласит, что по мере удовлетворения какой-либо потребности степень наслаждения падает и на известном пределе доходит до нуля в точке полного насыщения.

Второй закон Госсена утверждает, что при невозможности удовлетворить все потребности полностью для получения максимума наслаждений необходимо прекратить их удовлетворение на том уровне, на котором интенсивность наслаждений от по-

ребления стала одинаковой, т.е. максимум полезности потребитель получает от благ при условии равенства предельных полезностей всех потребленных благ.

Каждая последняя денежная единица, затраченная на приобретение каждого вида продуктов, принесет одинаковую предельную (добавочную) полезность.

Полезность субъективна. Полезность определенного продукта будет неодинаковой для разных людей. Она меняется с увеличением количества потребляемой продукции.

Максимальная полезность будет достигаться в точке С (рис. 5.2) от потребления 6 ед. блага. Данное количество товара (продукта) полностью удовлетворяет потребность. Если продолжать потреблять дальше (точка Д), то полезность будет отрицательной (вредно), а общая полезность будет снижаться.

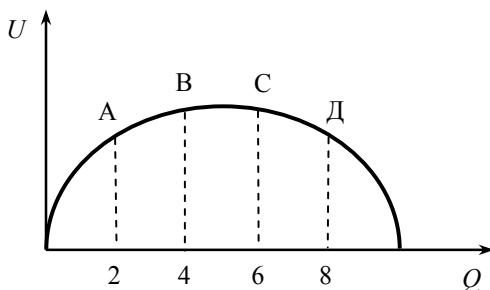


Рис. 5.2. График полезности

Различают общую и предельную полезность.

Общая полезность — это удовлетворение, получаемое от потребления определенного набора товаров или услуг. Она будет возрастать с приобретением дополнительной единицы товара или услуг. *Дополнительная единица* или каждая последующая единица образует понятие предельной полезности, т.е. приносит меньшую полезность, чем предыдущая. А это означает, что цена блага определяется не общей, а предельной полезностью.

Термин «*предельная полезность*» впервые был употреблен немецким экономистом Ф. Визером (1851–1926 гг.). Он соответствует термину «конечное использование». Предельная полезность вводится для точного определения процесса убывания по-

лезности товара или услуги. С ростом потребляемого количества товара предельная полезность каждой дополнительной единицы уменьшается, а общая полезность будет увеличиваться. На этой основе сформулирован *закон убывающей предельной полезности*. Суть его в том, что по мере увеличения количества потребляемого блага полезность каждой дополнительной единицы блага падает. Эффект снижающейся полезности прослеживается при покупке всех товаров.

Английский экономист У. Джевонс (1835–1882 гг.) в 1862 г. выдвинул концепцию предельной полезности и доказал, что именно предельная полезность, а не общая полезность имеет отношение к рыночной цене.

Как было отмечено выше, разница между общей полезностью товара и его рыночной ценой есть *потребительский излишек*. Эта разница возникает как результат действия закона убывающей предельной полезности. Все предыдущие единицы товара оцениваются выше, чем последняя. В итоге потребитель получает излишек полезности на всех предыдущих единицах товара, кроме последней. Следовательно, в теории потребительского поведения для принятия конкретных решений важна не полезность, а предельная полезность товара или услуги.

Разница между физической выгодой от реализации определенного количества товара и минимальной суммой, за которую производитель готов изготовить данное количество товара, есть *излишек производителя*.

Принцип максимизации полезности. Сущность этого принципа состоит в том, что полезность, полученная от последней денежной единицы, израсходованной на тот или иной товар, будет такой же, как и от израсходованных денег на потребление всего набора товаров. Иными словами, покупатель будет предъявлять спрос на товар до тех пор, пока предельная полезность в расчете на одну денежную единицу, израсходованную на один товар, не станет равной предельной полезности в расчете на денежную единицу, израсходованную на другой товар. Если обозначить предельную полезность единицы товара A через MP_A , а цену – P_A , предельную полезность еди-

ницы товара B через MI_B , а его цену – P_B , то вышесказанное можно выразить формулой

$$\frac{MI_A}{P_A} = \frac{MI_B}{P_B}.$$

Потребительское равновесие достигается тогда, когда предельные полезности определенных товаров равны их ценам. Общая полезность будет зависеть от дохода и цены, и она будет постоянной, т.е. не увеличится при данном доходе и цене.

Предельная полезность тем меньше, чем больше денег у потребителя. Если, например, цены двух благ A и B будут соответственно 10 и 5, то предельные полезности этих благ должны составлять соотношение 10:5:

$$\frac{MI_A}{P_A} = \frac{MI_B}{P_B} = \frac{10}{10} = \frac{5}{5}.$$

Уравнение может быть преобразовано следующим образом:

$$\frac{MI_A}{MI_B} = \frac{P_A}{P_B}.$$

Теория предельной полезности утверждает, что при покупке определенного количества товара не всегда происходит эквивалентный (равноценный) обмен. Довольно часто потребитель оказывается в выигрыше, называемом излишком потребителя.

В зависимости от способа *оценки* полезности и возможности ее измерения различают два направления теории полезности: кардинализм и ординализм.

Кардинализм. К этому направлению относятся А. Маршалл, Д. Робертсон и др. Они утверждали, что полезность можно выразить в денежных единицах. Для этого они ввели денежную единицу *ютиль* (с англ. – полезность).

Общая и предельная полезности, выражаемые в ютилях, показаны в табл. 5.2 и на рис. 5.3 и 5.4.

Как видно из табл. 5.2, если потребитель увеличивает количество посещений кино от 0 до 1, то общая полезность растет от 0 до 10, а предельная полезность составит также 10. Если же увеличить посещения от 1 до 2, то общая полезность увеличивается от 10 до 16, а предельная полезность будет равняться

6 ютилям (16–10). Общая полезность растет, но темпы этого роста все время снижаются. Это означает, что предельная полезность будет сокращаться. Этот факт свидетельствует о действии закона убывающей предельной полезности.

Таблица 5.2

Общая и предельная полезности

Количество потребляемого товара (посещение кино в месяц)	Общая полезность от посещения, ютилей в месяц	Предельная полезность, ютилей в месяц
0	0	—
1	10	10
2	16	6
3	19	3
4	20	1
5	20	0
6	18	–2

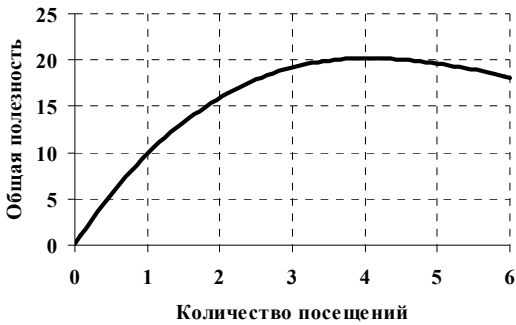


Рис. 5.3. Общая полезность

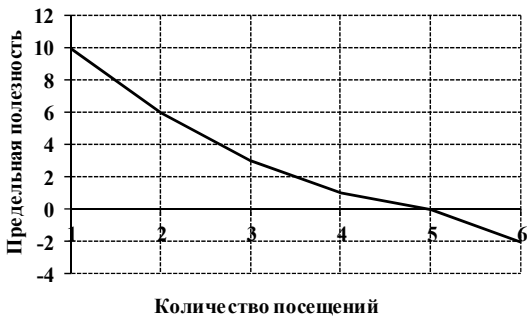


Рис. 5.4. Предельная полезность

Попытки кардиналистов решить вопрос об изменении предельных полезностей не имели успеха. В теории предельной полезности XX в. преобладающим стал ординалистский подход.

Ординализм (от нем. – порядок). Представителями этого направления являются Дж. Хикс, В. Парето, Ф. Эджуорт и др. Они доказывали, что полезность количественно невозможно измерить даже при наличии большого числа фактов. Это практически означало отказ от теории предельной полезности в ее первоначальном виде и переход к оценке предпочтений одних товаров по сравнению с другими.

Для определения полезности они предлагали сопоставить набор одних товаров с набором других товаров и выявить, какой группе товаров отдается предпочтение, т.е. какой товар наиболее полно отражает желание потребителя. В качестве орудия такого анализа были предложены «кривые безразличия», разработанные итальянским экономистом В. Парето в начале XX в. Первые шаги в этом направлении были сделаны российским экономистом Е. Слуцким (1880–1948 гг.). Окончательное оформление ординалистский подход получил в работе Р. Аллана (1906–1983 гг.) и Д. Хикса (1904–1989 гг.). Их исследования базируются на эффекте дохода и эффекте замещения.

Эффект дохода предполагает рост объема спроса на товар в связи со снижением цены на него. В результате этого часть дохода можно использовать для покупки дополнительных единиц данного или другого товара, т.е. увеличивается покупательский спрос на товары текущего потребления.

Эффект замещения – это изменение объема спроса на товар в связи с удорожанием товара, при котором потребитель заменяет этот товар на более дешевый аналогичный товар (сливочное масло на маргарин).

Для нормальных товаров действие эффектов дохода и замещения вызывает увеличение спроса при понижении цен и сокращение спроса при их повышении. Для худших (низких) товаров действие их различное: если эффект дохода выше, чем эффект замещения, то при увеличении цены растет потребление худшего товара (сахар больше покупаем, чем шоколадные конфеты). Если эффект замещения выше, чем эффект дохода, то

потребители будут покупать также худший товар (маргарин вместо сливочного масла).

При определенных обстоятельствах эффект дохода перевешивает эффект замещения и объем спроса растет при росте цены. Это составляет суть *парадокса Гиффена*. Английский экономист Р. Гиффен (1837–1910 гг.) наблюдал за бюджетом беднейших рабочих. В результате выявил, что хлеба потребляется больше, чем мяса. Это является примером социального неблагополучия в стране. Потребительское поведение при этом определяется уровнем дохода и цены на товар.

Дж. Хикс и П. Самуэльсон разработали шкалу предпочтений потребителей для измерения полезности с помощью кривых безразличия. Этот метод впервые был применен английским экономистом Ф. Эджуортом (1849–1926 гг.), а затем усовершенствован В. Парето.

5.4. Кривая безразличия

Заметим, что представленная выше функция полезности является одномерной. Она зависит только от одного параметра – количества единственного потребляемого блага. Но для решения задач потребительского выбора из нескольких благ необходимы более сложные модели. Лист бумаги позволяет использовать двумерные мысленные конструкции. Выбор потребителя в этом случае будет ограничен набором из двух благ. А функция полезности будет зависеть от двух параметров (пусть это будут товары X_1 и X_2). При этом все предпосылки и допущения рационального выбора сохраняются. То есть, если один из параметров не будет меняться, новая функция полезности по своим свойствам ничем не будет отличаться от уже рассмотренной функции $TU(Q)$ ¹.

Новая функция $U(X_1; X_2)$, построенная в координатах X_1 и X_2 , при заданном $U = \text{const}$, называется кривой безразличия. Ес-

¹ Добавление нового блага в качестве параметра, если он фиксирован, рассматривается как монотонное преобразование функции полезности:

$TU(X_1; X_2) |_{X_2 = \text{const}} = TU_1(Q) = a + b \times TU_0(Q)$, где a и b – константы.

ли таких кривых несколько, получается *карта кривых безразличия* (рис. 5.5).

Кривая безразличия – это совокупность потребительских наборов товаров и услуг, которые обеспечивают одинаковый уровень удовлетворения потребностей. Потребитель безразличен к набору товаров, которые удовлетворяют одинаковую потребность. Например, к празднику предлагают наборы детских подарков, состоящих из шоколада и апельсинов в различных вариантах:

	1-й набор	2-й набор	3-й набор	4-й набор
Шоколад, шт.	4	3	2	1
Апельсины, шт.	2	3	4	5

Данные наборы товаров имеют одинаковую полезность (равноценны). Соединив все точки, получаем линию равной полезности (JC) (рис. 5.5). Все наборы на кривой JC равноценны.

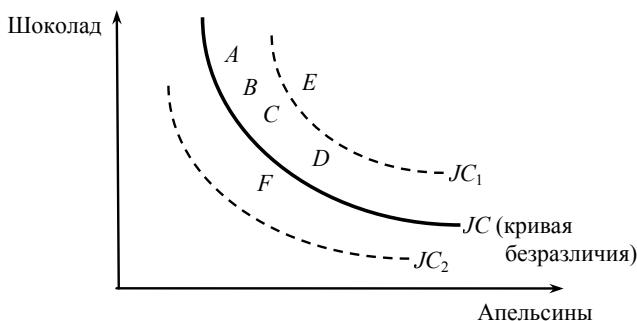


Рис. 5.5. Карта кривых безразличия

Совокупность кривых безразличия (JC , JC_1 , JC_2 ...) есть *карта безразличия*. При этом каждая кривая имеет свой уровень полезности (меньший F , больший E).

Основные черты, присущие кривым безразличия:

- кривая безразличия, лежащая выше и правее, более предпочтительна;
- кривые безразличия никогда не пересекаются и не касаются друг друга;
- кривая безразличия всегда имеет отрицательный наклон сверху вниз и вправо. Это означает, что уменьшение потребления одного товара можно компенсировать увеличением другого товара.

Кривые безразличия позволяют выявить потребительские предпочтения и возможность замены одного блага другим, но не показывают, какой набор товаров потребитель считает для себя наиболее выгодным.

Свойства кривых безразличия являются продолжением свойств одномерной функции полезности. Исходя из этого, перечислим их:

- Через каждую точку в координатной плоскости (X_1 ; X_2) можно провести одну и только одну линию безразличия. Кривые безразличия непрерывны и не пересекаются.

- Кривая безразличия может быть прямой линией, или линией вогнутой к началу координат. Но, кривые безразличия не могут быть выпуклы от начала координат и иметь положительный наклон.

- При фиксированном значении количества одного из благ, линии безразличия, расположенные правее или выше, соответствуют большему уровню полезности.

Карта кривых безразличия представляет собой графическую иллюстрацию неограниченности потребностей потребителя. Данные кривые можно рисовать, продолжая их до бесконечности (при условии, что выполняются предпосылки модели «экономического человека»). Значит, для того, чтобы в модели потребительского выбора была отражена основная проблема экономической теории, необходима иллюстрация и второй ее части – ограниченности ресурсов.

Рассматриваемая модель выбора предполагает, что весь набор доступных потребителю ресурсов сводится к денежным средствам в его кошельке и/или на счете в банке, что, все вместе, называют бюджетом потребителя. Кроме того, упрощенный вариант модели рассчитан для случая, когда потребитель действует в пространстве двух товаров.

Поведение потребителя в отношении набора товаров на рынке зависит от цены товара и его дохода. Это могут быть заработная плата, стипендия, выплаты в виде пенсий и пособий, предпринимательский доход и т.д. Каждый вид дохода имеет фиксированную для данного периода времени сумму денег, что составляет *бюджетное ограничение*, или количество товаров и услуг, которые могут быть приобретены на доходы потребителя.

Для определения доступных потребителю товарных наборов существует бюджетная линия (линия цен, линия расходов).

Сочетание двух или нескольких наборов товаров, которые могут быть приобретены при определенном размере дохода, есть *бюджетная линия*. Ее можно изобразить графически. Так, у потребителя имеется доход 12 тыс. р. При этом он на этот доход может купить различные варианты наборов товаров – пищи и одежды (12:0; 10:2; 7:5; 2:10; 0:12).

Перенеся эти данные на график (рис. 5.6), соединив точки их пересечения A , B , C , D , E , получим прямую линию, называемую *линией бюджетных ограничений*, или *бюджетной линией* (MN). Она показывает, какое количество пищи и одежды может приобрести потребитель, имея доход в 12 тыс. р. Если доход потребителя больше, то бюджетная линия может находиться выше исходной (MN) в точке E , если меньше, то ниже – в точке F .

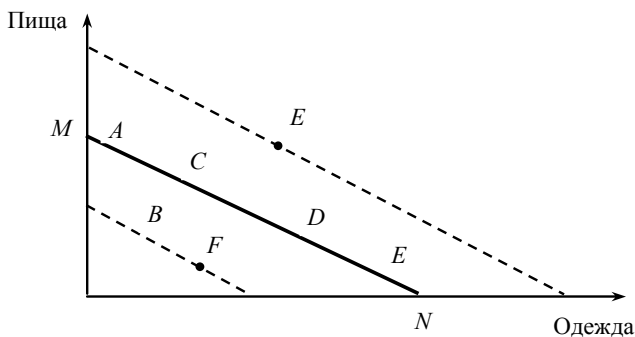


Рис. 5.6. Бюджетная линия

Отрицательный наклон бюджетной линии объясняется следующим соображением. Приобретая комбинации товаров, соответствующие точкам, лежащим на бюджетной линии, потребитель тратит весь свой бюджет. Значит, увеличение закупок того или иного товара возможно лишь в случае отказа от покупки некоторого количества другого товара.

В данной модели также можно выделить области возможного и невозможного. Бюджет позволяет приобрести те комбинации товаров, которые лежат в области возможного – левее и ниже

бюджетной линии. Те же комбинации, которые лежат выше и правее, потребителю недоступны.

Так как деньги являются универсальным товаром-посредником, они обеспечивают замещение одного товара другим в пропорциях, определяемых рыночными ценами. Заметим, что эти пропорции не имеют никакого отношения к предпочтениям и вкусам потребителя.

Нужно обратить внимание еще на один важный момент. В балансе доходов и расходов потребителя в левой части записана абсолютная величина его доходов – *номинальный* доход. Однако граница бюджетного ограничения задана *реальным* доходом.

Номинальный доход – сумма денежных единиц, получаемая в данный период.

Реальный доход – количество благ, которое потребитель может приобрести, потратив весь свой номинальный доход.

А реальный доход может быть изменен и без участия в этом самого потребителя. Если уменьшится цена товара X_1 , то крайняя правая точка бюджетной линии сместится вправо. Левая крайняя точка при этом останется на месте, т.е., на самом деле произойдет поворот бюджетной линии против часовой стрелки (рис. 5.7). В результате область возможного (выбора) увеличится.

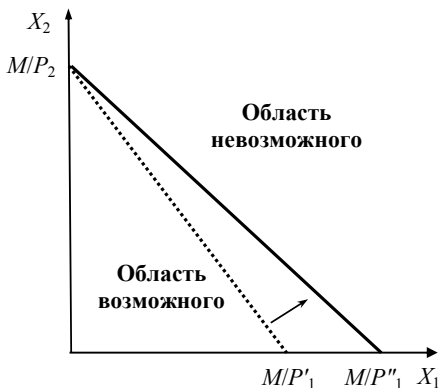


Рис. 5.7. Поворот линии бюджетного ограничения при снижении цены товара X_1

Область возможного увеличится еще больше, если снизятся цены двух товаров одновременно. И произойдет обратное, если

цены вырастут. Если изменение цен будет пропорциональным, бюджетная линия сместится в ту или иную сторону параллельно. Получается, что потребитель станет «богаче» при снижении цен и «беднее» при росте цен.

Если кривые безразличия показывают, что хочет приобрести потребитель, то бюджетные линии – то, что он может приобрести при данном доходе.

Обобщив накопленные к тому времени наблюдения, Д. Кейнс в 1936 г. сделал вывод о том, что «люди склонны, как правило, увеличивать свое потребление с ростом дохода, но не в той же мере, в какой растет доход» и предложил вид этой зависимости, которая получила название *кейнсианской функции потребления*:

$$C = C_a + c Y,$$

где C_a – автономный уровень потребления (не зависящий от уровня дохода); c – предельная склонность к потреблению; Y – величина дохода.

Для определения максимального уровня удовлетворения потребностей потребителя при данном доходе необходимо совместить бюджетную линию и кривую безразличия на одном графике (рис. 5.8). Это будет график потребительского выбора.

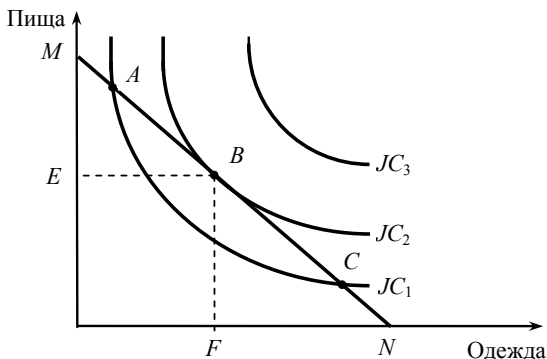


Рис. 5.8. График потребительского выбора

Область выше MN для потребителя является запретной, т.е. недостижимой, а ниже – менее предпочтительной.

Точки A , B , C достижимы для бюджета потребителя. Но потребитель из них выберет точку B , так как точки A и C находят-

ся ниже кривой JS_2 и приносят меньше удовлетворения, а в точке касания B бюджетной линии MN и кривой безразличия JS_2 обеспечивается максимальное удовлетворение потребителей. Выбор потребителя осуществляется именно в пределах единиц пищи E и единиц одежды F .

Другими словами, правило оптимального выбора потребителя утверждает, что потребитель не просто желает получить максимальную полезность, но стремиться достичь ее с минимальными затратами.

Таким образом, теория потребительского поведения может быть представлена в виде безразличия и бюджетной линии. Они позволяют правильно выбирать направления улучшения качества выпускаемых товаров и ориентируют на разработку новых товаров.

В заключение укажем, что цена блага соотносится с его предельной, а не общей полезностью. Это следует из правила максимизации полезности. Цена блага в нашем рассмотрении не менялась, но, в целях обобщения, можно абстрагироваться от предыдущих изменений цены и принять в расчет только цену последней единицы блага. Цену же, в свою очередь, можно считать обобщенным выражением всех затрат на получение блага. Тогда условие равновесия потребителя принимает вид общего принципа рационального принятия решений.

Выводы

1. История выделяет два типа хозяйствования: натуральное хозяйство и товарное производство. Натуральное хозяйство – это такое хозяйство, продукты которого предназначены для удовлетворения собственных потребностей производителя и поступают к нему сразу после производства. Товарное производство – это такое хозяйство, продукты которого производятся не для собственного потребления производителя, а для обмена на другие товары путем купли-продажи.

2. Различают два вида товарного производства: простое и капиталистическое. Простое товарное производство связано с мелкими товаропроизводителями (ремесленниками, крестьянами и т.д.). При этом продукты производятся для обмена в целях удовлетворения своих потребностей, а не для наживы. Капиталистическое товарное производство ведется капиталистами

(хозяевами) с использованием труда наемных работников в интересах получения прибыли (прибавочной стоимости).

3. По отношению к товару существуют два подхода: классический и неоклассический. Классики (К. Маркс, Ф. Энгельс и др.) товаром считают продукт труда, который удовлетворяет какую-либо потребность человека и производится не для собственного потребления, а для обмена. Неоклассики отмечают, что продукт труда становится товаром лишь благодаря его полезности и ценности, которые фиксируются на рынке. Товары имеют два свойства: потребительную полезность и стоимость (меновую стоимость). Стоимость и цена, по Марксу, создаются затратами труда. Согласно неоклассической теории происхождение стоимости и цены связано не с трудовыми затратами, а с предельной полезностью (ценностью) и их редкостью.

4. Два свойства товара обусловлены двумя видами труда: конкретным трудом, создающим потребительную стоимость, и абстрактным (общественным) – создающим стоимость товара. Товары, имеющие одинаковую стоимость, равноценны и эквивалентны, т.е. обмениваются друг на друга.

5. Современное рыночное хозяйство осуществляется на основе действия закона стоимости. Закон стоимости требует, чтобы обмен товаров происходил по общественно необходимым затратам труда (ОНЗТ). Потребительское поведение – это процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары и услуги, определяющий развитие производства и предложение товаров и услуг на рынке с учетом цен и доходов населения. Потребитель выбирает те товары и услуги, которые доставляют ему удовлетворение в рамках имеющихся доходов. При этом выбор должен быть рациональным, т.е. должен быть максимальный результат при ограниченных возможностях.

6. Главным движущим фактором потребительского поведения является полезность. Полезность – степень удовлетворения потребителей от использования какого-либо товара и услуги или набора товаров и услуг. Полезность является субъективной категорией: что полезно для одного человека, может быть абсолютно бесполезно для другого.

7. Существует «закон убывающей предельной полезности». Суть его в том, что по мере увеличения количества потребляемого блага полезность каждой дополнительной единицы блага падает. Такой эффект снижающейся полезности прослеживается по отношению ко всем товарам.

8. В зависимости от способа оценки полезности и возможности ее измерения образовались два направления теории полезности: кардинализм и ординализм. Кардинализм утверждает, что полезность можно выразить в денежных единицах, а ординализм отрицает и предлагает переходить к оценке предпочтений одних товаров по сравнению с другими. В качестве инструмента оценки кардиналисты предполагают «кривые безразличия». Кривые

безразличия, отражая предпочтения потребителя, определяют разные комбинации товаров, одинаково удовлетворяющие потребности покупателя.

9. Бюджетные ограничения есть количество товаров и услуг, которые могут быть приобретены на доходы потребителя. При этом каждый вид дохода имеет фиксированную для данного периода времени сумму денег.

Вопросы для самопроверки

- 1. Назовите типы хозяйствования, виды товарного производства, общие черты и различия между ними.*
- 2. Что такое продукт и товар?*
- 3. Какие свойства товара Вы знаете?*
- 4. Имеют ли стоимость дикорастущие плоды?*
- 5. Объясните сущность трудовой теории стоимости и теории предельной полезности.*
- 6. Что такое общественно необходимые затраты труда (ОНЗТ)?*
- 7. В чем выражается двойственность труда?*
- 8. Перечислите функции закона стоимости.*
- 9. Кем был впервые введен в научный оборот термин «полезность»?*
- 10. Раскройте сущность первого и второго законов Г. Госсена.*
- 11. Что такое общая и предельная полезность?*
- 12. Объясните суть закона «убывающей предельной полезности».*
- 13. Назовите представителей кардинализма и ординализма.*

Понятия

Натуральное хозяйство • Товарное производство • Общественное разделение труда • Экономическая обособленность производителей • Простое товарное производство • Капиталистическое товарное производство • Продукт • Товар • Потребительная стоимость • Стоимость (меновая стоимость) • Трудовая теория стоимости • Предельная полезность • Двойственность труда • Конкретный труд • Абстрактный труд • Общественно необходимые затраты труда (ОНЗТ) • Закон стоимости • Функции закона стоимости • Потребительское поведение • Полезность • Первый закон Госсена • Второй закон Госсена • Общая полезность • Предельная полезность • Закон убывающей предельной полезности • Кардинализм • Ординализм • Парадокс Гиффена • Кривая безразличия • Бюджетная линия • Бюджетное ограничение • Эффект дохода • Эффект замещения

Глава 6

РЫНОК – ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

6.1. Сущность рынка, его функции и структура

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

Первые признаки рынка, как места встречи продавцов и покупателей, появились еще в эпоху первобытного строя, когда общины начали обмениваться излишками своей продукции. В настоящее время такой обмен называется бартером.

С развитием ремесел и городов торговля расширялась, за такими рынками закреплялись определенные места – рыночные площади. Такое понимание рынка сохранилось и до наших дней как одно из значений этого понятия.

По мере углубления общественного разделения труда и развития товарного производства понятие «рынок» стало приобретать все более сложное толкование.

К. Макконнелл и С. Брю приводят следующее определение рынка: «Рынок – это институт, или механизм, сводящий вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) отдельных товаров и услуг».

В современной неоклассической экономической литературе используется определение, сформулированное французским экономистом А. Курно (1801–1877 гг.) и английским экономистом А. Маршаллом (1842–1924 гг.): «Рынок – это не какая-либо конкретная рыночная площадь, на которой продаются и покупаются предметы, а в целом всякий район, где сделки покупателей и продавцов друг с другом столь свободны, что цены на одни и те же товары имеют тенденцию легко и быстро выравниваться».

Английский экономист У. Джевонс (1835–1882 гг.) считал, что рынок представляет собой всякую группу людей, вступаю-

щих в тесные деловые отношения и заключающих сделки по поводу любого товара.

Таким образом, основополагающую характеристику рынка можно свести к следующему определению. *Рынок* – это система экономических отношений между хозяйствующими субъектами, которая базируется на меновых отношениях и платности всех товаров и услуг. Такое определение рынка позволяет избежать упрощенных и по своей сути неверных его трактовок. Под современным рынком не следует понимать ни место, где происходят торговые операции, хотя оно и называется рынком, ни торговлю как вид деятельности, связанный с куплей и продажей товаров. Когда говорят о рынке, то непременно подразумевают всю совокупность экономических отношений между хозяйствующими субъектами на принципе платности предоставляемых товаров и услуг. Современный рынок, оставаясь механизмом взаимодействия покупателей и продавцов, превратился в систему регулирования хозяйственной жизни (экономики).

Первоначально в обществе возник *простой рынок*. Это было при простом товарном производстве, когда обмен осуществлялся товарами повседневного спроса (пища, одежда, обувь, домашняя утварь).

С возникновением капитализма сфера рынка расширяется, при этом продаются и покупаются не только потребительские товары, но и средства производства, рабочая сила, ценные бумаги, научные разработки и т.д.

Наличие рынка предполагает необходимость существования *экономических субъектов рынка*. Их принято делить на три группы.

1. *Домохозяйства* – экономические единицы, представляющие собой одного или несколько человек. Они одновременно являются собственниками и поставщиками ресурсов. Главной их целью является максимальное удовлетворение своих потребностей. Сюда относятся владельцы относительно крупных, средних и мелких капиталов, земли и рабочей силы.

2. *Бизнес* – это предприятия, предприниматели, банки и другие деловые структуры, которые, используя ресурсы, производят продукцию, а затем поставляют ее на рынок продуктов с целью получения максимальной прибыли.

3. *Правительство (государство)* представлено государственными учреждениями и организациями, которые осуществляют юридическую и политическую власть в целях осуществления госрегулирования экономики в интересах социального обеспечения и социальной защиты населения, политической, социальной и экономической стабильности в обществе.

К условиям существования (функционирования) рынка относятся:

- экономическая самостоятельность субъектов в заключении сделок по поводу купли-продажи и в распоряжении своими доходами;
- наличие различных форм собственности и форм хозяйствования;
- формирование резерва факторов производства;
- наличие конкуренции;
- достоверная информация о рынке;
- право субъектов самим определять цены на свои товары и услуги;
- определенный избыток предложения над спросом;
- свободный вход на рынок и выход из него;
- наличие посреднических фирм, а также прямой связи между производителем и потребителем товаров и услуг.

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

– *ценообразующая*. Рынок устанавливает цены на рынке в соответствии с затратами общественно необходимого труда и законом спроса и предложения;

– *информационная*. Рынок дает сведения о количестве, качестве, ассортименте товаров и услуг. Это позволяет производителям постоянно корректировать свое производство с меняющимися условиями на рынке;

– *посредническая*. Рынок позволяет товаропроизводителям обмениваться результатами своей деятельности. Потребитель имеет возможность выбора оптимального продавца и наоборот – продавец выбирает наиболее подходящего покупателя;

– *регулирующая*. Эта функция является наиболее важной. Рынок дает ответ на вопросы: Что производить? Как произво-

дить? Для кого производить? Эту функцию выполняет конкуренция, являющаяся главной регулирующей силой на рынке.

– *стимулирующая*. Рынок заставляет производителей снижать затраты, а это возможно при внедрении достижений науки и техники, т.е. стимулирует НТП. Это ведет к появлению новых товаров и услуг для удовлетворения потребностей людей.

– *санитрующая*. Он очищает общественное производство от экономически слабых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и, наоборот, поощряет развитие эффективных и перспективных предприятий.

Рынок решает также проблемы уровня жизни, структуры и эффективности производства. Механизм рынка освобождает экономику от дефицита товаров и услуг, который противоречит экономическим интересам участников рынка. Расхождения между появлением потребности и ее удовлетворением возможны, но они носят временный характер. В результате повышается средний уровень устойчивости всей экономики страны.

Понятие рыночная структура предназначено для определения степени соревновательности, экономической свободы или, напротив, распространенности плановых методов управления на том или ином рынке. Традиционно для характеристики таких особенностей рынка используются понятие «уровень конкуренции» и его производные. Однако следует иметь в виду, что корневое понятие *конкурс* (забег) описывает такой вид состязания, которое не предусматривает тесного взаимодействия партнеров. Но в условиях современного рынка образование холдингов, картелей, финансово-промышленных групп, долгосрочных и краткосрочных альянсов стало весьма распространенным явлением.

Структура рынка представляет собой совокупность взаимосвязанных качественных и количественных соотношений между отдельными элементами рынка, характеризующая ее устойчивую определенность и обеспечивающая функционирование рынка. Это внутреннее расположение, порядок отдельных элементов рынка, их удельный вес в общем объеме рынка.

Рынок имеет сложную структуру. Его можно классифицировать:

– *по экономическому назначению*: рынок товаров и услуг, средств производства, научно-технических разработок, ценных

бумаг, рабочей силы (т.е. секторы рынка, образованные по критерию деловых отношений);

- *географическому (территориальному) положению*: межрегиональный, региональный, национальный, международный рынки. Их можно объединить в национальный (внутренний) рынок и мировой (внешний) рынок;

- *степени зрелости*: развитый, формирующийся, монопольный, олигопольный рынки;

- *правовому признаку*: легальный (официальный), нелегальный (запрещенный): «теневой», «черный» и «серый»;

- *отраслевому признаку*: автомобильный, нефтяной, сельскохозяйственный и т.д.;

- *характеру продаж*: оптовый и розничный.

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

Можно выделить следующие основные *виды рынков*:

- *рынки товаров и услуг*. В эту группу входят:

- рынки потребительских товаров (продовольственных и непродовольственных);

- рынки потребительских услуг (бытовых, транспортных, коммунальных);

- рынки жилья и зданий непроизводственного назначения;

- *рынки факторов производства*. В их состав входят:

- рынки капиталов;

- рынки труда (рабочей силы);

- рынки земли;

- *финансовые рынки*. К ним относятся:

- кредитные рынки;

- инвестиционные рынки;

- фондовые рынки (рынки ценных бумаг);

- валютно-денежные рынки;

- *рынки интеллектуального труда* (изобретения, произведения литературы и искусства, инновации, сертификаты, лицензии, ноу-хау – новые технические знания и т.д.).

Сегментация рынка представляет собой разделение потребителей данного товара на отдельные группы, предъявляющие к товару неодинаковые требования.

Сегмент рынка – это часть рынка, группа потребителей продуктов или предприятий, которые образуются на основе определенных общих признаков.

Сегментация может быть проведена разными путями с использованием раз личных признаков (факторов). Основными из них являются:

- *географические*: по регионам, административному делению (область, край, республика, город, район); плотности населения (город, пригород, сельская местность); климатическим условиям (континентальный, субтропический, морской);

- *демографические*: группировка населения по возрасту, полу, уровню дохода, уровню образования, религиозной принадлежности, национальному составу;

- *психологические*: по социальному составу, стилю жизни, личным качествам;

- *поведенческие*: приобретение товаров носит случайный характер в зависимости от степени нуждаемости в продуктах, эмоционального отношения к продукции.

Современный рынок является отражением смешанной экономики, которая регулируется государством с помощью налогообложения, антимонопольным законодательством, распределением госзаказов на конкурсной основе, созданием инфраструктуры рынка. Часть товаров, производимых на предприятиях, заранее обеспечивается гарантированным сбытом и поддержкой государственными финансовыми ресурсами. Свободного от государственного вмешательства рынка нет. В развитых странах регулирование экономики осуществляется путем управления госсобственностью, ценами, тарифами и т.д.

Характерная черта рынка – насыщенность его товарами массового производства с учетом платежеспособности покупателя, чему способствует конкуренция.

6.2. Конкуренция и монополия

Необходимым элементом рынка является конкуренция.

Конкуренция (от лат. *concurrere* – сталкиваться) – соперничество, экономическая борьба, состязательность между продавцами-производителями за право получения максимальной прибыли и между покупателями при покупке товаров за большую выгоду. Она способствует эффективному использованию ограниченных ресурсов. Ресурсы распределяются по отраслям и видам производства таким образом, чтобы продукция, полученная от этих ресурсов, приносила им прибыль. Конкуренция является регулирующей силой в условиях рынка. А. Смит назвал ее «невидимой рукой рынка».

Современная экономическая наука исходит из того, что понятия «конкуренция» и «соперничество» нетождественны.

Соперничество – действительное поведение агентов, направленное на завоевание лидирующего положения на рынке. Это сфера действий бизнесменов, предприятий, а не качественное характерное строение рынка. Оно принимает форму предложения новых товаров (услуг), улучшения качества, рекламы, продвижения товаров на рынок и др. Со стороны покупателей – поиски выгодных поставщиков, ценовые скидки, высокие цены на дефицитные товары.

Функциональная теория (Й. Шумпетер) определяет конкуренцию как борьбу старого с новым. Ведут ее предприятия, которые в ходе конкуренции обеспечивают:

- а) создание нового материального блага или прежнего блага с новыми качествами;
- б) введение нового способа производства;
- в) освоение нового рынка или расширение прежнего;
- г) использование нового вида сырья или полуфабрикатов;
- д) введение новой функции дела (например, монопольного положения).

Согласно функциональной концепции быть предпринимателем – делать не то и не так, что делают другие, как делают другие.

Предприниматель – «созидающий разрушитель». Ф. фон Хайек рассматривал конкуренцию еще шире – как «процедуру откры-

тия». Благодаря ценам и конкуренции скрытое становится явным. Процедура конкуренции «открывает», какие ресурсы в каком количестве нужно использовать, что, сколько, кому продавать.

Различают следующие *виды конкуренции*:

– *внутриотраслевая*. Она ведется между фирмами одной и той же отрасли за выгодные условия производства и сбыта продукции, за получение максимально высокой прибыли. В результате формируется рыночная цена. При этом разоряются те, у кого индивидуальные затраты выше, чем рыночная цена, а те, у кого затраты ниже общественно необходимых, – обогащаются. Она стимулирует снижение всех затрат, поощряет рост производительности труда, технический прогресс и повышение качества продукции;

– *межотраслевая*. Конкуренция ведется между товаропроизводителями различных отраслей за выгодное приложение капитала, за выгодное перераспределение прибыли. При этом нормы прибыли могут отличаться в различных отраслях или у разных предпринимателей.

До сих пор в экономической теории действует классификация, предложенная в 1934 г. немецким экономистом Г. фон Штакельбергом, где критерием оценки уровня конкуренции является число продавцов и покупателей (табл. 6.1).

Таблица 6.1

Классификация рынков по количеству и покупателям

Покупатели	Продавцы		
	один	несколько	много
Один	Двусторонняя монополия	Монопосония, ограниченная олигополией	Монопосония
Несколько	Монопосония, ограниченная олигополией	Олигополия, ограниченная олигопсонией	Олигопосония
Много	Монополия	Олигополия	Двусторонняя полиполия

В табл. 6.1 отсутствуют такие типы рынков, как *совершенная* и *монополистическая* конкуренция. Это объясняется тем, что только число покупателей и продавцов не может служить единственным критерием их классификации. Ведь и тот и другой рынок относятся к типу двусторонней полиполии. Но, если в

первом случае обращающийся на рынке товар однороден (каждая его единица имеет одинаковые характеристики), то во втором случае на рынке обращаются товары, являющиеся близкими заменителями друг друга. Следовательно, *взаимозаменяемость товаров* также следует включить в критерии классификации, если требуется ее расширить. Этот критерий можно оценить с помощью показателя ценовой перекрестной эластичности.

У экономических субъектов существует естественное желание к максимизации прибыли. Для этого есть средство – перефилировать свое дело или поменять акции одной отрасли на акции другой, более перспективной отрасли. Вследствие этого происходит перелив капитала и вместе с ним и рабочей силы из отрасли с низкой в отрасль с высокой нормой прибыли. Такая конкуренция стимулирует развитие наиболее перспективных, прибыльных отраслей;

– *совершенная конкуренция*. Она ведется на рынке, где взаимодействует большое количество производителей с однородной, стандартной продукцией;

– *несовершенная конкуренция*. Число производителей сокращается, они имеют возможность влиять на цену, продукция становится дифференцированной;

– *монополистическая конкуренция*. Выступает комбинацией двух видов конкуренции – совершенной и несовершенной. Она приходит на смену свободной конкуренции. Фирмы конкурируют между собой на основе внешнего вида товара, качества и других его особенностей;

– *монопсония* – конкуренция между производителями, когда покупатель выступает в единственном числе;

– *олигополия* – конкуренция между несколькими фирмами, продукция которых может быть разнородной (автомобили) или однородной (алюминий, сталь);

– *ценовая конкуренция* осуществляется путем снижения рыночных цен, как следствие удешевления стоимости производимой продукции. Фактором снижения цен является рост производительности труда, а этого можно достичь путем внедрения достижений науки и техники в производство;

– *неценовая конкуренция* ведется на основе улучшения качества продукции, выпуска новых товаров, совершенствования

методов обслуживания и сбыта продукции, расширения ассортимента продукции. В итоге повышается эффективность производства, увеличивается прибыль, снижаются цены.

В рыночной экономике, также как и в предшествовавших ей экономических системах, имеют место быть нечестность, обман, сокрытие информации, что в терминологии экономической теории определяется как оппортунистическое поведение.

Оппортунистическое поведение – это методы конкурентной борьбы, связанные с нарушением принятых на рынке норм и правил конкуренции. Поэтому не допускается: неправомерное получение, самовольное использование или разглашение конфиденциальной научно-технической, производственной и торговой информации; распространение ложных сведений в рекламной информации относительно способа, места изготовления или качества товаров, использование которых может ввести общественность в заблуждение относительно свойств товара; утверждения, способные дискредитировать предприятие, его промышленную или торговую деятельность и т.д.

Противоположностью конкуренции является *монополия*. Термин «*монополия*» греческого происхождения – «единственный продавец» («моно» – один). *Монополия* – это союз, соглашение, объединение предприятий в более крупное и господствующее в данной отрасли (картели, синдикаты, тресты, концерны, конгломераты). В начале 1950–60 гг. появились межгосударственные (транснациональные) монополии, которые диктуют свои условия в зарубежных странах (Европейское объединение угля и стали и др.).

Различают *искусственные и естественные* монополии.

К *искусственным* относятся картели, синдикаты, концерны и т.д. Создание их продиктовано интересами отдельных лиц, групп лиц или государств.

Картель – союз нескольких предприятий одной отрасли промышленности, в котором все участники сохраняют свою собственность на средства производства и продукты производства, а созданные товары сами реализуют на рынке. При этом договариваются о квоте (доля каждого в общем выпуске продукции), о продажных ценах, распределении рынков и т.д.

Синдикат – объединение ряда предприятий, производящих разнородную продукцию. При этом собственность сохраняется за участниками, а готовая продукция реализуется как их общее достояние через созданную для этого структуру.

Трест – объединение юридических лиц, в котором создается совместная собственность данной группы предпринимателей на средства производства и готовую продукцию.

Концерн – союз формально независимых предприятий (из разных отраслей промышленности, торговли, транспорта и банков), в рамках которого головная фирма организует финансовый (денежный) контроль всех участников. В настоящее время концерн получил широкое распространение.

К *естественным* монополиям относятся фирмы-объединения, продукция которых не подлежит замене или без которой невозможно существовать. К таковым относятся производство лекарственных препаратов, почтовая и телеграфная связь, железная дорога, коммунальные услуги (тепло-, водо-, энерго-, газоснабжение, транспортировка нефти, газа, угля, речные порты, аэропорты). Из этого следует, что избежать образования монополий в ряде отраслей невозможно. Например, нельзя иметь в квартире два газопровода от двух конкурирующих компаний, также получать тепло и воду от двух станций и т.д.

При рассмотрении монополии не следует отождествлять ее с *монопольной властью*, которая означает возможность фирмы влиять на цены и увеличивать прибыль за счет ограничения производства и сбыта продукции. Когда говорят о степени монополизации рынка, обычно имеют в виду силу монопольной власти отдельных фирм на рынке.

По приведенной выше причине монополия производит и предлагает продукции меньше, чем общественно эффективный уровень. В данном случае потребители, которые оценивают продукт выше его предельных издержек, но ниже монопольной цены, отказываются от покупки.

С этим связаны и *социальные издержки* монополии. Они появляются, потому что часть потребителей, которая хотела бы и могла бы потреблять продукцию монополии, из-за особенностей ее ценообразования лишается этой возможности.

Монополист использует рыночную власть, не только манипулируя объемом производства. Монополии часто применяют стратегию *ценовой дискриминации*, когда один и тот же товар продается разным покупателям по неодинаковым ценам. Р. Барр различает три вида дискриминации:

1) *личная дискриминация*, когда, например, врач, адвокат, назначают гонорары в зависимости от доходов клиента, – так называемая *потребительская рента*, основанная на готовности потребителя купить товар (услугу) по более высокой цене;

2) *материальная дискриминация*, когда устанавливаются различные тарифы на электроэнергию, газ, воду и др.;

3) *географическая дискриминация*, когда, например, потребителям других стран товар продается по значительно более низким ценам (демпинг), чем внутри страны, когда потребителям разных регионов товар (услуги) продаются по разным ценам.

Такая дискриминация осуществляется и внутри крупных городов. Одни и те же товары в супермаркете обычного района имеют низкие цены, а в магазине района, где проживают состоятельные люди, они дороже.

Ценовая дискриминация основана на различии в платежеспособности покупателей. Монополист приспосабливается к готовности разных групп покупателей заплатить определенную сумму. Богатый покупатель заплатит в уютном и безлюдном магазине своего квартала больше за один и тот же товар, лишь бы не идти в соседний квартал в многолюдный супермаркет.

В современной экономической теории и практике используют два показателя монопольной власти: индекс Лернера и индекс Херфиндаля–Хиршмана.

Индекс Лернера был предложен А. Лернером в 1934 г. и связан с высокой прибылью в качестве признака монополии. Индекс монопольной власти определяется по формуле

$$JL = \frac{Pm - MC}{Pm} = \frac{1}{E},$$

где JL – индекс Лернера; Pm – монопольная цена; MC – предельные издержки; E – эластичность спроса на продукцию.

Если JL положителен, значит, фирма обладает монопольной властью. Чем выше индекс Лернера, тем выше монопольная

власть. При совершенной конкуренции цена равна предельным издержкам и индекс Лернера равняется нулю. Чем ближе индекс к единице, тем большей монопольной властью обладает фирма. Часто вместо предельных издержек на практике используют средние издержки, так как трудно рассчитать предельные издержки:

$$JL = \frac{Pm - AC}{Pm}.$$

Если умножим на Q , то в числителе будет прибыль (Пр), а в знаменателе – совокупный доход (TR).

$$JL = \frac{(P - AC) \cdot Q}{P \cdot Q} = \frac{\text{Пр}}{TR},$$

где AC – средние издержки; Q – объем продукции; Пр – прибыль; TR – валовой доход. Таким образом, согласно Лернеру, высокая прибыль – признак монопольной власти фирмы.

Недостаток индекса Лернера в том, что высокая прибыль не всегда служит признаком монополии.

Рыночная классификация с учетом названных критериев представлена в табл. 6.2.

Таблица 6.2

Классификация товарных рынков с учетом взаимозаменяемости товаров и взаимозависимости предприятий

Типы рынков	Взаимозаменяемость		Препятствия для входа на рынок
	товаров	предприятий	
Совершенная конкуренция	Полная; $E_{ij} \rightarrow \infty$	Не наблюдается; $E_{ij}^Q \rightarrow 0$	Несущественны; $L \rightarrow 0$
Монополистическая конкуренция	Частичная; $0 < E_{ij} < \infty$	Не наблюдается; $E_{ij}^Q \rightarrow 0$	Несущественны; $L \rightarrow 0$
Однородная олигополия	Полная; $E_{ij} \rightarrow \infty$	Заметная; $-\infty < E_{ij}^Q < 0$	Заметны; $L > 0$
Неоднородная олигополия	Частичная; $0 < E_{ij} < \infty$	Заметная; $-\infty < E_{ij}^Q < 0$	Заметны; $L > 0$
Монополия	Не наблюдаются; $E_{ij} \rightarrow 0$	Не наблюдается; $E_{ij}^Q \rightarrow 0$	Вход блокирован

Методика определения границ рынка с помощью показателя перекрестной ценовой эластичности впервые была предложена Дж. Робинсон в 1933 г.¹ Э. Чемберлин и Д. Бэйн в книге «The Theory of Monopolistic Competition» предложили новую для своего времени классификацию рынков, представленную в табл. 6.2². Эта книга, наряду с работой Дж. Робинсон, положила начала развитию теории монополистической конкуренции³.

Индекс Херфиндала–Хиримана – показатель концентрации отраслевого рынка или распределения рыночной власти между всеми участниками рынка. Он основан на данных об удельном весе продукции фирмы в отрасли. Чем выше этот индекс, тем больше возможность возникновения монополий.

В условиях монополий существует несколько видов конкуренции, о которых вкратце выше было сказано (*монопсония* – единственный покупатель данной продукции; ограничивая свои закупки, он обеспечивает себе монопольную (высокую) прибыль; *олигопсония* – несколько покупателей данной продукции; ограничивая закупки товаров, они обеспечивают себе монопольную прибыль; *олигополия* – несколько крупных монополий-производителей, ведущих между собой неценовую конкуренцию; *дуополия* – два поставщика данной продукции, между которыми полностью отсутствуют соглашения о ценах, рынках сбыта, квотах производства; *билатеральная монополия* (двухсторонняя монополия) – противоборство единого поставщика и единого потребителя, возникающее при использовании электроэнергии, водоснабжения и газоснабжения.

Многие страны в целях сохранения конкуренции и оптимального функционирования монополий приняли антимонопольные законы.

Антимонопольное законодательство – это система законов, ограничивающая монополизацию рынка одной или несколькими

¹ См.: Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. – М., 1986.

² Chamberlin E.H. The Theory of Monopolistic Competition. – Harvard University Press, 1933.

³ Bain J.S. Barriers to new Competition. – Harvard University Press, 1956; Bain J.S. Industrial Organization. – N.Y., 1959.

монополиями (фирмами). Существует *два типа* антимонопольного законодательства:

- американский (США, Канада);
- западноевропейский (Западная Европа, Япония).

Американское законодательство отвергает любую форму монополистического союза. Закон Шармана (США, 1890 г.) является первым антитрестовским законом. Он направлен на защиту торговли и промышленности от незаконных ограничений со стороны монополий. В основе антимонопольного регулирования лежат три основных закона – закон Клейтона (1914 г.), закон Правительственной торговой комиссии (1914 г.) и закон Селлера-Кефопера (1950 г.). За нарушение законов предусмотрены определенные меры наказания. Однако, несмотря на это, многие фирмы стремятся к максимальному росту и контролю над рынком.

Западноевропейское законодательство выступает не против любой монополии, а лишь против тех, кто существенно ограничивает возможности соперничества на рынке.

6.3. Типы и модели рынка

В российской экономической науке по поводу типов рынка постоянно идет научный спор. Так, А.И. Архипов рассматривает восемь типов: чистая конкуренция; чистая (абсолютная) монополия; монополистическая конкуренция; монопосония; монополия, практикующая дискриминацию; двусторонняя монополия; дуополия; олигополия. В.Д. Камаев – четыре типа: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия. А.И. Добрынин – пять типов: монопосония, олигопосония, дуополия, билатеральная монополия.

Несомненно, такие высказывания по поводу типов рынка имеют право на жизнь в условиях конкурентной рыночной среды. Понятие «*модель*» означает качественно новый подход к развитию рынка. В этом понимании история различает *две модели рынка: рынок совершенной (чистой) конкуренции и рынок несовершенной конкуренции*. Следовательно, в них органически

входят все вышеуказанные типы в виде признаков, характеризующих оба типа рыночных структур.

Рынок совершенной (чистой) конкуренции впервые определил швейцарский экономист Л. Вальрас (1834–1910 гг.). Он характеризуется следующими признаками:

- *множество фирм, производящих данную продукцию*. При этом доля выпуска продукции каждой фирмой в общем объеме производства крайне мала и отсутствует контроль над ценами. Никто не может влиять на ситуацию на рынке;

- *полная однородность производимой продукции*;

- *покупатели хорошо информированы о рынке*: о ценах, ассортименте товаров, количестве и качестве товаров и т.д.;

- *отсутствуют препятствия для вступления в отрасль и свободного выхода из нее*;

- *продавцы действуют независимо друг от друга*. Они не вступают в сговор между собой по поводу цен. Это цивилизованный рынок;

- *отсутствует вмешательство государства в дела предпринимателей за исключением случаев нарушений законодательных норм*.

При соблюдении этих условий спрос и предложение совпадают, т.е. образуется *рыночное равновесие*, которое предполагает, что произведено, то продано. В реальной же жизни идеальный рынок – редкость, больше встречается модель рынка несовершенной конкуренции.

Рынок, при котором не соблюдается хотя бы один из признаков рынка совершенной конкуренции, называется рынком *несовершенной конкуренции*.

Характеристику рынка несовершенной конкуренции впервые дали Д. Рабинсон (1903–1983 гг.) и Й. Шумпетер (1883–1950 гг.).

Рынок несовершенной конкуренции характеризуется следующими основными признаками:

- *чистая (абсолютная) монополия*. Продукция производится только одной фирмой. Причем она уникальна и нет заменителя. Высокий контроль над ценами, т.е. их диктует монополия. Покупатели вынуждены покупать по высоким ценам. Вступление в отрасль других товаропроизводителей заблокировано;

– *дуополия*. Производство той или иной продукции сосредоточено на двух фирмах. Существует частичный контроль над ценами;

– *монополистическая конкуренция*. В отрасли действуют множество фирм-конкурентов. Они производят почти однородную, но отличающуюся по качеству, сорту, упаковке, обслуживанию продукцию, т.е. преобладают неценовые факторы или производится дифференцированный продукт. Ограниченный контроль над ценами. Отсутствуют барьеры для вступления в отрасль и, следовательно, на рынок;

– *олигополия*. Несколько фирм, производящих данную продукцию, и многочисленные покупатели. Продукция может быть однородной (стандартной) или дифференцированной. Однородность преобладает на рынках сырья и полуфабрикатов: руды, нефти, стали, цемента, а дифференцирование – на рынках потребительских товаров. Классический пример – 3–5 товаропроизводителей;

– *билатеральная монополия* – двусторонняя монополия, при которой возникает противоборство единого поставщика и единого потребителя. Такой рынок возникает при использовании электроэнергии, водоснабжения и газоснабжения;

– *монопсония*. Большое число производителей продукции при одном крупном покупателе. Например, заказы правительства фирмам. Конкуренция при этом разворачивается между производителями, а цены будет диктовать покупатель-монопсонист;

– *олигопсония*. На рынке много продавцов-производителей, а покупателей несколько. Это ситуация, обратная ситуации при олигополии.

Следует назвать различия между рынком и отраслью. Отрасль – модель более сложная, но и более приближенная к реалиям финансово-хозяйственной деятельности. Параметры, определяющие отрасль в рамках концепции «Структура – Поведение – Результат», заданы в табл. 6.3: количество продавцов и покупателей, высота барьеров входа-выхода, дифференциация продукта, эластичность спроса (прямая, перекрестная) (этим ограничивается модель рынка), технология, дифференциация продукта, вертикальная интеграция, диверсификация производства.

Таблица 6.3

Концепция «Структура – Поведение – Результат»

Элементы концепции	Определяющие параметры
Структура отрасли	Количество продавцов Барьеры входа-выхода Технология Дифференциация продукта Эластичность спроса (прямая, перекрестная) Вертикальная интеграция Диверсификация производства
Поведение предприятия	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="flex: 1;"> Ценовая Продуктовая Рекламная Инвестиционная Юридическая практика </div> <div style="font-size: 3em; margin: 0 10px;">}</div> <div style="flex: 0.5; align-self: center;">стратегия</div> </div>
Результат финансово-хозяйственной деятельности	Общественное благосостояние Эффективность размещения ресурсов НТП Справедливость

Структура отрасли определяет возможности для выбора стратегии поведения предприятия, которая выражается в его ценовой, продуктовой, рекламной, инвестиционной политиках и юридической практике. Стратегические цели выбираются партнерскими группами предприятия и направлены на достижение одного или нескольких результатов: повышение общественного благосостояния, более эффективное размещение ресурсов, научно-технический прогресс (НТП), достижение социальной справедливости.

Показателями *размера фирм* могут служить: 1) доля продаж в рыночном объеме реализации; 2) доля занятых на предприятии в численности занятых в производстве данного продукта; 3) доля стоимости активов фирмы в стоимости активов всех фирм на рынке; 4) доля добавленной стоимости на фирме в сумме добавленных стоимостей всех производителей данного продукта.

В ходе анализа отраслевого рынка, после определения его границ, вычисляют *показатели концентрации*. Из множества показателей чаще всего выбирают следующие:

– сумма долей продаж наиболее крупных фирм:

$$C_n = \sum Y_i,$$

где Y_i – доля продаж i -й фирмы в рыночном объеме реализации;

- индекс Херфиндаля-Хиршмана:

$$HHI = \sum Y_i^2;$$

- дисперсия¹ – средневзвешенная величина квадратов отклонений действительных результатов от ожидаемых:

$$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i [x_i - E(x)]^2,$$

где σ^2 – дисперсия; x_i – возможный результат; P_i – вероятность соответствующего результата; $E(x)$ – ожидаемое значение. Причем, если $E(x) = Y_{cp}$ (средняя доля продаж фирм на рынке), то существует зависимость $HHI = \sigma^2 + 1/n$;

- дисперсия рыночных долей:

$$\sigma^2 = 1/n \sum (Y_i - Y_{cp})^2$$

и логарифмов рыночных долей:

Среди показателей *рыночной власти* назовем следующие:

Коэффициент Бэйна = $\frac{\text{Бухгалтерская прибыль} - \text{Нормальная прибыль}}{\text{Собственный капитал предприятия}}$;

- коэффициент Тобина:

$$q = \frac{P_f}{C_{af}},$$

где P_f – рыночная стоимость предприятия; C_{af} – восстановительная стоимость активов предприятия, равная сумме расходов, необходимых для приобретения активов предприятия по текущим рыночным ценам;

- коэффициент Лернера:

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

где MC – предельные затраты на производство продукции, P – цена реализации продукции.

Следуя концепции «структура – поведение – результат», можно указать на два основных возможных типа поведения предприятия: пассивное и активное.

Пассивное поведение заключается в том, что предприятие стремится максимально полно выполнить свои задачи и достичь

¹ От лат. «рассеянный».

своих целей в рамках внешних ограничений. В этом случае фирма может не обладать достаточной рыночной властью и, понимая свои возможности довольствоваться малым. Но встречаются и другие примеры, когда имея возможность изменить ситуацию, одна или несколько фирм упускают инициативу и теряют конкурентные преимущества.

Активное поведение, напротив, подразумевает стремление раздвинуть ограничивающие рамки для лучшего достижения целей. Формы активного поведения: реклама, НИОКР, диверсификация продукта, стратегические альянсы, слияния и поглощения и т.д.

Стратегическим называют такое поведение, когда фирма реагирует на изменения внешней среды. На рынке совершенной конкуренции изменений не происходит. Цена – внешний параметр для фирмы, поэтому ее задачи ограничиваются стремлением снизить затраты на производство и увеличить объем выпуска.

На рынке олигополии фирмы могут выбирать объемы выпуска. Модели такого взаимодействия изучены Э. Чемберлином, О. Курно, Г. фон Штапельбергом и другими. Если же фирмы, имеющие одинаковые удельные затраты выпуска, попытаются конкурировать на рынке олигополии, выбирая цену, а не выпуск, то они столкнутся с парадоксом Бертрана. Он гласит, что фирма, устанавливая цену выше предельных затрат на производство и реализацию, привлекает на рынок новых конкурентов. Ее рыночная власть, в результате, стремится к нулю.

На *монополизированном рынке*, повысив цену на продукцию, фирма также может потерять часть своих покупателей. Но не всех. Следовательно, монополист может подобрать такую цену, чтобы предельная выручка была равна предельным затратам на производство и реализацию. Кроме того, монополист может продавать свою продукцию разным покупателям по разным ценам, осуществляя, тем самым, *политику ценовой дискриминации*. Обычно рассматривают три вида ценовой дискриминации (табл. 6.4).

Конечно, реальная ситуация на рынке товара может быть далека от моделей, описываемых в теории, прежде всего потому, что не вся информация доступна для анализа, и не все решения участников рынка могут быть объяснены рациональными мотивами. Тем не менее, знание критериев классификации рыночных струк-

тур и умение вычислять определяющие факторы позволяет получить очень важную информацию о рынке товара, предсказать поведение конкурента и вовремя принять соответствующие решения.

Таблица 6.4

Виды ценовой дискриминации

Вид ценовой дискриминации	Описание
I степени (совершенная)	Различные единицы выпуска продаются различным покупателям по различным ценам.
II степени	Цены различны для разных объемов продаж, но не для покупателей. Покупатели одно и то же количество платят одинаковую цену.
III степени	Цены различны для разных покупателей. Один и тот же покупатель платит одинаковую цену при любом объеме покупок.

Каждый вид рынка имеет свое предназначение, свою инфраструктуру. Под инфраструктурой рынка понимается система учреждений, служб и организаций, обеспечивающих свободное движение товаров и услуг на рынке. Ее характеризует комплекс элементов, институтов и видов деятельности, создающих организационно-экономические и правовые условия для нормального функционирования рынка. Рыночная инфраструктура обеспечивает мобильность ресурсов, поскольку необходимо постоянное движение ресурсов из отраслей менее эффективных в более эффективные. Она дополняет рынок и представляет собой институты – законы, нормы, традиции, организационные структуры и прочие функциональные образования.

Рыночная инфраструктура призвана улавливать сигналы, идущие от потребителей и спроса, связывать производителей и потребителей в единый хозяйственный процесс.

Инфраструктура рынка имеет организационную и материальную базу. Организационная база включает снабженческо-сбытовые, брокерские, страховые компании, аудиторские фирмы, центры по подготовке различных специалистов и другие посреднические и коммерческие организации крупных промышленных предприятий. Материальная база инфраструктуры состоит из транспортных систем, складского хозяйства, информационной системы и средств связи.

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

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

Существенное значение для развития рынка и формирования рыночной экономики имеют свободные экономические зоны (СЭЗ). Впервые они появились в Ирландии (1959). В настоящее время в мире насчитывается более 400 СЭЗ. Господствующее положение занимают японские ТНК, США и Западная Европа. СЭЗ рассматриваются как фактор экономического развития с привлечением иностранного капитала, предоставлением различных льгот (освобождения от налогов до 10 лет, прямые госсубсидии, беспошлинный ввоз и вывоз товаров).

6.4. Преимущества и недостатки рынка

Рынок имеет определенные преимущества и недостатки.

К *преимуществам* относятся:

- способность эффективно распределять ресурсы. Они поступают туда, в чьих товарах и услугах люди и общество нуждаются;
- первостепенная ориентация производства на потребности потребителя;
- обеспечение свободы действий потребителей и производителей;
- возможность быстрой адаптации к изменяющимся условиям;
- наличие предпосылок к оптимальному использованию достижений НТП в области создания новых товаров и услуг, внедрения новой техники и технологии;
- создание условий для удовлетворения разнообразных потребностей людей и общества в целом.

Недостатки рынка:

- не обеспечивает социальной защиты населения;
- не гарантирует права на труд, на доход, на отдых;
- не обеспечивает защиты окружающей среды и сохранения невоспроизводимых ресурсов (газ, нефть, руда и т.д.);
- не создает условия для производства товаров и услуг коллективного пользования (дороги, общественный транспорт и т.д.);
- не обеспечивает самокупаемость фундаментальных исследований в науке;
- не ориентирован на производство социально необходимых товаров и услуг, а удовлетворяет запросы тех, кто имеет деньги;
- не способствует созданию социальной инфраструктуры (детские дошкольные учреждения, загрязнение окружающей среды, социально-культурные объекты и т.д.).

Таким образом, рынок приводит к дифференциации уровня жизни населения и не обеспечивает минимальный уровень жизни населения.

Современный рынок является отражением смешанной экономики, которая регулируется государством с помощью налогообложения, антимонопольного законодательства, распределения госзаказов на конкурсной основе, создания инфраструктуры рынка. Часть товаров, производимых на предприятиях, заранее обеспечивается гарантированным сбытом и поддержкой государственными финансовыми ресурсами. В развитых странах регулирование осуществляется: через госсобственность (во Франции, Австрии, Израиле), через смешанные фонды с участием госбюджета (США, Япония, Великобритания и др.). Формы влияния на экономику разные, но государство старается контролировать экономическую ситуацию в стране.

Таким образом, в действительности не может быть полной экономической свободы, но должна быть достаточная экономическая свобода, которая способствует быстрому развитию экономики и которая обеспечивается развитием нормального, цивилизованного, регулируемого рынка. Регулируемый рынок – это цивилизованный рынок, когда государство стремится смягчить удары рынка по интересам членов общества, когда оптимально сочетаются методы рыночного и государственного регулирования.

Характерная черта рынка – насыщенность его товарами массового производства. Конкуренция становится регулируемой. Это результат государственного вмешательства в экономику. Конкуренция способствовала появлению гибкого, мобильного производства, способного отвечать самым сложным запросам потребителей. Наемные работники приобрели право стать собственниками и участниками в управлении производством путем приобретения акций своих предприятий по льготным ценам.

В современных экономических системах, особенно в развитых странах, происходит расширение использования рыночных отношений в экологической сфере. Большое число фирм используют экологический фактор с целью обеспечения рыночного преимущества собственной продукции. Динамично развиваются сегменты производства экологически чистой продукции, экологических услуг, экологического аудита и др. Многие потребители стараются вести здоровый образ жизни и, соответственно, питаться экологически чистыми продуктами, использовать биоразлагаемые чистящие средства, жить в экологически чистых умных домах, пользоваться экологически чистым транспортом и др.

Государства также используют фактор защиты окружающей среды с целью защиты собственных товаропроизводителей. Например, ряд российских производителей сталкивались с невозможностью экспорта своей продукции в те или иные страны в связи с тем, что она не соответствовала экологическим требованиям конкретной страны.

Широкие слои общественности, а также природоохранные активисты привлекают внимание общества к экологическим проблемам и их экономическим последствиям. Во многих странах уже сформировались общественные объединения и политические партии, объединяющие граждан, которые обеспокоены состоянием окружающей среды и проблемами ее улучшения.

Выделяются следующие виды рынков, где в той или иной степени прямо учитывается экологический фактор: переработка разнообразных отходов, производство экологически чистой продукции, использование отдельных видов природных ресурсов, разнообразных экологических услуг, экологических техни-

ческих средств, экологически чистой энергии. Причем сферы экологических рынков постоянно расширяются и охватывают все более традиционные и классические рынки.

Приведем примеры основных рынков, где учитывается экологический фактор.

Рынок отходов. Если в недавнем прошлом (середина XX в.) все отходы просто закапывались в землю или сжигались в печах, то в настоящее время многие производители товаров ставят на свою продукцию специальный значок, означающий, что товар произведен из переработанных отходов или после использования будет еще раз переработан. Есть легковые автомобили, которые наполовину сделаны из переработанного сырья. И на них ездят экологически образованные люди.

Производство экологически чистой продукции – динамично развивающийся рынок, когда многие классические продукты производятся с учетом экологических факторов. Молоко не простое порошковое, а полученное сегодня утром от племенной коровы, которая кормится травой, выращенной с использованием натуральных удобрений (коровьим навозом) и доится нежными руками доярок, а в коровнике звучит классическая музыка. И подобный подход с той или иной степени приближения к естественным природным условиям начинает использоваться по многим видам продуктов.

По объективным экономическим причинам такая продукция обладает большей ценой, нежели произведенная с использованием машинных технологий и продуктов химического производства. И в то же время на спрос на нее демонстрирует динамичный рост, особенно в развитых странах.

Отдельные виды природных ресурсов – активно развивается международный рынок такого природного ресурса как воздух. С одной стороны, воздух не имеет цены и не имеет собственника, а с другой, существует Киотский протокол, по которому страны имеют определенные квоты по техногенному загрязнению атмосферы такими газами, как углекислый газ, метан, фторуглероды, фторуглероды, закись азота, гексафторид серы. Установлено, что эти газы в наибольшей степени влияют на усиление парникового эффекта в атмосфере. При этом данное междуна-

родное соглашение предусматривает торговлю квотами, когда отдельные государства или предприятия могут продавать или покупать квоты на выброс парниковых газов.

Рынок экологических услуг – здесь активно развивается такое направление как экологический туризм, когда туристы, например, живут не в многоэтажных отелях, а в комфортных коттеджах, утром идут доить корову (некоторые впервые узнают откуда получается молоко), днем окучивают картошку, собирают помидоры или огурцы, затем на сеновале в курином гнезде достают яйца и на обед получают салат из яиц, огурцов, зеленого лука и сметаны, жаренную на натуральном сливочном масле картошку, запивают молоком, простоквашей или сметаной и др. Таким образом, все делают сами и в натуральных естественных условиях. Для многих жителей развитых стран такой отдых превращается в открытие нового мира.

Рынок экологических технических средств – классическим примером являются электромобили, которые переживают в настоящее время второе рождение. Они позволяют передвигаться с комфортом по городу, не загрязняя при этом воздух вредными выбросами. Справедливости ради следует отметить, что выбросы остаются (выбросы тепловых электростанций), но осуществляются они за пределами городских поселений или совсем в другой стране.

Известные тяжелые российские ракеты «Протон» работают на ядовитом ракетном топливе, вследствие чего российскому правительству приходится платить штрафы правительству Казахстана за экологическое загрязнение территории последней в случае аварии этих ракет, запускаемых с космодрома Байконур (Казахстан). Поэтому с космодрома Восточный будут запускаться ракеты «Ангара», работающие на экологически чистом ракетном топливе (кислород + керосин).

Рынок экологически чистой (возобновляемой) энергии – на рынок классических энергетических ресурсов (нефть, газ, уголь) выводятся и используются возобновляемые источники энергии (вода, ветер, солнце, биотопливо и др.). Считается, что возобновляемые источники энергии более экологически чистые, нежели классические. В соответствии с решениями многих евро-

пейских стран в балансах энергетических компаний доля экологических источников энергии должна постепенно возрастать. Тем более, что фактор ограниченности классических энергетических ресурсов неумолимо приближает момент их исчерпания.

Рынки, на которых действуют экологические факторы, обладают как общими, присущими всем рынкам свойствами, так и специфическими, обусловленными особенностями фундаментальных свойств, например, собственности на природные ресурсы. И здесь выделяются следующие основные свойства: во-первых, в результате функционирования подобных рынков происходит (или должно происходить) улучшение качества окружающей человека индивидуальной среды, во-вторых, должно предотвращаться нанесение вреда общественной окружающей среде (всему населению, экономике региона или страны, мировому сообществу). Поэтому очень часто фактор экологии действует применительно к общественным благам, например, воздуху или воде, и поэтому их потребление происходит коллективно. Хотя и здесь наблюдается проникновение рыночных принципов с положительными и отрицательными эффектами.

В экологической сфере, так же как и в других сферах общественных отношений, имеют место недостатки рыночного механизма («провалы»), например цены не являются носителем достоверной информации о ресурсе, а для некоторых из них они не могут быть установлены в принципе. Кроме того, источниками «провалов» могут выступать трансакционные издержки, экстерналии, формы собственности, недостаток информации. В свою очередь недостатки рыночного механизма очень часто приводят к росту социальных издержек, вследствие ухудшения окружающей среды, ограничения доступа к природным ресурсам (например, воде), слишком низкой или высокой цены на природные ресурсы и др.

Так как политическая экология возникла только в конце XX в., то многие люди (как бизнесмены, так и политики) еще не в полной мере обладают полноценной информацией, необходимой для принятия эффективных решений с учетом долгосрочных экологических факторов.

Рыночный механизм часто дает сбой, когда дело касается общественных благ (берега Волги, свежий воздух после грозы,

кристально чистая вода и др.), которые должны быть доступны для потребления всеми гражданами страны, их невозможно разделить на отдельные части, в противном случае они теряют свою ценность.

Вследствие наличия существенных негативных последствий использования чисто рыночных методов применительно ко многим природным ресурсам возникает потребность в осуществлении государственного регулирования различных экологических проблем.

Очень часто ограничения рыночного механизма связывают с проблемой загрязнения окружающей среды. При этом виновник вредного воздействия на граждан воздуха с выбросами вредных химических веществ или непригодной к питью воды не несет никакой финансовой или юридической ответственности, за исключением отдельных случаев.

В экономической теории подобные явления определяют как экстерналии, или внешние эффекты, возникающие вследствие осуществления производственной деятельности. Так как они являются внешними по отношению к производителю, то он их никак не учитывает и за них не отвечает. Поэтому чистый воздух достается ему бесплатно, а издержки от его загрязнения несет все общество, что приводит к заниженной оценке подобного блага.

Основоположником рассмотрения внешних эффектов считается А. Маршалл. Другой ученый – А. Пигу считается основателем изучения негативных экстерналий. Р. Коуз предложил теорему, названную его именем, в которой он рассматривал внешние (экстернальные) эффекты, возникающие помимо прочего и при рассмотрении экологических проблем.

Любая производственная деятельность характеризуется двумя основными сторонами: положительной, связанной с удовлетворением потребностей индивида, коллектива, общества, и отрицательной, обусловленной негативным воздействием на граждан либо самого производственного процесса, либо продуктов его деятельности. Очень трудно найти примеры, когда не возникает ущерб в процессе той или иной деятельности. Например, самолеты являются важным средством перемещения больших масс людей, позволяющие существенно экономить такой

драгоценный ресурс как время. И в то же время граждане, проживающие на определенном расстоянии от аэропортов, испытывают от подобного соседства массу негативных эффектов, которые в той или иной степени необходимо учитывать.

В современных условиях по мере осознания необходимости сохранения окружающей среды расширяется сфера государственного регулирования в этой области. Принимаются законодательные акты, создаются структуры экологической полиции и др. Предприятия, загрязняющие окружающую среду, осуществляют определенные платежи и платят штрафы. Подобные издержки, которые несут товаропроизводители, называются экстермальными издержками. Как правило, применительно к природе воздействие производства носит негативный характер, т.е. возникают отрицательные внешние эффекты.

Все многообразие экстерналий классифицируют как правило следующим образом.

1. *Темпоральные экстерналии.* Данные внешние эффекты возникают при жизни одного поколения, а негативные последствия возникают у последующих поколений. Классический пример подобного эффекта – это отходы атомной энергетики. Во всем мире эти отходы складываются, причем ученые честно признаются, что высокая радиоактивность будет сохраняться в течение нескольких тысяч лет, а хранилища этих отходов, в лучшем случае, рассчитаны на несколько сот лет. И никто не знает, как все будет происходить, когда хранилища начнут разрушаться. Но все надеются, что решение обязательно будет найдено.

Или другой пример. В России при существующем уровне потребления нефти и ее разведанных запасов, она может закончиться менее, чем за сто лет. Поэтому уже в настоящее время необходимо закладывать основу новой энергетики, выделяя на это определенную часть доходов, получаемых от реализации нефти. В противном случае не будет ни нефти, ни альтернативной энергетики.

2. *Глобальные экстерналии.* Возникают вследствие того, что негативный фактор генерируется в одной стране, а отрицательные последствия возникают как в стране источнике, так и в других странах. После катастрофы на японской атомной элек-

тростанции Фукусиме повышение радиоактивного фона отмечалось во всем мире. Сточные воды, сбрасываемые химическими концернами без должной очистки, попадают в конечном итоге в Мировой океан и оказываются в организме промысловых рыб, которых потребляют жители развитых стран. Такой вот кругооборот вредных веществ в природе.

По мере усугубления ситуации с глобальными экстерналиями все большее количество стран объединяются в рамках мировых конвенций, международных договоров и отдельных соглашений, в которых учитываются глобальные экстерналии и предусматриваются меры по их сокращению.

3. *Межсекторальные экстерналии.* Возникают вследствие генерации отрицательных эффектов в одних секторах экономики, а образование ущерба – происходит в других секторах. Например, строительство так называемых полей ветрогенераторов. Такие поля создают существенный шум, отрицательно влияют на миграцию пернатых и ухудшают ландшафт, что в свою очередь снижает туристический поток.

4. *Межрегиональные экстерналии.* Возникают внутри страны между регионами: загрязнителем и потребителями загрязнений. В качестве примера можно привести добычу сланцевой нефти в США. Ее добывают в одних штатах, а отравление водоносных слоев и усиление землетрясений происходит в близлежащих штатах.

5. *Локальные экстерналии.* Возникают на ограниченной территории, например, в рамках города или определенного района. Самая лучшая бумага для печати глянцевых (и не только) журналов и книг выпускается в Финляндии. В то же время в результате деятельности целлюлозно-бумажных комбинатов происходит загрязнение промышленными стоками внутренних вод, приводящее к закислению большого числа озер и вымиранию вследствие этого представителей флоры и фауны. Главными загрязнителями финских водоемов являются водоочистная станция Виикинмяки в Хельсинки, целлюлозно-бумажные комбинаты УПМ в Раума и компании Stora Enso в Оулу и водоочистная станция в Ювяскюля.

Выводы

1. Рынок возник благодаря товарному производству. Причины его возникновения те же, что и для товарного производства: общественное разделение труда и экономическая обособленность товаропроизводителя. Имеется множество определений рынка. Наибольшее распространение получило следующее: рынок – это совокупность экономических отношений по поводу купли-продажи товаров и услуг. Он поворачивает производство лицом к потребителю, приводится в движение экономическими интересами (потребностями) людей.

2. К условиям существования рынка относятся: экономическая самостоятельность субъектов; наличие конкуренции; достоверная информация о рынке; право субъектов самим определять цены на свои товары и услуги; определенный избыток предложения над спросом: свободный вход и выход; наличие посреднических фирм, а также прямой связи между производителями и потребителями товаров и услуг.

3. Рынок выполняет следующие функции: ценообразующую, информационную, посредническую, регулирующую, стимулирующую, санирующую.

4. Движущая сила рынка – конкуренция. Ее виды: внутриотраслевая, межотраслевая, ценовая, неценовая, монополистическая и др. Противоположностью конкуренции является монополия – объединение, союз предприятий в более крупное и господствующее в данной отрасли. Бывают искусственные (картель, трест, концерн, синдикат и др.) и естественные монополии (тепло-, водо-, энерго-, газоснабжение и т.д.).

5. Различают две модели рынка: рынок совершенной конкуренции и рынок несовершенной конкуренции.

6. Под инфраструктурой рынка понимается система учреждений, служб и организаций, обеспечивающих свободное движение товаров и услуг на рынке.

7. Рынок имеет определенные преимущества и недостатки. Современный рынок является отражением смешанной экономики, которая регулируется государством с помощью налогообложения, распределения госзаказов на конкурсной основе, создания инфраструктуры рынка и т.д.

8. Выделяются следующие виды рынков, где в той или иной степени прямо учитывается экологический фактор: переработка разнообразных отходов, производство экологически чистой продукции, использование отдельных видов природных ресурсов, разнообразных экологических услуг, экологических технических средств, экологически чистой энергии.

9. Рынки, на которых действуют экологические факторы, обладают как общими, присущими всем рынкам, свойствами, так и специфическими, обусловленными особенностями фундаментальных свойств, например,

собственности на природные ресурсы. И здесь выделяются следующие основные свойства: во-первых, в результате функционирования подобных рынков происходит (или должно происходить) улучшение качества окружающей человека индивидуальной среды, во-вторых, должно предотвращаться нанесение вреда общественной окружающей среды (всему населению, экономике региона или страны, мировому сообществу).

10. Вследствие наличия существенных негативных последствий использования чисто рыночных методов применительно к многим природным ресурсам возникает потребность в осуществлении государственного регулирования различных экологических проблем.

11. В экономической теории выделяются экстерналии, или внешние эффекты, возникающие вследствие осуществления производственной деятельности. Так как они являются внешними по отношению к производителю, то он их никак не учитывает и за них не отвечает.

12. Выделяются следующие виды экстерналий: темпоральные (возникают при жизни одного поколения, а негативные последствия действуют на последующие поколения); глобальные (образуются вследствие того, что негативный фактор генерируется в одной стране, а отрицательные последствия проявляются как в стране источнике, так и в других странах); межсекторальные (возникают вследствие генерации отрицательных эффектов в одних секторах экономики, а образование ущерба происходит в других секторах); межрегиональные (образуются внутри страны между регионами: загрязнителем и потребителями загрязнений); локальные (возникают на ограниченной территории, например, в рамках города или определенного района).

Вопросы для самопроверки

1. Раскройте сущность рынка как экономической категории. Каковы его причины, условия возникновения и развития?
2. Перечислите основные функции рынка. Как они взаимосвязаны?
3. Назовите экономических агентов рынка.
4. В чем отличие между конкуренцией и монополией?
5. Какие модели рынка Вы знаете?
6. Назовите основные признаки рынка совершенной конкуренции.
7. Почему существует рынок олигополии?
8. В чем состоит сущность инфраструктуры рынка?
9. Назовите преимущества и недостатки рынка.
10. Всегда ли рынок создает условия для развития НТП?

11. Назовите основные виды рынков, где учитывается экологический фактор.
12. В чем заключается сущность экстерналий (внешних эффектов) в рыночной экономике?
13. Назовите основные виды экстерналий.

Понятия

Рынок • Экономические субъекты рынка • Причины возникновения рынка • Условия функционирования рынка • Простой рынок • Современный рынок • Функции рынка • Структура и сегментация рынка • Конкуренция • Виды конкуренции • Монополия • Виды монополии • Соперничество • Рынок совершенной конкуренции • Рынок несовершенной конкуренции • Типы рынка • Модели рынка • Инфраструктура рынка • Преимущества рынка • Недостатки рынка • Экологический фактор в рыночной экономике • Экстерналии • Темпоральные экстерналии • Глобальные экстерналии • Межсекторальные экстерналии • Межрегиональные экстерналии • Локальные экстерналии

Глава 7

СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЭЛАСТИЧНОСТЬ

7.1. Спрос. Закон спроса.

Факторы, влияющие на спрос

В настоящей главе принцип рационального принятия решений является основой для построения модели рыночного поведения уже не только индивидуального потребителя, а групп потребителей определенного товара на отдельно взятом рынке. Здесь важно выделить следующий момент. Как только потребитель оказывается на рынке, он становится покупателем. Поведение потребителя можно предсказать в теории с помощью концепции «экономического человека» или иной. Но получить описание этого поведения как результат наблюдения в виде графиков, таблиц можно только тогда, когда потребитель станет покупателем.

Критикуя теорию потребительского спроса, К. Маркс привлекал в качестве аргумента мнение известного экономиста своего времени Дж. Рамсея, который по этому поводу заметил: «Мысль, что прибыль выплачивается потребителями, без сомнения, совершенно абсурдна. Кто такие эти потребители?»¹. На этот вопрос ответил У. Джевонс, который указал, что вкусы и предпочтения потребителя можно узнать тогда, когда он начинает делать покупки. Добавим, что в этом случае речь идет уже о конкретном человеке, а не о модели.

Наблюдение за поведением покупателей вполне осуществимо в реальной практике. Ведь известно, сколько товаров и по каким ценам они приобретают на том или ином рынке. Очевидно, данные о количествах товарах, приобретаемых по различным ценам на одном и том же рынке в одно и то же или в разное время, важны для оценки достоверности теоретических построений. При осуществ-

¹ Маркс К. Капитал. Т. I. Кн. 1: Процесс производства капитала // Маркс К., Энгельс Ф. Полн. собр. соч. – Т. 23. – С. 169.

ствлении подобного рода наблюдений и в целях последующего анализа используются, помимо уже названных, понятия – спрос, величина спроса, эластичность спроса (по цене товара, по доходу, перекрестная эластичность и др.), суверенитет потребителя и т.д.

Величина спроса – это количество товаров, которое может быть приобретено на данном рынке и в данное время по определенной цене.

Спрос – это зависимость величины спроса от рыночной цены и других параметров.

Закон рыночного спроса: при увеличении цены товара величина спроса, при постоянном значении других параметров, уменьшается. Часто добавляют: при прочих равных условиях¹.

Необходимо сделать уточнение. Товаром, в контексте данного изложения, называется все, что может быть продано на том или ином рынке. Это – материальные предметы, услуги, информация, интеллектуальная продукция, права или часть прав собственности, рабочее время и еще многое другое. Операции с различными товарами осуществляются на различных рынках, но, тем не менее, они подчиняются одним и тем же законам, для их описания используются модели, основанные на одних и тех же предпосылках. Все они являются предметом изучения микроэкономики.

В экономике существуют понятия «потребность» и «спрос».

Потребность представляет собой нужду, принявшую конкретную форму в зависимости от уровня развития общества и отдельного индивида. Потребности человека безграничны и постоянно растут, что выражается в «*законе возвышения потребностей*».

Спрос – это форма выражения потребности или платежеспособная потребность, измеряемая суммой денег, которую покупатели могут заплатить за нужные им товары и услуги. Следовательно, желание людей должно быть подкреплено деньгами. Потребности переходят в спрос тогда, когда есть денежные средства для приобретения данного товара.

В соответствии с идеями Кейнса, двигателем экономики является спрос, а не предложение. Спрос выступает в качестве основного фактора развития предложения.

¹ Иногда используют латынь: при прочих равных условиях – *ceteris paribus*.

Обычно спрос изображается графически в виде кривой линии и обозначается символом D .

Существует зависимость между ценой P и количеством покупаемого товара Q . На это указывают точки A , B , C на кривой спроса D (рис. 7.1).

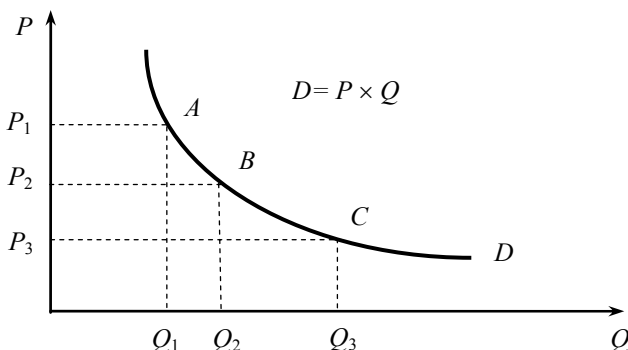


Рис. 7.1. Кривая спроса

Кривая спроса D направлена вниз и вправо. Это означает, что зависимость между ценой и количеством покупаемого товара отрицательная и обратно пропорциональная.

Чем выше цена товара, тем меньше его покупают, и наоборот. Такая зависимость определяется как закон спроса. Причинами сокращения спроса являются рост цен и ограниченность доходов населения.

Однако существование закона спроса не означает, что он всегда и при любых условиях проявляет свою сущность. Это связано с «эффектом Гиффена», когда с ростом цены возрастает спрос на товар. Такое явление противоречит закону спроса и является парадоксом.

Различают индивидуальный и рыночный спрос.

Индивидуальный спрос – это потребности конкретного, отдельного покупателя, выраженные в денежной форме.

Рыночный спрос – это совокупный спрос покупателей данного товара по данной цене.

Точки на кривой спроса A , B , C показывают *объем спроса*, т.е. движение товаров от одного уровня к другому.

Максимальная цена, по которой покупатель готов купить товар, есть *цена спроса*. Она определяется размером дохода. Связь между объемом спроса на товар и ценой товара представляет *шкалу спроса*, которая показывает, сколько покупателей хотели бы приобрести товар по каждой из множества цен.

Спрос можно рассматривать с количественной и качественной сторон. *Спрос с количественной стороны* – это количество потребляемых благ на данный момент. *Спрос с качественной стороны* – это платежеспособность, т.е. сумма денег, уплаченных за приобретенный товар.

На спрос воздействуют ценовые и неценовые факторы (детерминанты).

Ценовые факторы изменяют объем спроса, что характеризуется движением спроса по кривой линии от одной точки (*A*) к другой (*B* или *C*, или *D*) или обратно вверх (см. рис. 7.1).

К ценовым факторам относятся: эффект дохода, эффект замещения и закон убывающей полезности.

Эффект дохода – это увеличение покупательной способности денег в результате снижения цены на товар. Покупатель в результате снижения цены может купить больше данного товара и в то же время может обратиться к другим товарам, так как покупательная способность денег (дохода) увеличивается.

Доход потребителя также является параметром функции спроса. При росте доходов линия бюджетного ограничения сдвигается вправо вверх, и можно было бы ожидать, что расходы на потребление товаров возрастут. Однако это оказывается справедливым не для всех товаров. В некоторых случаях при росте доходов потребление товаров остается на прежнем уровне, в некоторых – доля затрат на потребление товаров увеличивается, а для части товаров – снижается. Кроме того, нужно учесть, что, при определенном уровне дохода, люди начинают делать сбережения. А при низком уровне доходов приходится занимать деньги.

Эффект замещения – это снижение цены на определенный товар, стимулирующее человека приобрести его вместо аналогичных, но более дорогих товаров. Покупатель при этом склонен заменять дорогие товары более дешевыми – взаимозаменяемыми, т.е. альтернативными товарами, например, сливочное масло маргарином, говядину свининой.

Закон убывающей полезности. Его суть заключается в том, что с приобретением каждой последующей единицы продукта покупатель получает меньше полезности или удовлетворения, чем от предыдущей. Например, третье мороженое менее полезно, чем первое и второе. Поэтому покупатели будут покупать дополнительные единицы продукта только при снижении его цены.

Хотя цена является самым важным фактором, влияющим на спрос, однако и *неценовые факторы* влияют на спрос и вызывают его изменение. К ним относятся: изменение вкусов потребителей, изменение количества покупателей, изменение дохода, цен на сопряженные (взаимозаменяемые) товары, изменение в ожиданиях потребителей. Данные факторы смещают (сдвигают) кривую спроса вправо (рис. 7.2, кривая D_1) или влево (рис. 7.2, кривая D_2).

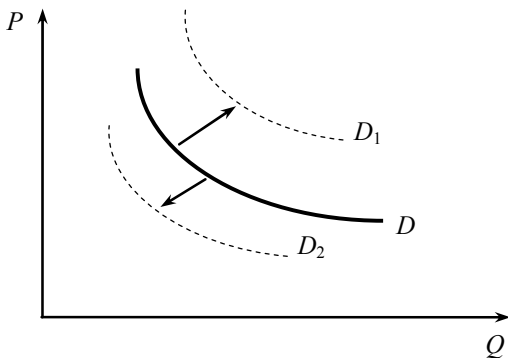


Рис. 7.2. Смещение кривой спроса вправо или влево

Изменение вкусов потребителей. Это происходит под воздействием рекламы, моды, возраста, климата. Например, неблагоприятный климат смещает кривую вниз (D_2), а благоприятный — вверх (D_1).

Изменение количества покупателей. Чем больше на рынке потребителей, тем выше спрос (D_1) и, наоборот, уменьшение числа потребителей означает сокращение спроса (D_2).

Изменение дохода (бюджета) покупателей. При росте дохода увеличивается спрос на более дорогие и качественные товары. Следовательно, кривая спроса D смещается вверх

(D_1). И, наоборот, при уменьшении дохода кривая D смещается вниз (D_2).

Изменение цен на сопряженные (взаимозаменяемые) товары. Снижение цен на авиабилеты сокращает спрос на поездки автобусами. Следовательно, спрос на самолеты растет, и кривая сдвигается вверх (D_1). И напротив, падает спрос на автобусы (D_2).

Изменение в ожиданиях потребителей (потребительское ожидание). Неблагоприятная погода в Южной Америке порождает ожидание более высоких цен на кофе, что приводит к росту текущего спроса на него. Кривая спроса D смещается вверх (D_1), а благоприятная погода сокращает текущий спрос, и кривая стремится вниз (D_2).

7.2. Предложение. Закон предложения.

Факторы, влияющие на предложение

Предложение – это совокупность товаров и услуг, находящихся на рынке или доставляемых на него. Оно определяется производством. Следовательно, предложение отражает желание производителей продавать свой товар. Однако не всегда произведенные товары и услуги могут быть представлены в виде предложения на рынке. Это связано с транспортом, дорогами и т.д. Существует прямая зависимость между ценой P и количеством предложенных товаров Q (рис. 7.3). Эта зависимость выражается в законе предложения. *Суть закона предложения* – чем выше цена, тем выше предложения товаров и услуг, и наоборот, чем ниже цена, тем ниже предложение. Закон предложения отражает функцию предложения от цены и имеет следующий вид:

$$Q_s = f(P),$$

где Q_s – объем предложения; $f(P)$ – цена товара.

Точки A , B , C на кривой предложения показывают объем предложения. *Цена предложения* – это минимальная цена, по которой продавец согласен продать товар. *Шкала предложения* – это зависимость между объемом предложения товара и его ценой. Это перечень предлагаемых объемов при каждой из множества цен.

Предложение можно рассматривать с количественной и качественной сторон. *Предложение с количественной стороны* есть объем готовности товаров (количество товаров) за данный период времени. *Предложение с качественной стороны* есть готовность заключить сделку по продаже конкретного товара.

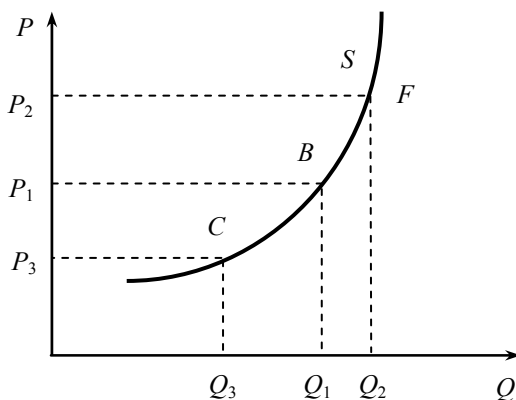


Рис. 7.3. Кривая предложения

На изменение предложения влияют как ценовые, так и неценовые факторы (рис. 7.4).

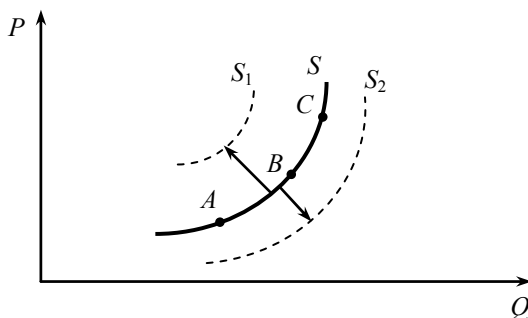


Рис. 7.4. Изменения кривой предложения

Ценовые факторы перемещают предложение от одной точки (B) к другой (A и C) вверх или вниз. Это зависит от уровня (высоких или низких) цен. Следовательно, главным фактором, определяющим объем предложения, является цена.

Неценовые факторы смещают кривую предложения либо вправо (вниз), либо влево (вверх). К ним относятся: изменение ресурсных цен, технологии, цен на товары-заменители, налогов и субсидий, ожиданий производителей, количества продавцов (поставщиков).

Изменение ресурсных цен. Увеличение цен на ресурсы способствует повышению издержек производства и тем самым сокращает предложение, и кривая предложения S смещается вверх. Чем больше издержек, тем меньше предложение. Рост цен на ресурсы вызывает смещение кривой предложения влево (S_1), а их снижение – вправо (S_2).

Изменение технологии. При внедрении новых, совершенных технологий удешевляется и увеличивается производство и предложение. Смещение кривой происходит вправо (S_2).

Изменение цен на товары-заменители. Если растут цены на мясо птицы, то производители начинают увеличивать производство птицы, а производство говядины может сократиться.

Изменение налогов и дотаций. Повышение налогов сокращает финансовые возможности производителей, уменьшает объем производства, что приводит к смещению кривой предложения влево (S_1), при снижении кривая предложения смещается вправо (S_2).

Дотации – это денежные средства, выделяемые из государственного или местного бюджетов для оказания финансовой поддержки производителям. Они способствуют росту производства и предложения, сдвигают кривую предложения вправо (S_2).

Изменение ожиданий производителей. Ожидая повышения цен, производители будут задерживать реализацию своих товаров. Это вызывает сокращение предложения, кривая сдвигается влево (S_1), и наоборот, если возникает излишек товаров, то кривая предложения сдвигается вправо (S_2).

Изменение количества продавцов-поставщиков. Чем больше поставщиков на рынке, тем больше предложение, и наоборот.

7.3. Рыночное равновесие.

Рыночная цена и ее функции

В результате взаимодействия спроса и предложения устанавливается рыночное равновесие и формируется рыночная цена.

Рыночное равновесие – это такое состояние рынка, когда интересы производителей и потребителей совпадают, а спрос и предложения равны (рис. 7.5). При этом объем спроса равен объему предложения $Q_L = Q_3$, а цена спроса равна цене предложения ($P_d = P_s$). Это означает: нет избытка продукции и нет дефицита продукции, что произведено, то и продано. Такая ситуация возникает на пересечении кривых спроса D и предложения S в точке O . Только в этой единственной точке цена устраивает одновременно и покупателя, и продавца, которая называется *рыночной равновесной ценой*, или *рыночным клирингом*. Если цена повышается выше равновесной, то продавец стремится продать больше товаров, но потребитель будет покупать с меньшим желанием. В результате образуется избыток товара. Под воздействием конкуренции продавцов цена начинает снижаться, и у покупателей появится желание покупать больше, но продавцы станут продавать меньше. В результате рынок вернется в состояние покоя.

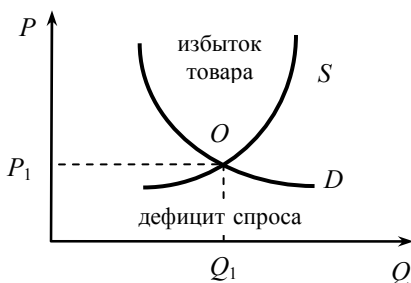


Рис. 7.5. Рыночное равновесие

Если цена опустится ниже равновесной, то спрос будет больше предложения, возникнет дефицит товара. Под воздействием конкуренции покупателей цена начнет возрастать до тех пор, пока предложение не уравнивается со спросом, т.е. пока не наступит равновесие.

Когда имеет место избыточный спрос, производители (продавцы), обладая рыночной властью, могут диктовать условия купли-продажи потребителям (покупателям): поднимать цены и при этом продавать столько продукции, сколько хотели бы по более высоким ценам. Такая ситуация на рынке характеризуется как *«рынок продавца»*.

Когда на рынке наблюдается значительное превышение предложения над спросом (избыточное предложение), давление со стороны нереализованных товаров заставляет производителей снижать цену, а потребители получают возможность широкого выбора товаров. Такая ситуация получила название *«рынок покупателя»*.

Существуют понятия «излишек потребителя» или «излишек производителя». «Излишек потребителя» – это разница между ценой спроса, т.е. максимальной ценой, которую потребители готовы потратить на определенное количество товаров, и количеством денег, которое они действительно отдали при сложившейся цене равновесия.

«Излишек производителя» – это разница между рыночной ценой, которую они получили за свой товар, и теми ценами, по которым они готовы были продать свой товар.

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

- равновесие рассматривают по отношению к какому-либо отдельному виду товаров, а от изменения цен других товаров при этом абстрагируются, считая их цены неизменными (с целью упрощения процесса анализа);
- предполагают неизменность доходов покупателей, цен товаров, конкурирующих с данным товаром и т.п.

Обычно, когда фиксируют изменение спроса и предложения, а также условий рыночного равновесия, то оговаривают, что указанные соотношения имеют место только «при прочих равных условиях». Это означает, что рассматриваемые рыночные отношения применимы к некоторому идеальному рынку совершенной конкуренции, в котором отсутствуют монопольные цены. Кроме

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

Современные модели рыночного равновесия на микроуровне включают:

- *паутинообразную модель*. Суть ее состоит в том, что при отклонении цен от равновесного состояния происходят колебание цен и изменение количества товара, реализуемого на рынке. В результате этого устанавливается рыночное равновесие между спросом и предложением;

- *невальрасову модель*. Она связана с жесткими ценами и основывается на допущениях гибкости цен. Рыночное равновесие может наступать путем изменения цен или количества товаров, предлагаемых для реализации;

- *модель очереди* – установление рыночного равновесия с помощью очереди. Очередь означает, что для потребителя затраты на приобретение товара складываются из двух частей: денежной фиксированной цены, установленной за товар, и потерь, связанных со стоянием в очереди. Оценка потерь может быть определена доходами, которые потребитель мог получить за это время, если бы занимался полезной работой;

- *модель рыночного равновесия при вмешательстве государства*. При избытке товаров на рынке государство закупает эти избыточные товары. Следовательно, избыток ликвидируется и наступает экономическое равновесие. Когда же на рынке дефицит товаров, то государство выступает в качестве дополнительного поставщика товаров, что ведет к экономическому равновесию.

Таким образом, законы рынка корректируют цены с учетом экономических интересов продавцов и покупателей, приближая их к равновесному значению. Рыночный механизм становится способом экономического развития. Именно это имел в виду А. Смит, говоря о принципе «невидимой руки рынка», устанавливающей порядок, гармонию, пропорциональность, обеспечивающей развитие общества.

Рассмотрим более подробную модель, известную в теории как *паутинообразная модель* установления рыночного равновесия. Она основана на следующих предпосылках:

- все взаимодействия происходят в течении дискретно определенных промежутков времени (циклов производства и реализации);
- объем спроса зависит от цены товара в текущем периоде;
- объем предложения определяется ценой предыдущего периода;
- запасов товара не создается – все, что произведено, должно быть продано в текущем периоде.

Согласно выводам, полученным в результате исследования модели, возможны три типичных ситуации, которые показаны на графиках на рис. 7.6.

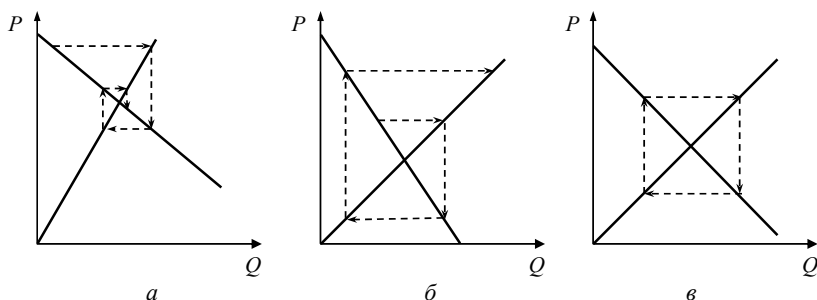


Рис. 7.6. Установление рыночного равновесия в паутинообразной модели

Как видно из рис. 7.6, устойчивость рыночного равновесия зависит от соотношения углов наклона линий спроса и предложения. А значит, – от величин излишков потребителей и производителей и/или от значений эластичностей функций спроса и предложения по цене. Если излишек производителя превышает излишек потребителя (случай (а)), равновесие устойчиво. Если излишек производителя меньше излишка потребителя (случай (б)), равновесие неустойчиво. Случай (в) – пограничный, отклонение от равновесных значений цены и количества товара приводит к колебаниям одинаковой амплитуды около положения равновесия.

Что помогает понять паутинообразная модель? Для ответа на этот вопрос необходимо определить основные различия в

характеристиках ситуаций (*a*) и (*б*). Сначала сравним характеристики спроса, считая, что предложение в обоих случаях одинаково. Более крутой наклон линии спроса в ситуации (*б*) может означать, что у товара на этом рынке меньше заменителей, возможно, это предмет роскоши.

Если же предположить, что товары одинаковы, то, очевидно, что в ситуации (*б*) наблюдается большее расслоение потребителей по уровням дохода, и, кроме того, численность потребителей в каждой группе (наиболее обеспеченных, со средним достатком, наименее обеспеченных) уменьшается. Уменьшается и общее число покупателей.

Требование превышения излишка производителя над излишком потребителя, как необходимое условие достижения рыночного равновесия, с точки зрения теории рыночной динамики (Й. Шумпетер) выглядит вполне обоснованно. Предприниматель рискует больше, чем потребитель. Следовательно, ему необходим больший «запас прочности».

Заметим также, что при условии идентичности спроса в обеих ситуациях ((*a*) и (*б*)), излишек производителя в ситуации (*a*) превышает тот же излишек в ситуации (*б*). То есть наклон линии предложения больше. Это, как мы помним, означает, что попытки увеличить выпуск отдельным производителем, оцениваются большими альтернативными затратами. Следовательно, рынок (*a*) характеризуется большей степенью конкуренции, чем рынок (*б*), и там менее вероятно появление доминирующей фирмы (монополии).

Следовательно, если доходы населения, потребляющего продукт будут заметно различаться и/или производители будут ограничены в маневре ресурсами, то это затруднит процесс установления рыночного равновесия. Предотвратить подобные ситуации должна социальная политика государства, направленная на справедливое распределение доходов и экономическая политика, направленная на поддержку производителей.

Отсюда можно сделать вывод о том, что неудачи в социально-экономической политике могут привести к нарушению устойчивости равновесия на товарных рынках. А это, в свою очередь, приведет к появлению монополий и снижению эффективности рыночного механизма.

Существует *два подхода* к определению цены: марксистский и рыночный.

Согласно марксистскому подходу, *цена* – денежное выражение стоимости товара. Причем стоимость определяется затратами труда на производстве товара, т.е. имеет трудовую природу.

Рыночный подход предусматривает, что *цена* – это форма выражения полезности (ценности) товара.

В современных условиях в рыночной цене учитываются стоимость и ценность (полезность) товара. Последняя определяется законом спроса и предложения ($\text{цена} = \text{стоимость} + \text{ценность}$, или полезность).

Рыночная цена выполняет следующие основные *функции*:

- *информационную*. Цена сигнализирует о платежеспособном спросе, о предложении товаров, об избытке ресурсов и т.д. Она является «барометром» определения состояния экономики страны в целом;

- *стимулирующую*. Через механизм цен происходит поощрение хозяйствующих субъектов, рационально использующих свои ресурсы и добивающихся эффекта, внедряющих достижения НТП, новые методы организации и управления производством и т.д.;

- *распределительную*. Ресурсы направляются в эффективные отрасли и производства. Через механизм цен может происходить разорение или обогащение товаропроизводителей;

- *учетно-измерительную*. По уровню цен можно судить об израсходованных материальных, трудовых и финансовых средствах;

- *балансирующую*. Цена устанавливает рыночное равновесие между спросом и предложением.

По степени свободы цены бывают:

- *жестко фиксированные* (твердые цены). Они назначаются органами ценообразования;

- *регулируемые*. Такие цены регулируются государством, прежде всего их верхний предел;

- *рыночные* – свободные от вмешательства государства;

- *сопоставимые* – это цены различных лет;

- *расчетные* – цены, определяющиеся посредством расчетов (исчислений).

В заключении необходимо отметить, что наряду с участниками рыночных отношений, выигравших от равновесной цены есть и проигравшие. Равновесная цена делает данный товар недоступным некоторому числу более бедных потребителей (отрезок кривой спроса вправо от точки O) и нерентабельным его производство для производителей с издержками производства, превышающими рыночную цену.

7.4. Эластичность спроса и предложения

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

Эластичность – это изменение спроса и предложения в зависимости от цены и дохода или степень реакции спроса и предложения на изменение дохода и цены, или масштаба изменения объемов спроса и предложения при изменении цены товара и дохода потребителей. Это понятие введено в экономическую теорию А. Маршаллом.

Изменение объема спроса и предложения (Q) при изменении цены (P) на 1% есть *коэффициент эластичности* (E):

$$E = \frac{Q, \%}{P, \%}.$$

Эластичность спроса – это показатель степени чувствительности (реакции) потребителей к изменениям цены и дохода. Следовательно, различают эластичность спроса по доходу и эластичность спроса по ценам (ценовая эластичность).

Эластичность спроса по доходу определяется изменением спроса на товар в зависимости от изменения дохода потребителя. С ростом дохода товаров приобретается больше. Например, если снижение цены стирального порошка на 5% говорит об увеличении покупательной способности дохода на 10%, то показатель эластичности по доходу будет 2:

$$E_d = \frac{Q}{P} = \frac{10}{5} = 2.$$

Товары, спрос на которые с ростом дохода падает, имеют отрицательную эластичность по доходу. Это товары низкого качества. Товары, спрос на которые с ростом дохода увеличивается, имеют положительную эластичность. Такие товары называются нормальными, или стандартными (товары первой необходимости, товары роскоши и т.д.). Для товаров первой необходимости эластичность будет нулевой.

Ценовая эластичность спроса (эластичность спроса по цене) показывает, насколько изменяется объем спроса на товар (%) при изменении его цены (%):

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

При этом объем спроса изменяется на больший процент. Например, если цена товара снизилась с 5 до 3 р., то спрос возрастает от 3 до 6 ед. При цене 5 р. продали 3 единицы ($5 \times 3 = 15$ р.), при цене 3 р. продано 6 единиц ($3 \times 6 = 18$ р.).

Выделяют следующие *виды* ценовой эластичности:

– *Эластичный спрос* (рис. 7.7). Определенное процентное изменение цены ведет к большему процентному изменению спроса. При этом коэффициент эластичности по цене больше единицы ($E_p > 1$). Это значит, что со снижением цены растет спрос. Чем больше товар имеет заменителей, тем выше его эластичность, так как покупатель может заменить более дорогие товары на более дешевые. Коэффициенты эластичности спроса следующие: у автомобиля – 2,1, электричества – 1,3, мебели – 1,2 и т.д.;

– *Неэластичный спрос*: $E_p < 1$ (рис. 7.8). Процентное изменение цены не сопровождается большим спросом. Изменение объема спроса меньше, чем процентное изменение цены, т.е. изменение цены меньше влияет на изменение спроса. При этом товары не имеют заменителей, следовательно, они неэластичны. Например, коэффициенты эластичности: у картофеля – 0,3, сахара – 0,3, сигарет – 0,5, топлива – 0,6, одежды – 0,6;

– *Единичная эластичность*: $E_p = 1$ (рис. 7.9). Процентное изменение объема спроса равно процентному изменению цены товара, т.е. снижение цены компенсируется соответствующим ростом спроса. Это означает, что при снижении цены увеличивается объем реализации за определенный срок, или при повышении цены уменьшается реализация. Доход в обоих случаях будет одинаковым. Так, коэффициенты эластичности у говядины – 1, пива – 1;

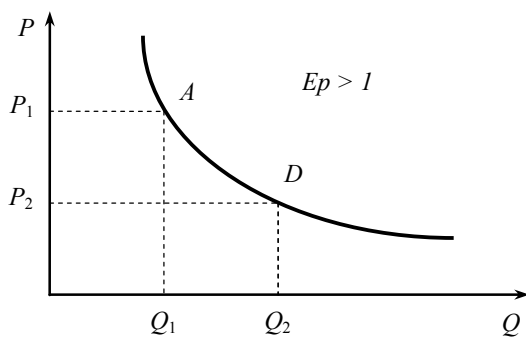


Рис. 7.7. Эластичный спрос

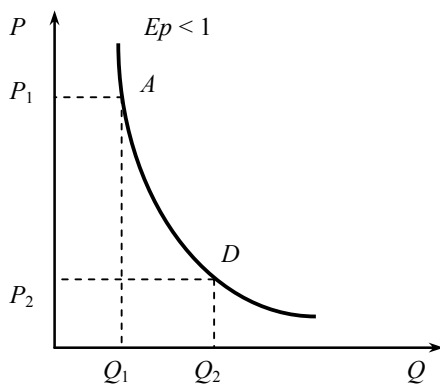


Рис. 7.8. Неэластичный спрос

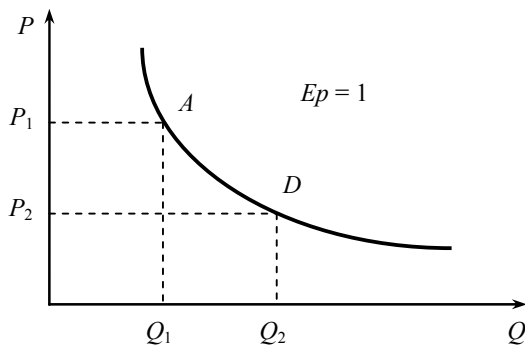


Рис. 7.9. Единичная эластичность

– *Совершенно (абсолютно) неэластичный спрос*: $E_p = 0$ (рис. 7.10). Объем спроса не изменяется при любом изменении цены. Товары не имеют заменителей. Это спрос, например, на некоторые лекарства, без которых нельзя обойтись (инсулин);

– *Совершенно (абсолютно) эластичный спрос*: $E_p = \infty$ (рис. 7.11). Объем спроса может изменяться до бесконечности при незначительном изменении цены или приводит к неограниченному потреблению либо к полному отказу, например, спрос на помидоры летом на городском рынке для соления, салатов, томатов, соков и т.д.

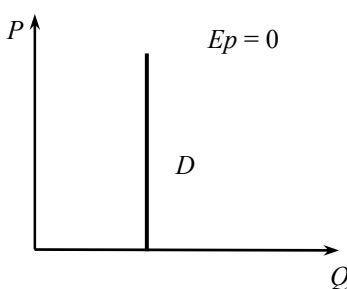


Рис. 7.10. Совершенно (абсолютно) неэластичный спрос

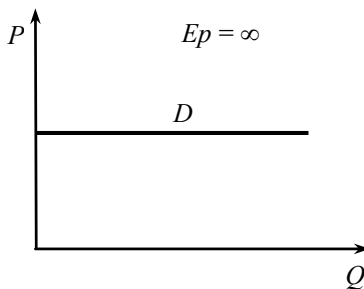


Рис. 7.11. Совершенно (абсолютно) эластичный спрос

Перекрестная эластичность спроса — это зависимость изменения спроса одного товара (автомобиля) от изменения цены другого товара (бензина). Она возникает при использовании взаимодополняющих и взаимозаменяющих товаров.

Например, растет цена на бензин и падает спрос на автомобили с большим расходом горючего. Зависимость спроса на автомобиль от цены на бензин определяется *перекрестной эластичностью* спроса. Коэффициент перекрестной эластичности спроса — это отношение процентного изменения спроса на автомобиль к процентному изменению цены на бензин:

$$E_n = \frac{\text{изменение спроса на автомобиль, \%}}{\text{изменение цены на бензин, \%}}.$$

Перекрестная эластичность бывает положительной, отрицательной и нулевой.

Положительную перекрестную эластичность имеют взаимозаменяющие товары. Так, повышение цены на кофе вызывает рост спроса на чай или подорожание сливочного масла увеличивает спрос на маргарин. Чем выше коэффициент перекрестной эластичности, тем больше взаимозаменяемость товаров.

Отрицательной перекрестной эластичностью обладают взаимодополняющие товары. С ростом цены одного товара потребление другого падает. Например, бензин и автомобиль. Чем выше коэффициент перекрестной эластичности, тем больше взаимозаменяемость товаров или степень изменения количества предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения цены. Она зависит от способности товара к длительному хранению, времени, возможности расширения производства товаров.

Товары, являющиеся нейтральными по отношению друг к другу, имеют *нулевую перекрестную эластичность*. Например, сапоги и хлеб, капуста и автомобиль и т.д. Перекрестная эластичность широко используется при проведении антимонопольной политики.

Эластичность предложения – это чувствительность, реакция предложения на изменение цены товара. Коэффициент эластичности предложения – это отношение процентного изменения количества предложенного товара Q к процентному изменению цены P товара:

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

Виды эластичности предложения:

– *Совершенно неэластичное предложение*. Изменение цены не приводит к изменению предложения, поскольку производство данного товара не может быть увеличено, как бы высоко ни поднялась цена. Оно имеет вид вертикальной линии (рис. 7.12);

– *Абсолютно эластичное предложение*. Малейшее изменение цены вызывает сокращение предложения до 0 (рис. 7.13). Оно представляет собой горизонтальную линию. Здесь предложение возможно при цене P_0 , при которой продавцы готовы продать любое требуемое количество товара;

– *Эластичное предложение* ($E_s > 1$). Повышение цены вызывает увеличение предложения (рис. 7.14). Чем выше эластич-

ность предложения, тем быстрее снижаются доходы продавцов. Чем она ниже, тем медленнее падение доходов;

– *Неэластичное предложение* ($E_s < 1$). Повышение цены вызывает очень небольшое изменение в предложении (рис. 7.15).

На эластичность предложения влияют следующие факторы: особенности производства, количество и качество товаров, временной фактор.

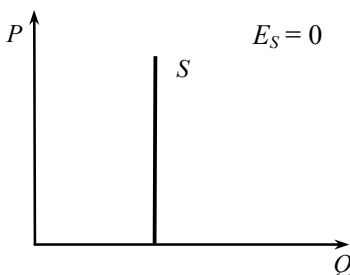


Рис. 7.12. Совершенно неэластичное предложение

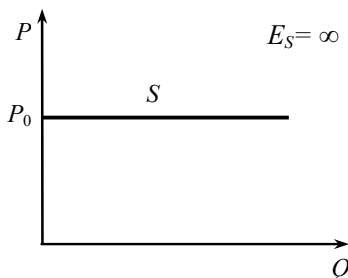


Рис. 7.13. Абсолютно эластичное предложение

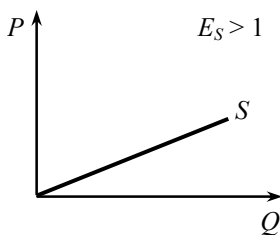


Рис. 7.14. Эластичное предложение

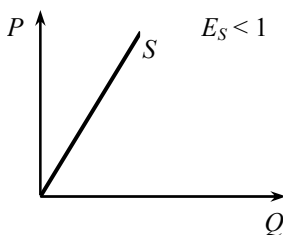


Рис. 7.15. Неэластичное предложение

Особенности производства. Если производитель товара при повышении цены может расширить производство или при понижении цены переключиться на выпуск другой продукции, то предложение этого товара будет эластичным.

Количество и качество товаров. Если товары не могут храниться длительное время, то эластичность будет низкой.

Временной фактор. За короткое время производитель не может приспособиться к изменению цен, и предложение будет совершенно неэластичным.

Теория эластичности спроса и предложения имеет большое значение на практике. Она помогает в определении размеров производства отдельных товаров.

7.5. Государство и ценообразование

В процессе реализации социальной политики государство может устанавливать производителям максимальные и минимальные цены продажи собственной продукцию.

Рассмотрим, что происходит на рынке при установлении более высоких цен по сравнению с равновесными (рис. 7.16).

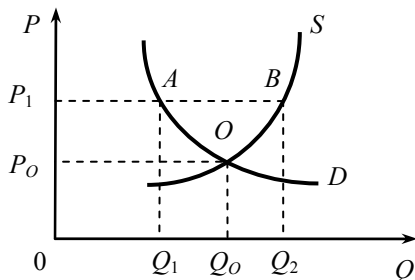


Рис. 7.16. «Цена пола»

Пусть первоначально рынок находится в равновесии в точке O . В целях поддержки фермеров правительство устанавливает минимальную цену зерна P_1 («цену пола»), которая превышает равновесную. У производителей повышается стимул к расширению производства продукции до объема Q_2 . Однако на рынке нет спроса на такой объем продукции, и у производителей образуется излишек, равный разнице между объемом предложения зерна Q_2 по цене P_1 («цена пола») и объемом спроса Q_1 по этой же цене. В результате затраты потребителей составят площадь прямоугольника OP_1AQ_1 , а затраты правительства (налогоплательщиков) — площадь прямоугольника Q_1ABQ_2 .

Теперь рассмотрим, что произойдет на рынке в случае установления государством уровня цен, выше которого производители не вправе продавать свои товары («цены потолка») (рис. 7.17).

Допустим, что на рынке установилась равновесная цена P_O , а государство установило «цену потолка» P_2 ниже равновесной цены.

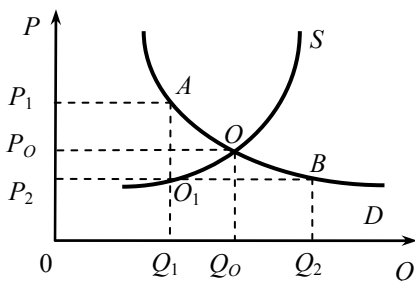


Рис. 7.17. Цена потолка

В результате этого покупатели получают выигрыш в размере площади фигуры $P_2 P_O O O_1$. Выгода покупателей за счет продавцов — это основной ожидаемый эффект, на который рассчитывало государство, вводя контроль над ценой. Однако в результате принятия данного решения будут проявляться определенные эффекты. В первую очередь, возникнет дефицит, потому что величина спроса Q_2 при цене P_2 за единицу товара больше, чем при равновесной цене. Размер дефицита в краткосрочном периоде составит отрезок $Q_O Q_2$.

На появившийся дефицит покупатели и продавцы начинают активно реагировать. В долгосрочном периоде установление «цен потолка» приведет к сокращению производителями производства товара. При этом произойдет перемещение рынка из точки O в точку O_1 и дальнейшее увеличение дефицита. Общий размер дефицита будет представлен теперь отрезком $Q_1 Q_2$.

Потребители в создавшихся условиях смогут приобрести только то количество товара, которое будет предложено на рынке, т.е. Q_1 .

Данный объем недостаточен, и между потребителями возникает конкуренция. Они вынуждены платить гораздо более высокую цену P_1 по сравнению с установленной «ценой потолка».

Таким образом, государственный контроль цен корректирует функционирование рыночного механизма, в результате чего общество может получить выгоды или понести потери.

Экономические субъекты осуществляют свою деятельность с целью получения прибыли. Поэтому очень часто они не учитывают интересы отдельных индивидов и всего общества в целом. Вследствие этого проявляется несовпадение частных и общественных издержек и выгод, так как социальные издержки помимо частных включают в себя и экстернальные издержки, а социальные выгоды – частные и экстернальные выгоды.

Без учета экстерналий может возникнуть ситуация, когда будет выгодно производить преимущественно дешевый товар, создающий внешние отрицательные эффекты. Например, нефтепереработчикам выгодно производить дешевый бензин, хотя он и содержит много вредных веществ, загрязняющих окружающую среду. Поэтому государство через механизм акцизов может устанавливать новый уровень цен, при котором менее вредный бензин будет стоить дешевле более вредного и, соответственно, пользоваться большим спросом. Для аналогичных целей могут использоваться и другие инструменты государственного регулирования.

Таким образом, можно видеть, что государство может переложить общественные издержки (экстерналии), возникающие вследствие производственной деятельности, на экономические субъекты. Подобный процесс определяется в экономической теории как *интернализация внешних эффектов*. Государство может реализовать интернализацию, устанавливая различного рода экологические платежи, налоги, акцизы и др., а также используя инструменты внеэкономического регулирования.

Рассмотрим воздействие на рыночное равновесие различных налогов, которые устанавливаются на деятельность предприятия. К числу таких налогов относится, например, акцизный налог.

Пусть первоначальное состояние на рынке какого-либо товара характеризуется как равновесное.

Введение, например, акцизного налога на данный товар в размере T денежных единиц на каждую его единицу вызывает смещение кривой предложения S влево – вверх на величину T . Это происходит вследствие того, что ранее производители согласны были предложить Q_0 товара при цене P_0 . Теперь же они согласны предложить то же количество товара, но уже по цене на T денежных единиц выше прежней P_0 (рис. 7.18).

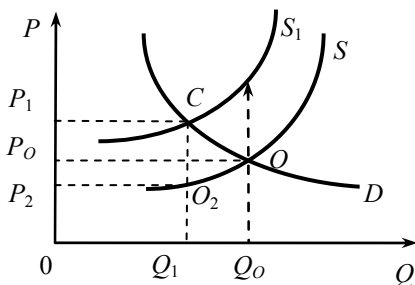


Рис. 7.18. Воздействие на рыночное равновесие различных налогов

В результате изменения рыночного равновесия производителям достается выручка от продажи по прежней цене P_0 , а излишек продажной цены, равный величине налога T , пойдет государству. Заметим при этом, что налог не изменяет количество товара, которое покупатели желают приобрести по новой цене, и не приводит к смещению кривой D .

Новое состояние рынка характеризуется величинами Q_1 , P_1 , P_2 .

На графике видно, что объем Q_1 меньше прежнего P_0 . Цена P_1 , которую платит покупатель, выше первоначальной равновесной цены P_0 . Цена P_2 , фактически получаемая продавцом (без налога), ниже первоначальной. Разница между ценами P_1 и P_2 достается государству в виде налога.

Таким образом, в результате введения акцизного налога сокращается как объем производства, так и объем потребления. Кроме того, покупатели платят более высокую цену, а продавцы получают более низкую цену по сравнению с первоначальной равновесной ценой.

Следовательно, налог ухудшает экономическое положение и покупателей, и продавцов.

Распределение налогового бремени между покупателями и продавцами зависит от эластичности спроса и эластичности предложения на отдельные виды товаров.

Выводы

1. Потребности – это желания людей иметь товары и услуги, которые удовлетворяют их спрос. Потребности безграничны и постоянно растут, что выражается в законе «возвышения потребностей». Формой выражения потребностей является спрос. Спрос – платежеспособная потребность, т.е. сумма денег, которую покупатели могут заплатить за нужные товары и услуги.

По теории Кейнса, двигателем экономики является спрос. Он выступает в качестве основного фактора производства.

2. Существуют ценовые и неценовые факторы, влияющие на спрос. Ценовые факторы изменяют объем спроса, что характеризуется движением спроса по кривой линии от одной точки до другой вверх или вниз. К ним относятся эффект дохода, эффект замещения и закон убывающей полезности. К неценовым факторам спроса относятся: изменение вкусов потребителей, изменение количества покупателей, изменение дохода и цен на взаимозаменяемые товары, изменение в ощущениях потребителей. Они смещают (сдвигают кривую спроса вправо или влево).

3. Предложение – это совокупность товаров и услуг, находящихся на рынке или способных быть на рынке. Оно определяется производством. Суть закона предложения – чем выше цена, тем выше предложение. На изменение предложения влияют ценовые факторы (различные цены) и неценовые факторы (изменение ресурсных цен, изменение технологии, изменение цен на товары-заменители, изменение налогов и т.д.).

4. В результате взаимодействия спроса и предложения устанавливается рыночное равновесие и образуется рыночная цена. Рыночное равновесие – это такое состояние рынка, когда интересы производителей и потребителей совпадают, когда спрос и предложение равны. Рыночная цена – это форма выражения полезности (ценности) товара.

5. Эластичность – это изменение спроса и предложения в зависимости от цены и дохода, или степень реакции спроса и предложения на изменения дохода и цены. Бывают эластичность спроса по доходу и эластичность спроса по цене. Перекрестная эластичность спроса – это зависимость изменения спроса одного товара (автомобиля) от изменения цены другого товара (бензина). Она возникает при использовании взаимодополняющих и взаимозаменяющих товаров.

6. Интернализация внешних эффектов. Процесс переноса общественных издержек на экономические субъекты, осуществляющих экономическую деятельность, вследствие которой возникают общественные издержки.

7. Введения акцизного налога сокращается как объем производства, так и объем потребления.

Вопросы для самопроверки

1. Раскройте суть «закона спроса».
2. Что такое индивидуальный спрос и рыночный спрос?
3. В чем состоит суть таких понятий, как «эффект дохода», «эффект замещения» и «закон убывающей полезности»?
4. Что представляют собой понятия «цена предложения» и «шкала предложения»?
5. Дайте определения понятиям «излишек производителя» и «излишек потребителя».
6. Какие подходы к определению цены Вы знаете?
7. Что представляет собой понятие «ценовая эластичность спроса»?
8. Что означает понятие «абсолютно эластичное предложение»?
9. Назовите факторы, от которых зависит эластичность предложения.
10. В чем состоит отличие «рынка продавца» от «рынка покупателя»?
11. Как воздействует на рыночное равновесие «цены потолка» и «цены пола»?
12. Как воздействует на рыночное равновесие введение косвенных налогов?
13. Что означает интернализация внешних эффектов.

Понятия

Спрос • Закон спроса • Индивидуальный спрос • Рыночный спрос • Ценовые факторы спроса • Неценовые факторы спроса • Предложение • Закон предложения • Цена предложения • Шкала предложения • Ценовые факторы предложения • Неценовые факторы предложения • Рыночное равновесие • Рынок покупателя • Рынок продавца • Излишек потребителя • Излишек производителя • Эластичность • Эластичность спроса • Эластичность предложения • Перекрестная эластичность спроса • «Цена потолка» • «Цена пола» • Интернализация внешних эффектов

Глава 8

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ФИРМА

8.1. Основные формы организации предпринимательства

А. Смит в работе «Богатство народа» определил предпринимательство как хозяйственный риск с целью извлечения прибыли. А. Маршалл считал предпринимательство менеджментом. И. Шумпетер в работе «Теория экономического развития» рассматривал предпринимательство как новаторство. В нашей стране первопроходцами в этой области были А. Чаянов и Н. Кондратьев. Однако с отменой НЭП предпринимательство до 1990-х гг. считали идеологически чуждым российскому обществу. Его связывали со спекуляцией, жульничеством и махинациями. В условиях административно-командного управления экономическая инициативная деятельность, направленная на достижение коммерческого успеха (прибыли), запрещалась.

Между понятиями «предпринимательство» и «бизнес» можно поставить знак равенства. Первый термин – русского происхождения, а второй – иностранного. Термин «предпринимательство» используют тогда, когда хотят подчеркнуть новаторскую сторону бизнеса. Деятельность, связанную со снабжением и реализацией продукции в условиях рынка, называют, *бизнес-деятельностью*. Основной структурной единицей бизнес-деятельности является фирма (предприятие).

Предпринимательство (бизнес) – это инициативная деятельность граждан и их объединений, направленная на получение выгоды (прибыли). Оно осуществляется гражданами на свой страх и риск, органически связано с экономической свободой. Предпринимательство – это не род занятий, а склад ума и свойства натуры (И. Шумпетер), а также особое воображение, дар предвидения, воля к победе.

Субъектом предпринимательства является предприниматель, бизнесмен, который организует выгодное дело. Им может

быть любой собственник – частное лицо, кооператор, арендатор, группа лиц, государственное и муниципальное предприятие (физические и юридические лица).

Термин «предприниматель» был введен французским экономистом Р. Кантиллоном (1680–1734 гг.) в начале XVII в. для обозначения человека, который берет на себя риск организации нового дела или с разработки новой идеи, новой продукции, нового вида услуг, предлагаемых обществу. В условиях рыночной экономики предприниматель является ключевой фигурой. Субъект приобретает статус предпринимателя после регистрации в госучреждениях.

Предприниматель и менеджер – понятия не тождественные. Термин предприниматель существует с XVII в., а менеджер – с конца XIX в.

Предпринимательская деятельность может осуществляться с применением наемного труда и без него.

Основными условиями предпринимательской деятельности являются:

- 1) самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов;
- 2) ответственность за принимаемые решения;
- 3) ориентация на достижение коммерческого успеха (стремление к увеличению прибыли).

В рыночной экономике существуют три формы предпринимательской деятельности: государственная, коллективная и частная.

Центральным звеном предпринимательства является *сделка* – взаимное действие двух или нескольких экономических субъектов в интересах получения взаимной выгоды.

По виду деятельности выделяют: производственное, коммерческое, финансовое, посредническое, страховое предпринимательство.

Производственное предпринимательство связано с производством товаров и услуг, духовных ценностей для последующей реализации.

Коммерческое предпринимательство предполагает торговлю готовыми товарами и услугами по ценам, превышающим цену приобретения.

Финансовое предпринимательство – это особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают деньги и ценные бумаги.

Посредническое предпринимательство связано с нахождением предпринимателем двух заинтересованных в сделке сторон.

Страховое предпринимательство предполагает страхование и возмещение возможного ущерба имуществу, ценностям, жизни, здоровью в результате непредвиденных обстоятельств.

В основе всех видов предпринимательства лежит личный интерес предпринимателя. Й. Шумпетер выделяет следующие основные мотивы личных интересов: потребность во власти, стремление к победе в борьбе с соперниками, радость творчества, которую дает самостоятельное ведение дела.

По *формам собственности* предпринимательство бывает частное, государственное и муниципальное.

По *числу собственников* предпринимательская деятельность подразделяется на индивидуальную и коллективную.

По *организационно-правовым формам*: индивидуальное или частное предпринимательство; партнерство (товарищество); корпорация (акционерное общество).

Индивидуальное, или частное, предпринимательство – есть бизнес, владельцем которого является один человек. Он максимально заинтересован в эффективном использовании всех ресурсов. Владелец индивидуального бизнеса одновременно выполняет функции руководителя, собственника, организатора и управленца, т.е. менеджера. Его преимущества в том, что он владеет всем доходом и может производить любые изменения. Эта форма является наиболее простым и дешевым способом организации бизнеса. Владелец здесь не является юридическим лицом. После регистрации своей деятельности он получает лицензию и платит лишь подоходный налог. Такой бизнес характерен для мелких торговцев, сферы услуг, консультационной деятельности преподавателей, юристов и т.д. К недостаткам этой формы относятся ограниченность финансовых ресурсов и высокий процент риска.

Партнерство (полное и смешанное, командитное *товарищество*) – это бизнес, организуемый двумя или более лицами. Партнерство тоже не является юридическим лицом, поэтому

партнеры облагаются только подходящим налогом и несут ответственность по всем долгам партнерства. Партнеры объединяют свои ресурсы, идеи и поровну распределяют результаты (прибыль и убытки). Сюда примыкают потребительские и сбытовые кооперативы – объединения пайщиков, а также брокерские конторы, аудиторские фирмы, службы сферы услуг. К недостаткам данной формы можно отнести ответственность одного за всех участников, недостаточность финансов и вероятность несовпадения интересов партнеров.

Корпорация (АО) – это совокупность лиц, объединенных для совместной предпринимательской деятельности как юридическое лицо. Ответственность каждого собственника ограничена его вкладом (паем). Собственность корпорации разделена на части по акциям. Владельцы корпораций называются держателями акций, акционерами, а сама корпорация в основном выступает в виде акционерных обществ (АО). Доход корпорации облагается налогом с корпораций. Ядром корпорации является совет директоров, который определяет политику развития. Корпорации могут иметь дочерние предприятия. При этом по всем обстоятельствам отвечает за свое дочернее предприятие основное общество (холдинг). К недостаткам можно отнести злоупотребление в результате выпуска и продажи фиктивных акций, т.е. не имеющих реальной стоимости, переложение ответственности на других.

По признаку размера бизнеса (предпринимательства) различают следующие виды: крупный, средний и малый бизнес. К крупному бизнесу относятся фирмы с численностью работающих более 500 человек.

Крупный бизнес отличается большей прочностью и устойчивостью. Его монопольное положение на рынке дает ему возможность производить дешевую массовую и прибыльную продукцию.

Преимущества крупного бизнеса заключается в том, что только ему доступно массовое производство, является проводником НТП, занимает устойчивое и прочное положение в отрасли. В то же время он имеет тенденцию к монополизации. Например, шведский концерн «Электролюкс» за 10 лет поглотил более 400 фирм.

Средний бизнес в экономике играет менее заметную роль в сравнении с крупным и мелким бизнесом. Поэтому он либо перерастает в крупный либо в малый бизнес, либо перестает существовать вообще.

Малый бизнес – это бизнес, способный быстро, гибко и оперативно реагировать на новые изобретения и открытия. Он не боится риска, исключительно мобилен и быстро приспосабливается к изменяющимся условиям производства. Его представляет сеть малых предприятий. Как правило, малым предприятием считается фирма с численностью работающих менее 100 человек.

На малых предприятиях сначала проходят апробацию (проверку) разнообразные нововведения, которые затем переносятся в практику крупных предприятий. Название «малые» исходит от численности занятых на предприятиях. Причем это число дифференцируется по сферам и отраслям экономики. Например, в Западной Европе (ЕС) около 1 млн малых предприятий, где работают от 10 до 99 наемных работников, в Японии – 99,2% от общего числа предприятий, в США – более 11 млн малых предприятий, на которых занято 60% всей рабочей силы и создается 40% ВВП. В России их количество составляло в 2014 г. более 2100 тыс.

В целом, по данным ООН, малым бизнесом в мире занято более 50% населения.

В России к малому бизнесу относятся предприятия, у которых средняя численность работников за предшествующий календарный год не превышала 100 человек или выручка от реализации товаров (работ, услуг) была не больше 400 млн руб. Органами статистики в структуре малого бизнеса отдельно выделяются микропредприятия, характеризующиеся средней численностью работников до 15 человек включительно и выручкой от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета НДС не более 60 млн руб.

Состояние развития малого бизнеса в Российской Федерации представлено в табл. 8.1.

Таблица 8.1

**Число малых предприятий
по видам экономической деятельности на конец года, тыс.***

Показатели	Годы				
	2005	2011	2012	2013	2014
Всего	979,3	1836,4	2003	2063,1	2103,8
Из них по видам экономической деятельности:					
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	26,8	59,9	62,5	62,6	56,1
рыболовство, рыбоводство	2,2	3,6	3,8	3,9	3,9
добыча полезных ископаемых	3,6	6,2	7,1	7,2	7,7
обрабатывающие производства	120	171,3	191,6	195,9	199,9
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	2,9	11,4	12,7	12,8	13,1
строительство	109,3	202,6	231,3	241,5	250,4
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	448,8	727,3	787	806,8	815,8
гостиницы и рестораны	19,9	53,1	56,1	59,2	63,5
транспорт и связь	44,3	114,9	129,7	136,9	143
финансовая деятельность	12,5	27,1	29,2	30,2	31,3
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	151,9	381,4	408,9	418,9	428,4
образование	2,7	5,7	6,2	6,4	6,7
здравоохранение и предоставление социальных услуг	10,5	24,9	27,1	29	30,6
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	23,6	46,7	49,4	51,5	53,3

Источник: Российский статистический ежегодник. 2015: стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – С. 311.

В отраслевой структуре малых предприятий в 2014 г. наибольший удельный вес приходился на оптовую и розничную торговлю; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования – 38,78% (815,8 тыс. предприятий). Далее располагались такие отрасли как: операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг – 20,36% (428,4 тыс.); строительство – 11,9% (250,4 тыс.); обрабатывающие производства – 9,5% (199,9 тыс.); транспорт и связь – 6,8% (143,0 тыс.); гостиницы и рестораны – 3,02% (63,5 тыс.); сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство – 2,67% (56,1 тыс.); предос-

тавление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг – 2,53% (53,3 тыс.); финансовая деятельность – 1,49% (31,3 тыс.); здравоохранение и предоставление социальных услуг – 1,45% (30,6 тыс.); производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 0,62% (13,1 тыс.); добыча полезных ископаемых – 0,37% (7,7 тыс.); образование – 0,32% (6,7 тыс.) и рыболовство, рыбоводство – 0,19% (3,9 тыс.).

В начале анализируемого периода в 2005 г. максимальная доля приходилась также на оптовую и розничную торговлю; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования – 45,83%. За ней следовали: операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг – 15,51%; обрабатывающие производства – 12,25%; строительство – 11,16%; транспорт и связь – 4,52%; сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство – 2,74%; предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг – 2,41%; гостиницы и рестораны – 2,03%; финансовая деятельность – 1,28%; здравоохранение и предоставление социальных услуг – 1,07%; добыча полезных ископаемых – 0,37%; производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 0,3%; образование – 0,28%; рыболовство, рыбоводство – 0,22%.

В течение анализируемого периода (2005–2014 гг.) больше всего число малых предприятий возросло в оптовой и розничной торговле; ремонте автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования – 367,0 тыс. Далее располагались такие отрасли как операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг – 276,5 тыс.; строительство – 141,1 тыс.; транспорт и связь – 98,7 тыс.; обрабатывающие производства – 79,9 тыс.; гостиницы и рестораны – 43,6 тыс.; предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг – 29,7 тыс.; сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство – 29,3 тыс.; здравоохранение и предоставление социальных услуг – 20,1 тыс.; финансовая деятельность – 18,8 тыс.; производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 10,2 тыс.; добыча полезных ископаемых – 4,1 тыс.; образование – 4,0 тыс.; рыболовство, рыбоводство – 1,7 тыс.

Рост удельного веса отмечался в следующих отраслях: операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг –

4,85%; транспорт и связь – 2,27%; гостиницы и рестораны – 0,99%; строительство – 0,74%; здравоохранение и предоставление социальных услуг – 0,38%; производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 0,33%; финансовая деятельность – 0,21%; предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг – 0,12%; образование – 0,04%.

В то же время уменьшение удельного веса произошло в рыболовстве, рыбоводстве – (–0,04%); сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве – (–0,07%); обрабатывающих производствах – (–2,75%); оптовой и розничной торговле; ремонте автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования – (–7,05%). Удельный вес малых предприятий в сфере добычи полезных ископаемых не изменился – 0,37%.

В современных условиях в сфере малого бизнеса все большее распространение получает франчайзинг и венчурное предпринимательство.

Франчайзинг (льготный) – это система (способ) организации бизнеса, при котором одна компания (франчайзор) передает другой независимой компании или индивидуальному предпринимателю (франчайзи) право вести бизнес, используя имя и образ франчайзора и реализуя аналогичный с франчайзором товар (услугу) идентичным способом.

Франчайзи получает возможность выступать на рынке под маркой франчайзора, используя его репутацию, продукт и услуги, маркетинговые технологии и механизмы поддержки. Франчайзи соответственно обязуется осуществлять свою деятельность по заранее определенным законам и правилам ведения бизнеса, которые устанавливает франчайзор.

Венчурный бизнес – это вид бизнеса, ориентированный на практическое использование технических и технологических новинок, результатов научных достижений, еще не опробованных на практике. При этом часто возникает высокий риск вследствие несоответствия новой продукции потребностям рынка. Впервые данная форма возникла в США после Второй мировой войны. В России венчурный бизнес получил развитие в виде малого предпринимательства с 1992 г. В настоящее время на рынке венчурного бизнеса России преобладают сделки с мультимедийными и рек-

ламными проектами, электронной коммерцией, программным обеспечением.

В целом социально-экономическое и политическое значение малого бизнеса велико. Он служит базой развития *среднего класса*, выступающего гарантом стабильности в обществе. Его развитие в России осуществляется низкими темпами, что является следствием внутренних (недостаточности стартового капитала) и внешних (высокой стоимости кредитов, неадекватной налоговой системы, криминального прессинга, недостаточно эффективным законодательством) причинами.

8.2. Классификация предприятий (фирм)

Предпринимательская деятельность осуществляется в определенных организационно-экономических формах.

В экономической литературе одни экономисты проводят различие между значениями слов «предприятие» и «фирма», а некоторые считают их синонимами. В Гражданском кодексе РФ понятие «фирма» отсутствует.

Первоначальное значение слова *предприятие* – «задуманное, предпринятое кем-либо дело»¹. Для удовлетворения своих потребностей человек должен совершить определенную последовательность действий. Чем дальше находится цель, которую желает достичь человек, чем больше препятствий на его пути, тем больше нужно будет совершить *согласованных действий*, т.е. таких, которые, будучи совершены последовательно, приведут к достижению поставленной цели. Еще лучше, если будет иметься план таких действий. Тогда запланированную, согласо-

¹ Такое определение дано в Толковом словаре русского языка С. Ожегова. Причем оно существовало гораздо раньше, чем другое, более распространенное сегодня: «Производственное или хозяйственное учреждение: завод, фабрика, мастерская». И в своем первоначальном значении оно имеет синонимами слова: действие, приключение. А, такое юридическое определение как «совместное предприятие», на английский язык переводится как *«joint venture»*. Но, *venture* – это уже, почти буквально, – и «приключение», и «авантюра», т.е. действия связанные с риском.

ванную с другими людьми последовательность действий вполне можно будет назвать *предприятием*.

Но такого определения недостаточно для того, чтобы описать все аспекты деятельности *фирмы – организации – предприятия*. Здесь названы три понятия, которые в первом приближении означают одно и то же. Но в целях теоретического исследования и практических необходимо рассмотреть их различия.

Некоторые предприниматели в России используют слово «фирма», чтобы подчеркнуть серьёзность своих намерений¹. Это же понятие используется в экономической теории в качестве базовой модели предприятия. К признакам фирмы принято относить следующие:

а) фирма представляет собой достаточно крупную *организационную единицу*, выполняя свои функции в промышленном масштабе;

б) фирма является самостоятельным *экономическим агентом*. Самостоятельность фирмы выражена в её юридической независимости, организационной обособленности (фирма как целостная единица никому более не подчинена), производственной и финансовой свободе (фирма сама решает, что, где, как производить и каким образом распределять полученный результат). Самостоятельность фирмы выражается также в особом наименовании фирмы – её торговой марке;

в) фирма покупает ресурсы с целью производства экономических благ, которые, как известно, являются редкими. Именно редкость благ составляет основу обмена, рыночного взаимодействия, в которых участвует фирма;

г) существование и рост фирмы обеспечивается за счёт прибыли². То есть предполагается, что прибыль всегда присутствует в деятельности фирмы – либо как главная цель, либо как один из значимых критериев её поведения.

¹ «Фирма» происходит от английского слова firm – твёрдый, прочный.

² Согласно данному критерию, некоммерческие организации – учреждения, бухгалтерские доходы которых изначально предполагаются в размерах, только покрывающих затраты на ведение уставной деятельности, – не рассматриваются в качестве фирм, так как для них характерны иные стереотипы поведения в экономике.

Необходимо также учитывать, что фирма осуществляет свои функции во внешней экономической среде, к которой относятся потребители, поставщики, государство, конкуренты, природные условия и те, которые создает общество: неформальные институты, законы, стимулы. При таком рассмотрении используют понятие предприятия. Перечислим его основные *партнёрские группы*.

Наиболее глубокое исследование причин возникновения фирмы осуществил американский ученый-экономист Р. Коуз. Суть его открытия в том, что фирма как экономический инструмент возникает в ответ на дороговизну рыночной корпорации. Первоначально фирма (от итальянского «*firma*») означала торговое имя коммерсанта. Ныне этот термин обозначает особый институт современной экономической системы.

Классическое определение фирмы дал Дж. Хикс: «Все, что не домашнее хозяйство, есть фирма». Следовательно, в условиях рыночной экономики предприятие и фирма – однозначные понятия. Они выступают как самостоятельные хозяйствующие субъекты, создаются для производства определенной продукции, выполнения и оказания услуг с целью удовлетворения потребностей людей и получения выгоды (прибыли). Вместе с тем в экономическом лексиконе часто термин «фирма» используется как обобщающее понятие: фирма может включать одно или несколько предприятий и производств.

В связи с этим в современных условиях, хотя существует единая классификация фирм и предприятий, в организационно-правовых формах имеются определенные различия.

В современной экономической теории *фирма* – это сложное экономическое образование, особый институт современной экономической системы. Она представляет собой первичную организационную единицу бизнеса, обладающую юридической, производственной и финансовой самостоятельностью.

В деятельности предприятия (фирмы) выделяют внутренние и внешние условия, или среду. Внутренние условия, кроме целей, включают структуру фирмы, технологию, кадры и финансы. Эту среду фирма формирует и развивает сама, руководствуясь своими целями. Внешние условия – это система конкуренции, рынков и

цен, которые фирма сама устанавливать и контролировать не может. Важным фактором внешней среды является поведение покупателей (потребителей) продукции, а также государственное законодательство, регулирующее предпринимательскую и другие формы хозяйственной деятельности.

Общая классификация фирм и предприятий происходит по следующим признакам:

- *по сферам деятельности*: предприятия (фирмы) материального производства (промышленные, сельскохозяйственные, транспортные, строительные, связи и т.д.) и нематериального производства (культуры, здравоохранения, просвещения, сферы услуг и т.д.);

- *по отраслевой деятельности*: моноотраслевые (специализированные) и многоотраслевой (диверсифицированные);

- *по виду деятельности* (производственные, торговые, финансовые, посреднические, страховые, коммерческие);

- *по территориальному признаку* (национальные, региональные, местные, международные, транснациональные и т.д.);

- *по размерам* (крупные, средние, малые);

- *по форме собственности* (государственные, муниципальные, частные и коллективные);

- *по характеру образования* (договорные и уставные);

- *по организационно-правовым признакам*: единоличная (частная) фирма; партнерство (товарищество); корпорация.

Особо следует остановиться на корпорациях, которые могут выступать в виде концерна, треста, синдиката, картеля, ассоциации, консорциума, финансово-промышленных групп.

Концерн – это многоотраслевое акционерное общество, участники которого связаны общностью интересов, договорами, капиталом, участием в совместной деятельности. Объединение происходит вокруг головного предприятия (холдинга), которое владеет акциями всех участников и контролирует их. Участники, расположенные в разных регионах, сохраняют хозяйственную самостоятельность, остаются юридическими лицами, являясь дочерними компаниями или филиалами головной компании.

Трест – объединение фирм (предприятий), в которых участники теряют свою производственно-торговую самостоятельность и руководствуются решениями головного центра.

Синдикат – объединение фирм (предприятий), выпускающих однородную продукцию. Сбыт продукции осуществляется через единую торговую сеть, контору. Участники сохраняют свою производственную и юридическую самостоятельность, но утрачивают коммерческую независимость.

Картель – это соглашение между фирмами (предприятиями) одной отрасли о ценах своей продукции или услуг, о разделении рынка сбыта и о доле в общем объеме производства. При этом многие картели являются специализированными: производственные, сбытовые, патентные, ценовые и т.д.

Консорциум – это объединение фирм (предприятий) с целью проведения крупномасштабной финансовой операции.

Ассоциация – это добровольное объединение независимых физических и юридических лиц с целью взаимного сотрудничества. Это, как правило, формы объединения в одной отрасли в целях устранения излишней конкуренции.

Финансово-промышленные группы (ФПГ) – это объединение финансовых, промышленных, страховых, торговых компаний.

Фирма для эффективной работы должна иметь оптимальные размеры, т.е. существуют ее предельные границы. Эти границы определяются точкой, где предельные (дополнительные) затраты использования рынка становятся равными предельным затратам использования административного контроля. При этом оптимальный размер фирмы будет зависеть от отрасли, технологии, степени интеграции и т.д.

В теории фирмы выделяются вертикально и горизонтально интегрированные фирмы.

Вертикально интегрированная фирма – это совокупность фирм, включающих все стадии получения конечного продукта (от добычи нефти до торговли нефтепродуктами).

Вертикальная интеграция получила распространение в экономиках всех стран мира. Наиболее известны два примера.

В 1950-е гг. XX в. компания «Зингер» производила все детали и узлы для своих знаменитых швейных машинок; более того, она построила деревообрабатывающие цеха, изготавливавшие деревянные тумбы для этих машинок, владела лесопильным производством, поставлявшим материалы для дерево-

обрабатывающих цехов, и даже лесными делянками, снабжавшими лесопилы древесиной.

Другой известный пример – еще раньше (в 1920-х гг.) фирма «Форд моторз» (Детройт) представляла собой завод, на котором осуществлялся весь процесс производства автомобилей, начиная с переработки железной руды.

Для нас знакомство с подобным явлением особенно важно, потому что *сплошная вертикальная интеграция в форме одной гигантской государственной фабрики – принципиальная модель советского производства.*

Сегодня в развитых рыночных странах преобладает противоположная тенденция – *вертикальная дезинтеграция: подразделения крупного предприятия сами становятся самостоятельными предприятиями.*

Главным следствием вертикальной дезинтеграции является то, что *внутрифирменные поставки в этом случае сменяются рыночными сделками.* Доказано, что отношения купли-продажи между независимыми фирмами более эффективны, чем внутрифирменные поставки.

Свертывание вертикальной интеграции означает возрастание роли рыночных факторов, потому, что при том же объеме производства возрастает абсолютное число «продавцов» и «покупателей», следовательно, увеличивается и пространство «экономики».

Вертикальная дезинтеграция существенно меняет состав потребителей, а с ним и характер движения продукции: теперь к «конечным» покупателям присоединяется армия «промежуточных», внося рыночную эффективность в те сферы, где ее не могло быть при вертикальной интеграции.

Отказ от вертикальной интеграции породил в производстве явление, получившее название «*диверсификация*» (разнообразие). Так стало обозначаться *расширение номенклатуры производимой предприятием продукции.* В условиях насыщения рынка предложением и обострения конкуренции диверсификация придает фирме дополнительную коммерческую устойчивость. Диверсификацию можно рассматривать как своеобразную компенсацию за вертикальную дезинтеграцию.

Горизонтально интегрированная фирма – это совокупность фирм, производящих однородную продукцию, т.е. занимающихся одним и тем же бизнесом.

В соответствии с действующим Гражданским кодексом Российской Федерации (с 1 января 1995 г.) предприятия обладают правом юридического лица. Ими могут быть как коммерческие, так и некоммерческие организации. *Коммерческими* являются те предприятия, которые преследуют цель – *извлечение прибыли* и ее распределение между участниками. *Некоммерческие* предприятия не ставят своей целью извлечение прибыли, а выполняют определенные общественные заказы. Например, *фонды*, учрежденные на основе добровольных имущественных взносов, имеющие социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные цели.

Виды предприятий:

1. *Единоличное, индивидуальное (семейное) частное предприятие*. Оно создается отдельным гражданином или членами его семьи на праве частной собственности. Имеет собственное наименование с указанием фамилии предпринимателя, является юридическим лицом.

2. *Государственное унитарное предприятие*. Оно создается государством. При этом имущество является собственностью не предприятия, а государства. В этом суть понятия «унитарное». Имущество не может быть распределено по вкладам или долям между участниками. Является юридическим лицом.

3. *Муниципальное унитарное предприятие*. Образуется органами местного самоуправления. Собственность принадлежит муниципалитету, т.е. выступает как муниципальная собственность, является юридическим лицом.

4. *Полное товарищество* – это объединение нескольких граждан и юридических лиц для совместной предпринимательской деятельности на основе договора. Имущество принадлежит всем участникам на паевой основе, и партнеры лично участвуют в делах товарищества, являясь совладельцами и самоуправляющими делами предприятия. Прибыль делят пропорционально по паям, участники несут солидарную ответственность.

5. *Товарищества на вере* (коммандитное или смешанное товарищество) – это объединение нескольких граждан и юридических лиц для совместной деятельности. Состоит из двух категорий участников: членов-вкладчиков, участвующих в хозяйственной деятельности и несущих ответственность, и *вкладчиков-коммандистов*, не принимающих участия в предпринимательской деятельности, но получающих прибыль и несущих ответственность в пределах своего вклада (пая). Коммандисты должны хорошо знать и доверять свои доли тем, кто организует дело. При этом не исключается вероятность потерь от неудачного ведения дела, и поэтому оно называется «товарищество на вере».

6. *Общество с ограниченной ответственностью* (ООО) – это объединение капиталов, а не лиц. Учреждается одним или несколькими лицами. Уставной капитал разделен на доли. Однако участники не отвечают по его обязательствам, но несут риск убытков в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

7. *Общество с дополнительной ответственностью* (ОДО) – это объединение капиталов одним или несколькими лицами. Уставный фонд разделен на доли. Все участники солидарно несут ответственность. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам.

Акционерное общество – это объединение нескольких граждан или юридических лиц для определенной предпринимательской деятельности путем приобретения (выпуска) акций. Уставной капитал распределен на определенное число акций. Акционеры несут риск убытков только в пределах стоимости своих акций.

Высшим органом управления АО является общее собрание акционеров, которое избирает руководящие и контролирующие органы: совет директоров, правление, ревизионную комиссию. Фактически все решения принимаются акционерами, владеющими *контрольным пакетом акций*, который представляет 50% выпущенных акций плюс 1 акция. Практически в современных условиях, когда акции размещены среди большого числа участников, на принятие решений могут влиять акционеры, имеющие только 10–15% общего количества выпущенных акций.

АО бывает закрытого и открытого типа.

8. *Открытое акционерное общество* (ОАО) имеет право распространять (продавать) выпускаемые акции широкому кругу лиц (физических и юридических).

9. *Закрытое акционерное общество* распространяет свои акции только среди своих учредителей внутри АО.

10. *Производственный кооператив (артель)* – добровольное объединение граждан для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на личном трудовом участии и объединении имущественных паевых взносов (жилищные кооперативы, рыболовецкие артели, артели старателей и т.д.). Производственные кооперативы преимущественно развиты в сельском хозяйстве. Что касается производственных кооперативов, то их можно отнести к так называемым народным предприятиям. Собственники средств производства в этих хозяйствах являются одновременно и тружениками.

11. *Потребительские кооперативы* – это добровольные объединения граждан на основе паевых взносов с целью удовлетворения материальных и иных потребностей. Доходы от предпринимательской деятельности распределяются между его членами.

12. *Объединение предприятий*. К ним относятся союзы, тресты, концерны, конгломераты, ФПК, холдинговые компании и др.

13. *Филиалы и представительства* предприятия – это учреждение предприятием в отдельных регионах (территориях) своих представительств, филиалов, отделений и т.д. Они действуют на основе Устава головного предприятия.

14. *Общественные и религиозные организации (предприятия)* – это добровольное объединение граждан на основе общности их интересов для удовлетворения нематериальных (духовных) потребностей. В основном они являются некоммерческими, но могут осуществлять предпринимательскую деятельность для достижения определенных целей, ради которых они созданы (свечи, крестики, цепочки в церквах и т.д.).

В целом выбор вида экономической деятельности зависит от желания учредителей, финансовых и других производственных ресурсов.

Положения классической школы нашли свое применение в *технологической концепции фирмы*. Здесь она рассматривается как структура, оптимизирующая затраты при данном выпуске, что обусловлено технологическими особенностями производства. Считается, что руководство фирмы обладает достаточной информацией для принятия рационального решения.

В условиях неопределенности, как было впервые показано в работах Ф. Хайека и Г. Саймона¹, частные выгоды определить сложно. Для этого просто нет достаточной информации, и ее получение связано с большими затратами. *Контрактная концепция*, используемая с целью учета фактора неопределенности, представляет *организацию* как совокупность отношений между работниками, управляющими и собственниками (которые определяются формальными или неформальными соглашениями), сеть внутренних контрактов, которые заключаются с целью снижения транзакционных затрат. В этом случае экономические агенты не могут точно вычислить параметры своих функций полезности. Они принимают на себя обязательства по исполнению определенных функций и ролей в организации в обмен на гарантии собственной экономической безопасности. То есть выбирают *удовлетворенность*, а не максимальную полезность.

В *стратегической концепции предприятия* рассматривается как активный субъект рынка, имеющий возможность влиять на общую ситуацию (на равновесные цену и количество товара на рынке, количество продавцов и покупателей и т.п.). При этом руководство предприятия должно решать технологические и организационные вопросы, согласуя их с выбранной стратегией. Используя образ парусника, можно сказать, что стратегические вопросы деятельности предприятия, это – определение местоположения корабля, маршрута и конечной цели (Что остается за бортом? Какой держать курс? Велики ли препятствия на пути?). Технологические вопросы: В каком состоянии корпус корабля? Выдержит ли такелаж и паруса? Хватит ли припасов? Организационные вопросы: Надежна ли команда? Насколько опытни и

¹ Хайек Ф. Применение знания в обществе, 1945 г.; Саймон Г. Новая наука о принятии управленческих решений, 1960 г.

дисциплинированы матросы и офицеры? Каким образом будет производиться расчет?

Без производственных факторов не может идти производственный процесс, но и без предпринимательского таланта, без способности идти на риск не будет движения. Образ парусника впервые использовал известный экономист Василий Леонтьев. Правда, он сравнивал с парусником экономику в целом, говоря, что рынок является парусом экономики, а план – рулём, который задаёт направление.

8.3. Фирма в условиях совершенной и несовершенной конкуренции

Фактор времени играет в экономике существенную роль, поэтому в экономическую теорию были введены понятия краткосрочного и долгосрочного периодов.

Краткосрочный период – это отрезок времени, в течение которого фирма не может изменить ни размера зданий и сооружений, ни количества машин и оборудования, используемых в производстве. Хотя производство может изменяться, факторы производства остаются постоянными. Другие факторы производства (труд, сырье, материалы) могут изменяться. Поэтому их называют переменными. Например, для увеличения производства обуви в течение недели нельзя построить новое здание, но можно закупить дополнительные материалы (сырье), нанять дополнительно рабочих или ввести сверхурочные работы.

Долгосрочный период – это отрезок времени, в течение которого фирма может изменять мощности зданий, сооружений и оборудования в зависимости от объема производства. При этом могут изменяться все факторы производства, труд может заменяться капиталом или наоборот.

В условиях совершенной конкуренции ни одна фирма не влияет на цену своей продукции. Цена устанавливается под воздействием рыночного спроса и предложения всех фирм. Следовательно, если фирма назначит цену выше установленной рыночной цены, то покупателей не будет и не будет прибыли. По-

этому, чтобы получить максимум прибыли, фирма должна увеличивать объем производства продукции, соответственно, расширять свое производство до объема, когда предельные (дополнительные) издержки (MC) уравниваются с ценой (P):

$$MC = P.$$

В таком состоянии будет достигаться оптимальный уровень производства, и фирма переходит в положение равновесия (рис. 8.1). Оптимальным уровнем производства фирмы будет при пересечении кривых спроса и предельных издержек в точках A , B при цене $P_1 = Q_1$, при цене $P_2 = Q_2$.

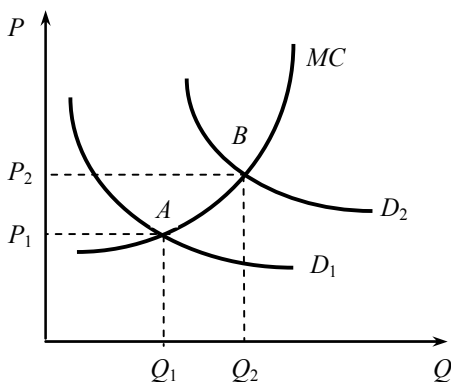


Рис. 8.1. Положение равновесия фирмы

Если $P > MC$, то следует расширять производство, если $P < MC$, его следует сокращать. Если объем производства будет больше или меньше оптимального, то прибыль будет меньше максимальной. Это *правило максимизации прибыли* верно не только для одной фирмы, но и для всей экономики. Отсюда следует вывод о том, что экономика добивается максимальной эффективности использования всех ресурсов тогда, когда предельные издержки производства товаров равны их ценам. Максимум прибыли достигается тогда, когда наступает равенство между ценой P и предельными издержками MC .

В поведении фирмы в условиях несовершенной конкуренции есть определенные особенности.

На рынке несовершенной конкуренции фирма может влиять на цену своей продукции. Увеличение продажи продукции снижает ее цену. Следовательно, снижается и предельный (дополнительный) доход. Для получения максимальной прибыли существуют два способа определения оптимального объема производства.

При первом способе сравнивают валовой (общий) доход TR с валовыми издержками TC при каждом объеме производства (рис. 8.2). Вначале прибыль равна 0 (кривая P_2). На отрезках, где кривая TC располагается выше кривой TR , фирма терпит убытки (зона a) от 0 до Q_1 .

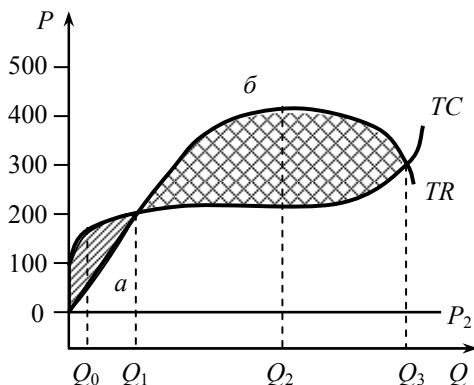


Рис. 8.2. Определение оптимального объема производства

Между отрезками пересечения этих кривых, там, где кривая TR лежит выше кривой TC , находится зона прибыли (зона b). Здесь объем производства составляет от Q_1 до Q_3 .

Максимальная прибыль будет при наибольшем расстоянии между кривыми TR и TC при объеме производства Q_2 .

При втором способе определения оптимального объема производства сравнивается предельный доход MR с предельными издержками MC . Для того чтобы получить максимум прибыли при совершенной конкуренции, производство и реализацию товаров нужно увеличить до тех пор, пока предельные издержки, связанные с производством дополнительной единицы продукции, будут меньше, чем предельный доход, получаемый от реализации едини-

цы продукции. Если $MR > MC$, производство следует расширять, если $MR < MC$, то его следует сокращать, если $MR = MC$, то фирма получает максимальную прибыль.

Фирма должна прекратить производство тогда, когда она производит продукцию в объеме Q_0 , т.е. убытки больше постоянных издержек $TC - TR > FC$.

В зависимости от продолжительности времени (краткосрочный или долгосрочный периоды) и условий конкуренции фирма определяет свою стратегию.

Стратегия – это выбор фирмой основных долгосрочных целей и задач, утверждение курса ее действий и распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей.

Различают два типа стратегии: оборонительную и наступательную.

Оборонительная стратегия имеет два направления:

- *имитационное* – создание подобных товаров за счет заимствования результатов научно-технических достижений, имеющихся у конкурентов (создание аналогичных продуктов или прототипов);

- *стратегия выжидания*. Это означает, что фирма строит планы: или уйти с данного рынка, или перестроить производство в условиях конкуренции.

Наступательная стратегия включает:

- *стратегию рационализации*. Фирма предусматривает рост ресурсов для осуществления нововведений, осуществляет поддержку дочерних и венчурных компаний финансами и т.д.;

- *стратегию дифференциации квоты*. Это связано с определением количества выпускаемой продукции;

- *инновационную стратегию*, предполагающую обновление продукции и услуг, освоение новых продуктов и технологий. Она бывает продуктовая – максимизация прибыли через повышение цены единицы нового продукта и технологическая – максимизация прибыли через снижение себестоимости выпускаемой продукции.

8.4. Управление фирмой

Управление фирмой – это сознательное, целенаправленное воздействие человека на факторы производства с целью достижения определенной направленности развития фирмы. Управление фирмой означает: управление персоналом, средствами производства, производственными ресурсами, финансами, технологией, снабжением, сбытом, внедрением новых технологий и техники и качеством продукции.

В управлении участвуют субъекты и объекты. *Субъект* управления – это лицо, которое управляет. Им может быть сам собственник, наемный управляющий (менеджер), коллективный орган управления (общее собрание пайщиков). *Объект* – это то, чем управляют. Это производственные ресурсы, персонал фирмы и т.д. Если субъект и объект объединяются в одном лице, то возникает понятие «самоуправление».

Функциями управления являются: *предвидение* будущего; *планирование* – разработка бизнес-планов для достижения поставленной цели; *организация* – обеспечение слаженной работы фирмы (сырьем, оборудованием, персоналом, финансами и т.д.); *распорядительство* – распределение обязанностей и ответственности за их выполнение; *координирование* – согласование всех действий, чтобы обеспечить успех фирме; *мотивация* – меры для повышения эффективности управления, возмещение затратных усилий работника, стимулы к повышению квалификации и качества труда; *контроль* – проверка выполняемой программы, работы.

Различают два типа управления:

- централизованное – все управляющие подчинены центру;
- децентрализованное – передача функции управления фирмам, отраслям, в которых исполнители и управляющие непосредственно связаны между собой.

Существуют следующие основные *методы* управления:

- распорядительные (административные);
- экономические;
- социально-психологические.

Распорядительные методы основаны на принуждении с использованием приказов, распоряжений, положений, инструкций, директив, нормативов, которые исходят от вышестоящих органов для нижестоящих с целью достижения заданных результатов. Суть этого метода сводится к фразе: «Приказ начальника – закон для подчиненных». Здесь максимум жесткости и минимум демократии.

Экономические методы предполагают использование материальных стимулов, затрагивающих интересы людей. Это рост заработной платы, выплата различных вознаграждений, предоставление льгот в налогообложении, сокращение количества платежей и т.п.

Социально-психологические методы основаны на использовании достижений науки, социологии, психологии, морали, совести и убеждений людей. Эти меры носят воспитательный характер. Во многом эффект от этих методов зависит от воспитанности самого человека. Указанный метод имеет подчиненную роль по отношению к другим методам.

Менеджмент (от англ. управление) – это наука управления на микроуровне, представляет совокупность принципов, методов, средств и форм оптимального варианта использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов фирмы с целью повышения эффективности производства и увеличения прибыли. Его возникновение связано с развитием предпринимательства, в котором управление имуществом переходит от собственников к их представителям – *менеджерам*. Собственники фирмы делегируют менеджерам функцию непосредственного управления, оставляя за собой контролирующую функцию.

Менеджеры – это особый институт профессиональных организаторов производства, наемные работники, которые за плату занимаются организацией деятельности в целях получения прибыли предпринимателями.

Становление менеджмента относится к началу XX в. Основоположниками его считаются американский инженер Ф. Тейлор и француз А. Файоль.

Ф. Тейлор разработал условия рационализации и интенсификации труда, позволяющие повысить эффективность производства.

Для этого необходимо выполнять четыре управляющие функции: выбор цели, выбор средств, подготовку средств и контроль результатов. А. Файоль считал, что менеджер обязан предвидеть, организовывать, распоряжаться, согласовывать, контролировать.

В современном менеджменте выделяют следующие основные функции:

- *планирование* – определение целей на основе бизнес-плана сроком от 3 до 5 лет;
- *организация* – обеспечение взаимодействия и координации подразделений фирмы для достижения поставленных целей;
- *мотивация* – создание стимулов, побуждений работников к труду;
- *контроль* – сравнение достигнутых результатов с запланированными и внесение корректировок в работу фирмы.

Управление фирмой предполагает создание ее структуры.

Структура – это устойчивые связи между различными уровнями управления и подразделениями фирмы. На каждом уровне решается свой комплекс вопросов.

В структуре менеджмента различают три его основных вида: производственный, финансовый и рыночный (сбытовой) менеджмент, или маркетинг.

Производственный менеджмент – это управленческая подсистема, занятая производством товаров в определенном количестве, данного качества, в установленные сроки и при минимальных затратах.

Финансовый менеджмент – это подсистема, обеспечивающая формирование финансовых средств фирмы, максимизацию доходов и минимизацию затрат.

Если же фирма вышла на участок инерционного развития и приближается к банкротству, то применяется система антикризисного управления, где используются такие понятия, как конкурсный управляющий, конкурсное производство, программа «санация», диверсификации и т.д.

Рыночный менеджмент, или маркетинг, – это управление коммерческой деятельностью фирмы, ориентированной на рынок.

Теория *маркетинга* (от англ. – рынкоделание) зародилась в США. Первоначально она включала только сферу реализации, а

производство в понятие «маркетинг» не входило. В дальнейшем звеньями маркетинга стали кредитование покупателей, послепродажное обслуживание, замена устаревшей продукции новыми и многие другие услуги. Поэтому существует множество определений. Наиболее полно раскрывает следующее определение. *Маркетинг* – это комплексная система управления по организации производства и сбыта продукции в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей.

Основными *функциями маркетинга* являются: изучение рынка; сбор рыночной информации; прогнозирование рынка; разработка товарной политики; продвижение товаров и услуг, в том числе рекламирование; определение методов хранения и транспортировки; организация обслуживания потребителей (сбыт) и послепродажное обслуживание.

1. Какой товар следует производить?
2. По какой цене следует продавать товар?
3. На каких рынках целесообразно предлагать товар?

В нашей стране развитие маркетинга на основе зарубежных принципов началось с переходом к рыночной экономике. В 1995 г. была создана Российская ассоциация маркетинга (РАМ), ключевая цель которой – координация маркетинговых действий в широком смысле на всей территории РФ.

Службы маркетинга на уровне предприятия выполняют следующие специальные функции: сбыт, рекламу, ценообразование, планирование товарного ассортимента, изучение спроса на рынке.

Цель маркетинга – производить то, что нужно покупателю. Для выполнения этой цели используется «бенчмаркетинг», или «бенчмаркинг» (от лучшего к лучшему) – искусство обнаружения новых методов и стиля работы у других с целью использования у себя.

В настоящее время активное развитие получила концепция *маркетинга взаимоотношений (взаимодействия)*, основанная на удержании и улучшении отношений с текущими потребителями, а не на привлечении новых. Объектом управления маркетингом становятся отношения с потребителями и другими участниками процесса купли-продажи.

Следуя логике минимизации затрат, исходя из определяемого на этапе маркетингового исследования показателя объема вы-

пуска продукции, все остальные показатели (элементы капитала) могут быть заданы автоматически с помощью нормативов. Надо лишь определить, какой стратегии собирается следовать предприятие, каким образом будет определяться его позиция на рынке товара, в отрасли. Задача менеджера заключается, таким образом, в том, чтобы обеспечить необходимые составляющие экономической деятельности в виде запасов (ресурсов) и потоков капитала.

Обеспечение такого ресурса как *Земля* заключается в том, чтобы за пределы предприятия не уходило слишком много денежных средств в виде штрафов, необоснованных расходов на аренду, лицензии, непредвиденных налоговых и других отчислений подобного рода.

Труд будет обеспечен путем приглашения необходимого количества персонала соответствующей квалификации и заключением трудовых контрактов. Особого рассмотрения требует понятие *человеческий капитал*, которое, в качестве ресурса содержит в себе характеристики, как Труда, так и Капитала.

Обеспечение же *капитального ресурса* должно заключаться в поддержании на должном уровне количества и качества основных и оборотных фондов. Для последних важным показателем является также оборачиваемость.

Оценка качества работы руководства производится с помощью анализа финансовых результатов деятельности предприятия.

8.5. Открытие, банкротство и закрытие предприятий

В разных странах процесс открытия (создания) предприятия имеет свои особенности, однако общая его логика включает следующие этапы:

- определение предмета и цели деятельности предприятия;
- определение организационно-правовой формы;
- определение потребности в капитале;
- поиск партнеров (если необходимо);
- составление учредительных документов (устав, учредительный договор);
- регистрация предприятия (в органах государственной регистрации).

Исходным условием данного процесса является определение целесообразности создания предприятия, т.е. того, что оно принесет своему создателю. Это могут быть не только материальные выгоды, но и результаты нематериального характера (имидж, бренд, положение в обществе, моральное удовлетворение и т.д.). Цель и средства создания предприятия обычно формулируются в бизнес-плане.

Бизнес-план представляет собой подробный и тщательно подготовленный документ, описывающий цели предприятия, пути их достижения и ожидаемые результаты.

Конечным этапом функционирования предприятия является его закрытие. Оно может проходить в форме ликвидации и в форме банкротства.

Ликвидация предприятия проводится в соответствии с решением его собственников и может быть связана со следующими основными причинами:

- недостаточная эффективность предприятия;
- завершение выполнения предприятием своих задач.

Под банкротством (несостоятельностью) предприятия понимается неспособность удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), включая невозможность обеспечить обязательные платежи в бюджет, в связи с превышением обязательств должника над его имуществом или в связи с неудовлетворительной структурой баланса должника.

Законодательство о банкротстве в зарубежных странах преследует различные цели. Поэтому в мире имеются *две школы банкротства*: *либеральное* (Франция, США) и *«немедленного молотка»* (Германия). Законодательство о банкротстве в США преследует цель – оказать поддержку компаниям, оказавшимся в затруднительном положении, помочь обрести хозяйственную самостоятельность. Законодательство о банкротстве в Германии предполагает продажу имущества фирмы для погашения долгов кредиторам. Законодательство о банкротстве в нашей стране ближе к либеральной школе.

Общее правило объявления банкротства. Фирма объявляет себя банкротом тогда, когда предполагаемый доход от реализации продукции в долгосрочном периоде будет меньше перемен-

ных издержек фирмы. Доход от реализации продукции должен быть всегда больше, чем общие (валовые) издержки. Это основное правило поведения фирмы в долгосрочном периоде.

Процесс объявления предприятия банкротом включает три стадии:

- предприятие признается неплатежеспособным на основе проведения финансового анализа;
- к предприятию применяются определенные реорганизационные или ликвидационные процедуры;
- предприятие объявляется банкротом по решению арбитражного суда.

В отношении предприятия-банкрота применяются следующие процедуры.

Реорганизационные процедуры – процедуры, направленные на поддержание деятельности и оздоровление предприятия-должника с целью предотвращения его ликвидации, в том числе:

- *внешнее управление имуществом должника* (передача полномочий по управлению должником внешнему управляющему, назначаемому арбитражным судом);
- *санация* (финансовое оздоровление предприятия должника).

Она представляет собой систему государственных и банковских мер по предотвращению банкротства предприятия, по улучшению его финансового состояния посредством кредитования, реорганизации, изменения вида выпускаемой продукции, реорганизации.

Реорганизация предприятия включает следующие варианты: слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование.

Ликвидационные процедуры, осуществляемые в процессе конкурсного производства, включают: принудительную ликвидацию предприятия-должника, осуществляемую по решению арбитражного суда; добровольную ликвидацию предприятия-должника, осуществляемую по соглашению между его собственником и кредиторами.

Первоочередным требованием к планам санации является обеспечение при их реализации выхода предприятия из состояния неплатежеспособности, финансовой устойчивости функционирования предприятия в будущем, а также возвратности средств, предоставленных предприятию в виде государственной финансовой поддержки.

Выводы

1. Существуют понятия «предпринимательство» и «бизнес». Первый термин – русского происхождения, а второй – иностранного, между ними можно поставить знак равенства.

В рыночной экономике существуют три основные формы предпринимательской деятельности: государственная, коллективная и частная.

По виду деятельности выделяются: производственное, коммерческое, финансовое, посреднические, страховое предпринимательство.

2. Различают крупный, средний и малый бизнес. В современных условиях широкое распространение в сфере малого бизнеса получают франчайзинг и венчурное предпринимательство.

3. Фирма и предприятие – формы организации хозяйственной деятельности. Между ними нет большого отличия. Вместе с тем в экономическом лексиконе часто термин «фирма» используется как обобщающее понятие: фирма может включать одно или несколько предприятий и производств. Предприятие, как правило, бывает однопрофильным.

4. В теории фирмы выделяются вертикально и горизонтально интегрированные фирмы, которые отличаются по структуре входящих в них фирм и производств.

5. Различают распорядительные, экономические и социально-психологические методы управления. Основной формой управления в рыночной экономике является менеджмент, а в организации производства и сбыта продукции – маркетинг.

6. Под банкротством (несостоятельностью) предприятия понимается неспособность удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), включая невозможность обеспечить обязательные платежи в бюджет, в связи с превышением обязательств должника над его имуществом или в связи с неудовлетворительной структурой баланса должника.

7. Реорганизационные процедуры – процедуры, направленные на поддержание деятельности и оздоровление предприятия-должника с целью предотвращения его ликвидации.

8. Ликвидационные процедуры, осуществляемые в процессе конкурсного производства, включают принудительную и добровольную ликвидацию предприятия-должника.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение терминам «предпринимательство», «предпринимательские способности», «предприниматель» и «менеджер».

2. На Ваш взгляд: фирма и предприятие – это тождественные понятия?

3. Назовите сущностные черты предпринимательской деятельности.
4. Что такое коммандитное товарищество?
5. Что такое маркетинг? Назовите его основные функции.
6. Какие виды маркетинга Вы знаете?
7. Перечислите этапы создания предприятия.
8. В чем состоит суть процедур банкротства предприятия?

Понятия

Предпринимательство • Бизнес • Фирма • Предприятие • Индивидуальное (частное) предпринимательство • Партнерство • Корпорация • Крупный бизнес • Средний бизнес • Малый бизнес • Венчурный бизнес • Франчайзинг • Классификация фирм • Траст • Синдикат • Картель • Концерн • Финансово-промышленные группы (ФПГ) • Вертикальная интеграция • Горизонтальная интеграция • Диверсификация • Управление фирмой • Менеджмент • Маркетинг • Банкротство • Реорганизационные процедуры • Ликвидационные процедуры

Глава 9

ИЗДЕРЖКИ: ИХ ВИДЫ И СТРУКТУРА

9.1. Сущность издержек и их классификация

Каждая фирма стремится к получению максимума дохода от своей производственно-коммерческой деятельности. Достичь этой цели можно *двумя путями*:

- за счет высоких цен на рынке, что невозможно в условиях конкуренции;

- за счет сокращения затрат на ресурсы, используемые для производства и реализации продукции. Этот путь реален.

Затраты производственных факторов (ресурсов), используемые для производственной и реализационной деятельности в денежной форме, есть издержки. Издержки обычно ассоциируются с определенными потерями, жертвами, которые необходимо понести для получения полезных результатов. Следовательно, издержки – это все материальные, природные, энергетические, информационные, трудовые и прочие затраты, выраженные в денежной форме. От размера издержек во многом зависит реализационная цена, так как в ее основе лежат затраты ресурсов.

Издержки начали исследовать еще классики политической экономии: А. Смит ввел понятие «абсолютные издержки», а Д. Рикардо – «сравнительные издержки». Под термином «издержки» они понимали средние общественные затраты на производство единицы продукции на среднем предприятии.

Определенный вклад в изучение издержек внес К. Маркс. По Марксу, «издержки производства – это то, что стоит товар капиталисту, а именно сумма расходов на приобретение средств производства и рабочей силы (постоянного (C) и переменного (V) капитала)»:

$$W = C + V + m.$$

Первые два элемента ($C+V$) составляют затраты капитала на производство товара и образуют издержки, а оставшаяся

часть – прибавочная стоимость (m) в качестве излишка над издержками, которая ничего не стоит предпринимателю. После реализации товара прибавочная стоимость превращается в определенную денежную сумму, называемую прибылью.

Неоклассическая концепция рассматривает издержки как сумму затрат на приобретение факторов производства, т.е. как денежную оценку затрат физических и духовных способностей предпринимателя. Понятие издержек рассматривается применительно к предприятию (фирме).

Издержки с позиции социально-экономических отношений делятся на издержки общества и издержки фирмы.

К издержкам общества относятся затраты всего живого и овеществленного труда, отраженные в стоимости продукции.

Издержки фирмы – денежные затраты на потребленные в производстве и реализации ресурсы (средства производства и заработная плата).

Следовательно, издержки фирмы состоят из издержек производства и издержек реализации (обращения) или коммерческих издержек.

Издержки производства – это денежное выражение затрат на производство продукции.

В современных условиях также различают трансформационные издержки – денежные затраты, связанные с производством товара или услуги, с превращением затрат в готовую продукцию с физическим воздействием на предмет труда.

Издержки обращения (реализации) – денежное выражение затрат на реализацию продукции.

Издержки обращения делятся на два основных вида:

– *дополнительные издержки* обращения – это денежное выражение затрат, связанных с продолжением процесса производства в сфере обращения (торговли). Это расходы на транспортировку, содержание складских помещений, хранение, сортировку и упаковку продукции. Они увеличивают цену реализуемой продукции;

– *чистые издержки* обращения – это денежное выражение затрат, связанных с расходами на выплату заработной платы продавцам, кассирам, административно-управленческому персоналу в

торговле, на рекламу. На долю чистых издержек в современных условиях приходится до 70% всех издержек обращения.

В зарубежной экономической литературе издержки в сфере обращения получили название «*транзакционные издержки*» (от лат. «transactro» – сделка). Эти затраты обусловлены не технологией производства (издержки на материалы, оборудование, оплату труда и т.д.), а процессом налаживания отношений между рыночными агентами в ходе совершения различных сделок. Это понятие в научный оборот ввел американский экономист Р. Коуз. Он выделил 4 категории транзакционных издержек:

1) на сбор и обработку информации о поставщиках, покупателях, ценах и т.д.;

2) на проведение переговоров и принятие решений (заключение контрактов);

3) на контроль соблюдения условий договора;

4) на юридическую защиту контрактов.

Д. Нот выделил следующие виды транзакционных издержек:

– связанные с поиском информации о рынках и условиях движения товаров и услуг;

– на определение условий и оформление сделок;

– на выявление качества товаров, затрат на разработку стандартов, на охрану фирменных знаков;

– на защиту правового режима с помощью юридических систем;

– потери из-за необдуманного поведения на рынке.

9.2. Альтернативные издержки

В рыночной экономике все издержки фирмы рассматривают как *альтернативные издержки*. Они возникают вследствие ограниченности ресурсов.

Альтернативные издержки – это одни и те же издержки, оцениваемые с точки зрения выгоды при производстве различных товаров и услуг, или это количество одного товара, которым необходимо пожертвовать для увеличения производства другого. При

этом выявляется недополученная полезность или упущенная возможность от этих издержек при альтернативном их использовании.

На экономическом языке это означает, что те издержки, или расходы на производство товара, от которых мы отказываемся, есть альтернативные (*вмененные*) издержки.

Вмененные издержки – издержки, от которых следует отказаться, чтобы получить другой товар.

Идея альтернативных издержек принадлежит австрийскому ученому Ф. Визеру, который критиковал затратную концепцию К. Маркса.

С точки зрения экономиста и бухгалтера издержки фирмы разделяют на:

- экономические;
- бухгалтерские.

Экономические издержки – это альтернативные издержки в форме явных (внешних) и неявных (внутренних) издержек.

Явные (внешние) – это выплаты фирмы (предприятия), связанные с приобретением ресурсов на стороне. К ним относятся расходы на заработную плату рабочих и служащих, на сырье, материалы, транспортные услуги, отчисления на соцстрахование, амортизацию и т.д. В совокупности они образуют себестоимость продукции.

Явные издержки делятся на прямые и косвенные.

Прямые издержки – это издержки, непосредственно связанные с объемом выпускаемой продукции. Они изменяются при расширении или сокращении производства. К ним относятся расходы на найм рабочей силы, на закупку сырья, оплату электрической и тепловой энергии и т.д.

Косвенные издержки – это издержки, которые остаются неизменными при любом объеме производства. Это накладные расходы, арендные платежи, оплата труда предпринимателя, отчисления на соцстрахование и др.

Неявные (внутренние или вмененные) – это альтернативные издержки, связанные с использованием ресурсов, принадлежащих владельцам фирмы. Они являются издержками на собственные ресурсы фирмы, по объему равны денежным платежам, которые могли быть получены за использование собственных ресурсов. Их называют *вмененными* или *издержками упущенных возмож-*

ностей. Это может быть доход предпринимателя от использования собственного труда в своей фирме; арендная плата, которую могла получить фирма от сдачи имущества в аренду; ссудный процент от предоставления собственных денег; земельная рента от предоставления земли и т.д. В бухгалтерском отчете неявные издержки не отражаются.

Бухгалтерские издержки – это денежные расходы на производство и реализацию продукции. Они отражаются на бухгалтерских счетах. Бухгалтерские издержки состоят только из явных (внешних) издержек, т.е. это выплаты фирмы из своего кармана.

В бухгалтерской и статистической отчетности эти издержки выступают в виде себестоимости продукции.

9.3. Виды издержек. Особенности средних издержек

Издержки фирмы подразделяются на следующие виды: постоянные (FC); переменные (VC); общие (валовые) (TC); предельные (MC); средние (AC) издержки.

Постоянные издержки (FC) – это издержки, которые остаются неизменными независимо от количества производимой и реализуемой продукции. Это расходы на амортизацию, плата за аренду помещения, оплата труда ИТР и служащих, процент по кредиту, командировочные расходы и т.п. Эти издержки существуют и тогда, когда фирма ничего не производит.

Переменные издержки (VC) – это издержки, которые изменяются в зависимости от объема производимой и реализуемой продукции. Это расходы на покупку сырья, материалов, топлива, на заработную плату рабочих, на транспортные услуги и т.д. Чем больше произведено и реализовано продукции, тем больше сумма переменных издержек, и наоборот. В начале производства они растут быстро, затем несколько медленнее, а после определенной точки (E) начинают увеличиваться быстрее, чем темпы увеличения продукции (рис. 9.1). Это говорит о том, что вступает в действие закон убывающей отдачи или производительности затрат (факторов) производства.

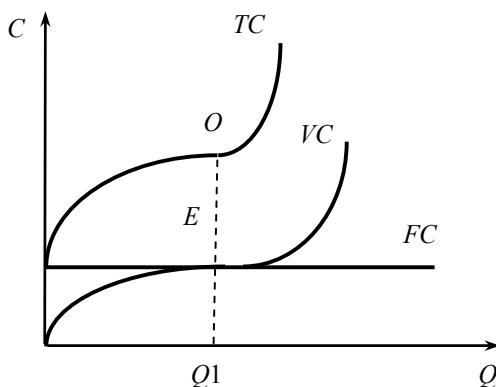


Рис. 9.1. Переменные издержки

Общие (валовые) издержки (TC) – это издержки фирмы на производство и реализацию продукции, включая и предпринимательскую прибыль как вознаграждение за предпринимательский риск. С началом производства они растут быстрее, чем увеличивается объем производства, затем после достижения определенного уровня их рост замедляется. В дальнейшем валовые издержки начинают обгонять рост производства. Вступает в действие закон убывающей производительности затрат. Суть его в том, что каждая фирма имеет свой оптимальный размер, за пределами которого издержки растут быстрее, чем производство продукции.

Они представляют совокупность постоянных и переменных издержек:

$$TC = FC + VC.$$

Предельные издержки (MC) – дополнительные издержки, необходимые для производства дополнительной единицы продукции:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}.$$

Фирма расширяет производство, если дополнительная единица продукции обходится ей дешевле, чем ее продажная цена, до тех пор, пока предельные издержки не сравняются с ценой продукции.

Предельные издержки показывают, во сколько обойдется фирме увеличение объема продукции на одну единицу. Они состоят только из переменных издержек, так как постоянные не меняются с изменением количества продукции. Постоянные издержки существуют независимо от того, производится или нет дополнительная единица продукции.

Вначале предельные издержки могут сокращаться до точки E . Эта точка показывает предельную производительность труда (рис. 9.2) при производстве дополнительной единицы продукции. Постепенно MC возрастает и достигает переменных издержек в точке O . Это означает равенство $MC=VC$. Фирма будет стремиться производить столько продукции, чтобы цена равнялась предельным издержкам.

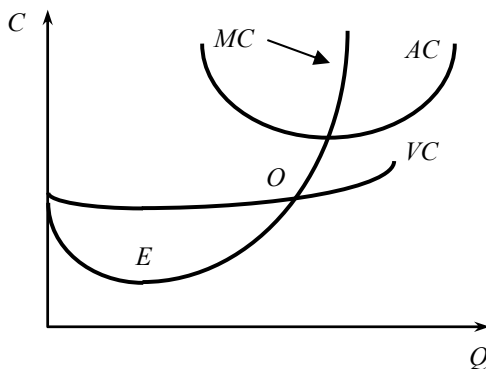


Рис. 9.2. Предельная производительность труда

Средние издержки (AC) — это издержки по выпуску единицы продукции. Определяется как отношение общих (валовых) издержек TC к количеству производимой продукции Q :

$$AC = \frac{TC}{Q}.$$

Средние издержки на графике (рис. 9.3) имеют дугообразную форму. Сначала средние издержки высокие, так как постоянные издержки распределяются на небольшое количество продукции Q_1 . Затем с увеличением количества продукции Q_2 они

падают (C_2), а в точке M доходят до минимума. Затем на них начинают влиять переменные издержки (покупка сырья, материалов и т.д.), тем самым средние издержки начинают возрастать (C_3). Дугообразность AC вызвана положительным и отрицательным эффектом масштаба производства.

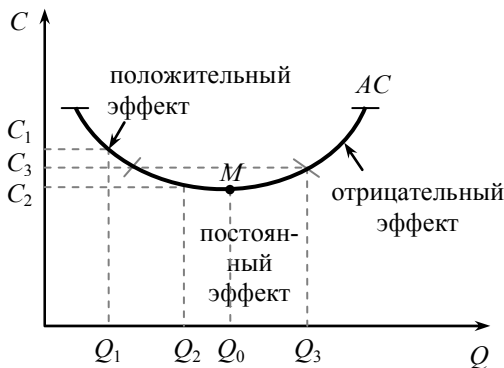


Рис. 9.3. Средние издержки. Эффект масштаба

Эффект масштаба — это отдача, вызванная ростом масштаба производства. Он проявляется в снижении средних издержек на единицу продукции.

Различают три вида эффекта масштаба (рис. 9.3):

- положительный;
- постоянный;
- отрицательный.

Положительный эффект выражается в том, что при увеличении используемых ресурсов, например, в два раза объем производства должен увеличиться более чем в два раза. Факторами снижения средних издержек при этом являются специализация, экономное использование ресурсов и т.д.

Постоянный эффект предполагает неизменный масштаб производства, т.е. увеличение объема производства продукции в два раза при удвоении производственных факторов. Как только увеличится объем производства, постоянный эффект исчезает.

Отрицательный эффект предусматривает увеличение объема производства менее чем два раза при увеличении ресурсов в два раза. Такое может происходить тогда, когда деятельность

фирмы не соответствуют масштабу производства, трудности в управлении и т.д.

Средние издержки в свою очередь подразделяются:

- на средние постоянные издержки (AFC);
- средние переменные издержки (AVC);
- средние общие (валовые) издержки (ATC).

Средние постоянные издержки AFC определяются отношением общих постоянных издержек TFC к количеству произведенной продукции:

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

С увеличением количества продукции средние постоянные издержки будут уменьшаться, т.е. с ростом количества продукции на ее единицу приходится меньше постоянных издержек. Следовательно, они стремятся к минимуму, к нулю, и наоборот, со снижением количества продукции на каждую ее единицу приходится больше постоянных издержек. Следовательно, средние постоянные издержки увеличиваются (рис. 9.4).

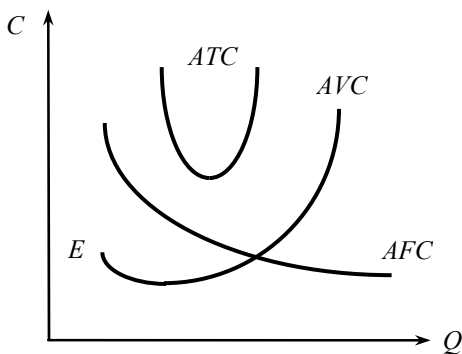


Рис. 9.4. Средние постоянные издержки

Средние переменные издержки AVC образуются делением общих переменных издержек TVC на количество произведенной продукции Q . С увеличением количества продукции средние переменные издержки начинают падать и принимают минимальное

значение в точке E . Затем они начинают увеличиваться под воздействием закона убывающей производительности затрат.

Средние общие (валовые) издержки ATC определяются двумя способами:

– путем деления общих издержек на объем производства продукции:

$$ATC = \frac{TC}{Q};$$

– путем суммирования средних постоянных и средних переменных издержек:

$$ATC = AFC + AVC.$$

Кривая средних издержек длительного периода образуется как касательная к множеству краткосрочных кривых средних издержек (ATC_1 , ATC_2 , ATC_3 , и т.д.) (рис. 9.5). Эти кривые на рис. 9.5 в соответствии с законом убывающей отдачи поднимаются. Это означает, что увеличение объема производства рано или поздно начнет приносить убытки.

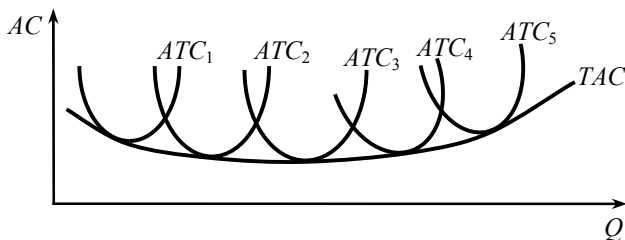


Рис. 9.5. Кривая средних издержек

Если старое оборудование заменить на более современное, то издержки для каждой новой технологии будут свои (ATC_1 , ATC_2 , ATC_3 , и т.д.). Кривая общих средних издержек (TAC) долгосрочного периода будет касаться множества краткосрочных кривых и будет показывать изменения издержек фирмы в долгосрочном периоде при разных технологических изменениях (процессах).

В условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде фирма максимизирует прибыль при условии выполнения

равенства цены блага средним издержкам, предельному доходу и предельным издержкам:

$$P^X = (\text{цена блага}) = MR = MC = AR,$$

и график равновесия конкурентной фирмы в длительном периоде будет следующим (рис. 9.6):

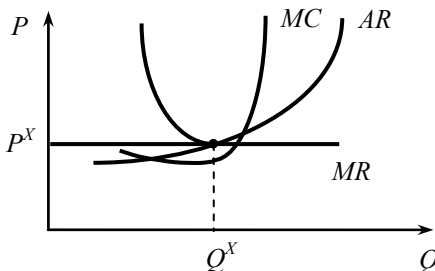


Рис. 9.6. График равновесия конкурентной фирмы

9.4. Себестоимость в российской экономике

Себестоимость – это бухгалтерские издержки, по размеру она соответствует средним издержкам. В российской практике себестоимость – денежное выражение издержек производства и реализации продукции. В ней учитываются все материальные и трудовые затраты в денежной форме. Определение себестоимости необходимо для того, чтобы знать окупаемость затрат фирмы на производство и реализацию продукции. В ней находит отражение уровень технической оснащенности фирмы, уровень организации производства, качество продукции, рациональные методы управления и т.д. Она является основой любой цены.

Себестоимость складывается из следующих элементов затрат (структура себестоимости):

- материальные затраты (стоимость сырья, энергии и т.д.);
- затраты на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды (фонды социального страхования и обязательного медицинского страхования, пенсионный фонд и т.д.);

- амортизация основных фондов;
- прочие затраты (налоги, отчисления во внебюджетные фонды, плата за аренду и т.д.);
- расходы по управлению и обслуживанию производства.

В совокупности все эти расходы образуют *производственную себестоимость*. Если к ней прибавить коммерческие расходы (расходы по сбыту продукции), расходы на подготовку кадров, на содержание административно-управленческого персонала, транспортные расходы, то получится *полная себестоимость продукции*.

По признаку участия в производственном процессе различают «основные» и «накладные» расходы.

Основные расходы – это затраты, связанные непосредственно с изготовлением продукции (стоимость сырья, материалов, топлива, заработная плата и т.д.).

Накладные расходы – это затраты, связанные с обслуживанием процесса производства и управления. К ним относятся общехозяйственные, общепроизводственные и коммерческие затраты.

Общехозяйственные расходы – затраты на содержание аппарата управления фирмы с начислениями, износ инвентаря фирмы общего назначения, амортизация основных фондов фирмы, расходы на командировки, почтовые расходы, расходы на подготовку кадров, налоги, сборы и другие платежи фирмы.

Общепроизводственные расходы – это затраты на содержание аппарата управления подразделений фирмы (цеха, отдела, бригады) с начислениями, износ инвентаря подразделений, амортизацию основных фондов цехов, бригад и т.д.

Коммерческие расходы – это затраты, связанные со сбытом продукции (упаковкой, хранением, транспортировкой, погрузкой, рекламой и т.д.).

По методу отнесения затрат на себестоимость продукции бывают прямые и косвенные расходы:

- *прямые* – затраты, израсходованные на сырье, материалы, топливо, заработную плату рабочих с отчислениями и т.д.;

- *косвенные* – затраты, связанные с содержанием и эксплуатацией оборудования, а также общепроизводственные, общехозяйственные и коммерческие расходы. Они распределяют-

ся на себестоимость продукции пропорционально основной заработной плате рабочих.

Важнейшим условием повышения эффективности производства является *снижение себестоимости* продукции. Главными факторами снижения себестоимости являются: повышение технического уровня производства, улучшение организации производства, повышение производительности труда, экономия в расходовании производственных ресурсов.

Выводы

1. *Издержки – это все материальные, природные, трудовые, информационные, энергетические и прочие затраты, выраженные в денежной форме. От размера издержек во многом зависит реализационная цена на товары и услуги, так как в её основе лежат затраты ресурсов. С позиции социально-экономических отношений издержки делятся на издержки общества и издержки фирмы. К издержкам общества относятся затраты всего живого и овеществленного труда, которые отражаются в стоимости продукции. Издержки фирмы – это денежные затраты на потребленные в производстве и реализации ресурсы.*

2. *Издержки фирмы делятся на издержки производства (денежное выражение затрат на производство продукции) и издержки обращения (денежное выражение затрат на реализацию продукции). Издержки обращения, в свою очередь, делятся на дополнительные издержки обращения и чистые издержки обращения, на долю последних в современных условиях приходится до 70% всех издержек обращения.*

3. *Различают транзакционные издержки – это затраты, связанные с процессом налаживания отношений между рыночными агентами в ходе совершения различных сделок (сбор и обработка информации, проведение переговоров, заключение контрактов и т.д.).*

4. *В рыночной экономике все издержки фирмы рассматривают как альтернативные издержки, оцениваемые с точки зрения выгоды для производства различных товаров и услуг. При этом выявляется недополученная полезность или допущенная возможность от используемых издержек при альтернативном использовании.*

5. *Эффект масштаба производства – это отдача, вызванная ростом масштаба производства. Он проявляется в снижении себестоимости продукции.*

Вопросы для самопроверки

1. *Какие виды издержек Вы знаете? Что такое явные и неявные издержки?*
2. *Чем отличаются переменные издержки от постоянных?*
3. *Что такое предельные издержки?*
4. *Объясните роль средних издержек в деятельности фирмы.*
5. *Чем отличаются экономические издержки от бухгалтерских?*

Понятия

Издержки общества • Издержки фирмы • Издержки производства • Издержки обращения • Дополнительные издержки обращения • Чистые издержки обращения • Трансакционные издержки • Альтернативные издержки • Явные издержки • Неявные издержки • Экономические издержки • Бухгалтерские издержки • Постоянные издержки • Переменные издержки • Валовые (общие) издержки • Предельные издержки • Средние издержки • Эффект масштаба • Себестоимость

Глава 10

ДОХОД И ЕГО ФОРМЫ

10.1. Сущность дохода.

Факторные и располагаемые доходы

Для анализа экономической деятельности любой фирмы на микроуровне используются следующие показатели: общий (валовой) доход TR ; средний доход AR ; предельный доход MR и прибыль.

Общий (валовой) доход – это суммарный доход, который фирма получает от продажи всей продукции по рыночным ценам. Это итог работы предприятия (фирмы), физического лица в денежном выражении (руб., долл., марках и т.д.). То, что для владельцев факторов производства является доходом, для покупателей этих факторов становится издержками. Так, для владельца рабочей силы заработная плата является доходом (платой за труд), а для предприятия – издержками производства. Доход определяется как произведение рыночной цены продукции и количества реализованной продукции:

$$TR = P \times Q.$$

Эта формула включает и себестоимость.

Фирма, функционирующая на *рынке совершенной конкуренции*, когда на каждого экономического субъекта приходится незначительная доля рынка данной продукции, не имеет возможности воздействовать на цену. Поэтому цена для нее – величина заданная. Следовательно, общий доход зависит только от объема производства фирмы.

Иная ситуация складывается на *рынке несовершенной конкуренции*. Здесь фирма может воздействовать на цену. Чтобы реализовать больше продукции, она вынуждена снижать цену. Таким образом, валовой доход фирмы зависит от цены и объема производства.

Средний доход AR – это доход, полученный от продажи единицы продукции. Он определяется как отношение общего дохода TR к количеству реализованной продукции Q :

$$AR = \frac{TR}{Q}.$$

Средний доход по размеру фактически равен рыночной цене.

Предельный доход MR – это прирост дохода от роста продаж на одну дополнительную единицу продукции. Он определяется как отношение прироста общего дохода TR к приросту количества продукции Q :

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

Это получение дополнительного дохода от продажи дополнительной единицы продукции. Он показывает степень эффективной работы фирмы. Предельный доход конкурентной фирмы в условиях совершенной конкуренции будет совпадать с ценой продукции (рис. 10.1):

$$MR = P.$$



Рис. 10.1. Степень эффективной работы фирмы

С учетом участия факторов производства в образовании дохода различают факторные и располагаемые доходы.

Факторные доходы – это первичные доходы. Они образуются от продажи факторов производства (капитала, труда, земли) и в процессе их использования. Факторные доходы выступают в следующих формах: как заработная плата – это вознагра-

граждение за труд работников; как рента – это предоставление помещения, оборудования, земли в аренду; как процент – это вознаграждение за капитал; как прибыль – это оценка труда предпринимателя; дивиденды и т.д.

Факторные доходы подразделяются на две группы:

– *доходы, основанные на труде*, т.е. трудового происхождения. Это доходы рабочих и служащих (заработная плата), предпринимателей (прибыль);

– *доходы нетрудового характера*. К ним относятся проценты на капитал; проценты по акциям, облигациям, по текущим счетам; рента за предоставленное имущество и землю в аренду и т.д.

Располагаемые доходы – это конечные (чистые) доходы или факторные доходы после уплаты прямых налогов, взносов на социальное страхование (пенсий, пособий, стипендии и т.д.). Они используются человеком или семьей по собственному усмотрению.

Доходы подлежат распределению между различными категориями работников. От уровня получаемого дохода во многом зависит благосостояние людей. Поэтому очень важно правильное, справедливое распределение доходов. Они должны распределяться в зависимости от использования факторов производства. Так, от использования труда работники фирмы получают доход в виде заработной платы, от капитала – владельцы капитала процент; от земли – собственники земли земельную ренту и т.д.

В то же время эти доходы представляют собой цены факторов производства, т.е. на эти доходы приобретаются капитал, земля, рабочая сила и т.д. В итоге получается, что распределение денежных доходов осуществляется и через цены на факторы производства.

10.2. Основные концепции прибыли.

Функции и виды прибыли

Основной формой дохода является прибыль. Прибыль выступает главным показателем эффективности производства, является целью и движущим мотивом рыночной экономики. Однако в экономической теории прибыль не совпадает с трактовкой, которую

дают в бухгалтерских расчетах. Поэтому критерием успеха фирмы является не бухгалтерская, а экономическая прибыль.

Первыми исследователями прибыли были меркантилисты. Они считали, что прибыль возникает в сфере обращения, во внешней торговле, в результате продажи по более высокой цене.

Физиократы считали, что прибыль создается только в сельском хозяйстве.

А. Смит и Д. Рикардо обосновали идею создания прибавочной стоимости в отраслях материального производства. Они определяли прибыль как вычет из продукта труда рабочего в пользу капиталиста.

Развивая данный подход, К. Маркс назвал прибыль превращенной формой прибавочной стоимости, т.е. после реализации товара прибавочная стоимость превращается в прибыль ($m = P$). При этом она по размеру может отклоняться от прибавочной стоимости. Это зависит от спроса и предложения на рынке. *Источником прибыли является неоплаченный труд наемных рабочих – прибавочный труд.* Прибыль присваивается собственником капитала. Теория прибыли К. Маркса построена в целом на трудовой теории стоимости, т.е. создается лишь трудом (рабочей силой).

Неоклассики не признают трудовую теорию стоимости. Они считают *прибылью излишек над издержками*. При этом она образуется:

- как вознаграждение за умелые действия, знания и новаторство в организации и ведении какого-либо дела (предпринимательство);
- результат внедрения технических новшеств;
- плата предпринимателю за его риск, за неопределенность;
- результат установления высоких (монопольных) цен;
- результат дефицита товаров.

В итоге сложения этих составляющих прибыли образуется общая прибыль. Одна ее часть представляет собой предпринимательскую прибыль, и предприниматель ее получает в виде собственной заработной платы. Эта часть входит в издержки производства как нормальная прибыль. Другая часть общей прибыли составляет сверхприбыль или избыток над издержками и не входит в состав издержек производства. Она является ре-

зультатом внедрения технических новшеств, установления монопольных цен и дефицита товаров и т.д.

Рассмотренная эволюция теоретических подходов к выяснению сущности прибыли позволяет дать следующее определение прибыли.

Прибыль – это разница между выручкой TR от реализации продукции и общими (валовыми) издержками TC на производство и реализацию продукции, в денежном выражении является излишком над издержками фирмы, или маржой (разность между двумя показателями):

$$P = TR - TC.$$

Существует понятие «безубыточность фирмы». Она показывает зависимость между объёмом выручки, ценой, постоянными или переменными издержками:

$$Q \times Ц = (V_{\text{пост}} + V_{\text{перем}}) \times Q,$$

где Q – объём реализации продукции в натуральном выражении; $Ц$ – цена за единицу продукции; $V_{\text{пост}}$ – постоянные издержки на единицу продукции; $V_{\text{перем}}$ – переменные издержки на единицу продукции.

$$P = Q \times Ц - (V_{\text{пост}} + V_{\text{перем}}) \times Q,$$

где P – прибыль фирмы.

Прибыль выполняет следующие основные функции:

- *распределительную* – это создание фондов денежных средств, обеспечивающих эффективную работу фирм, отраслей и сфер;

- *стимулирующую*. Прибыль является генератором, или двигателем рыночной экономики. Она способствует снижению издержек производства. Увеличение прибыли является сигналом к развитию производства;

- *формирующую*. За счет прибыли формируются доходы бюджетов различных уровней. Чем больше прибыль, тем весомее бюджеты субъектов и госбюджет страны.

Различают следующие *виды прибыли*:

- *общая (валовая) прибыль* (ОП) – это разница между выручкой TR и общими (валовыми) издержками TC :

$$ОП = TR - TC.$$

– *нормальная прибыль* – это прибыль предпринимателя, позволяющая остаться ему в данном деле, когда выручка покрывает издержки и прибыль нулевая. Она должна обеспечить простое воспроизводство и представляет разницу между общей выручкой и денежными затратами на потребленные ресурсы;

– *бухгалтерская прибыль* – прибыль, получаемая как разница между выручкой фирмы и бухгалтерскими издержками (явными), т.е. себестоимостью продукции. Она превышает экономическую прибыль на величину неявных издержек. На практике все руководители и специалисты сталкиваются с этим понятием прибыли. Если бухгалтерские издержки превосходят доход (выручку), то образуется отрицательная прибыль – убытки фирмы;

– *экономическая прибыль* – прибыль, получаемая как разница между выручкой и экономическими (явными и неявными) издержками, включая прибыль предпринимателя;

– *балансовая прибыль* – прибыль, получаемая как разница между общей выручкой и общими издержками, включая прибыль от различных услуг, от продажи материальных ценностей, от долевого участия в СП, от аренды, дивиденды по ценным бумагам и т.д.;

– *чистая (располагаемая) прибыль* – часть балансовой прибыли фирмы, остающаяся после уплаты различных налогов, платежей в бюджеты. За счет нее фирма решает социально-экономические и другие текущие задачи. Из чистой прибыли бизнесмен в виде заработной платы получает предпринимательский доход. Степень возрастания прибыли показывает норма прибыли. Она предстает как отношение прибыли (П) к затраченным средствам (З), выраженное в процентах:

$$Н_{\text{П}} = \frac{\text{П}}{\text{З}} \cdot 100 \, \%.$$

Три фактора производства (Труд, Земля, Капитал), как минимум, нужны для того, чтобы предприятие работало *нормально*, и получало бы при этом *нормальную прибыль*. В этом случае говорят: «предприятие держится на плаву» (как корабль). Однако, экономическая прибыль такого предприятия равна нулю. Часто этого бывает достаточно для *менеджеров* предприятия (наемных управляющих), а в условиях экономической неста-

бильности это просто одна из важнейших задач. На сравнительно долго существующих рынках, где условия соответствуют признакам совершенной или монополистической конкуренции, большинство предприятий получают нормальную прибыль (в долгосрочном периоде). Однако для предпринимателя основной целью является получение экономической прибыли. Именно она имеется в виду, когда речь заходит о стимулах в рыночной экономике. Но получение экономической прибыли требует определенных способностей – предпринимательских.

10.3. Условия максимизации прибыли

Максимизация прибыли является одной из основных целей фирмы. Она достигается при взаимодействии внешних и внутренних факторов деятельности фирмы. Основное требование максимизации прибыли – прибыльность каждой единицы выпускаемой продукции. Если предельный доход MR больше предельных издержек MC , прибыль увеличивается, и ее предельный размер не достигнут. Как только предельные издержки оказываются выше предельного дохода, рост общей прибыли останавливается. Следовательно, размер прибыли достигает максимума при таком выпуске продукции, когда предельный доход равен предельным издержкам: $MR = MC$.

В условиях совершенной конкуренции цена продукции является для фирмы заданной величиной (рис. 10.2).

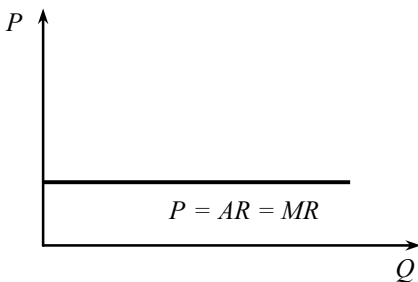


Рис. 10.2. Максимизация прибыли

Любое количество товаров продается по одной и той же цене. Средний доход AR также будет постоянным и равным предельному доходу MR , так как каждая последующая единица товара будет продана по той же цене, что и предыдущая. В данном случае цена P равна среднему доходу AR и предельному доходу MR :

$$P = AR = MR.$$

Совмещая все кривые на одном графике (рис. 10.3), фирма максимизирует прибыль в точке пересечения O кривых предельного дохода MR и предельных издержек MC .

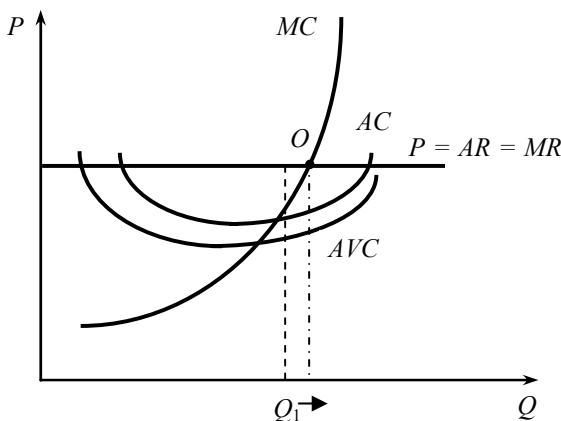


Рис. 10.3. Максимизация прибыли в точке пересечения

Пересечение предельного дохода MR с кривой предельных издержек MC (рис. 10.4) происходит в двух точках M и K .

В точке M предельные издержки снижаются, следовательно, прибыль возрастает. Фирма будет увеличивать выпуск продукции до точки K , что предполагает максимизацию прибыли.

Максимальная прибыль будет привлекать в отрасль новые фирмы, что обусловит увеличение предложения и снижение цены товара, тем самым и снижение прибыли фирм. Процесс притока новых фирм в отрасль прекращается, когда цена будет покрывать только средние издержки: $P = AC$.

В условиях совершенной конкуренции в длительном периоде вход в отрасль и выход фирм из нее определяется равенством

цены средним издержкам, предельному доходу и предельным издержкам:

$$P = MR = MC = AC.$$

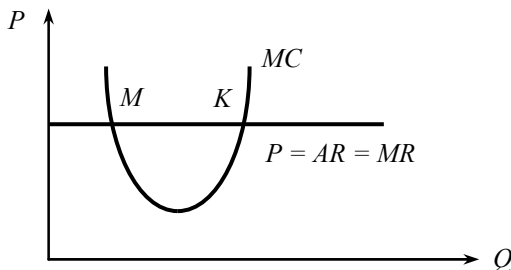


Рис. 10.4. График пересечения предельного дохода с кривой предельных издержек

В условиях чистой монополии цена уже не является заданной величиной. Чем больше продукции фирма производит, тем меньше будет цена реализации. Кривая спроса и среднего дохода AR имеет отрицательный наклон (рис. 10.5), а предельный доход MR всегда будет ниже среднего дохода AR .

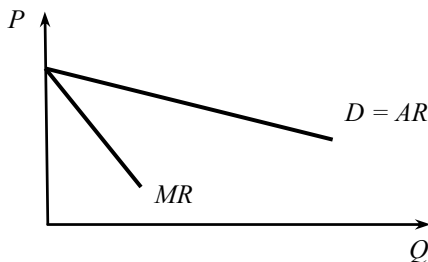


Рис. 10.5. Кривая спроса и среднего дохода

В условиях монополии кривые их не совпадают, причем $MR < AR$. Монополист максимизирует свою прибыль при $MR = MC$, но $MR < P$, при объеме производства Q_1 фирма-монополист получает максимум прибыли (рис. 10.6).

Кривые MR и MC пересекаются в точке M , которой соответствует выпуск Q_1 . Этому объему Q_1 соответствуют точка O на кривой спроса и цена P_1 .

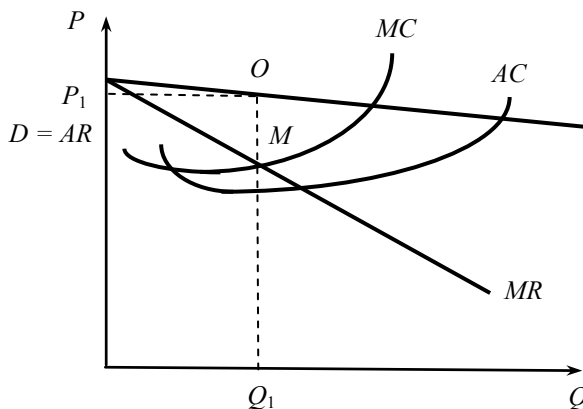


Рис. 10.6. График получения максимума прибыли фирмой-монополистом

Если фирма, максимизирующая прибыль в условиях совершенной конкуренции, может контролировать только объем выпуска продукции, то фирма, максимизирующая прибыль в условиях чистой монополии, определяет объем выпуска продукции и цену. Фирма-монополист может производить меньше продукции и продавать ее по более высокой цене, может существенно снизить издержки за счет увеличения масштаба производства и снизить цену.

Максимизация прибыли реализуется не только в получении наибольшей абсолютной прибыли. Она выражается:

- в максимизации доли прибыли в общей выручке от продаж, %;
- в максимизации прибыли в расчете на каждую единицу используемых ресурсов – собственных и заемных.

Если цена касается кривой средних издержек AC в минимальной точке M , то цена равняется средним издержкам: $P = AC$ (рис. 10.7). При этом будет нулевая прибыль, хотя в цене содержится нормальная прибыль. В данном случае фирма решает: остаться или нет в данной отрасли. При этом возникает понятие «предельная фирма».

Если средние издержки AC ниже цены P , то фирма получает прибыль выше, чем нормальная, т.е. сверхприбыль, или «квизенту» (рис. 10.8).

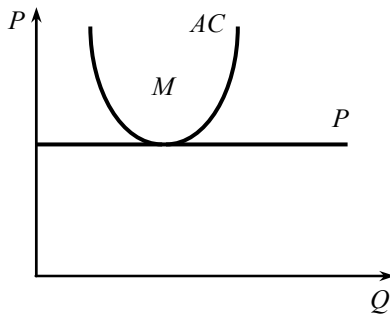


Рис. 10.7. «Предельная фирма»

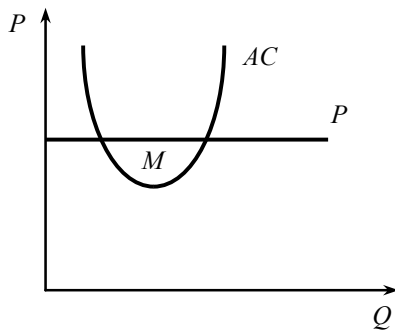


Рис. 10.8. «Квазирента»

Если средние издержки выше рыночной цены, то данная фирма терпит убытки и может разориться и уйти с рынка (рис. 10.9). Точку M называют критической точкой, или «ценой бегства».

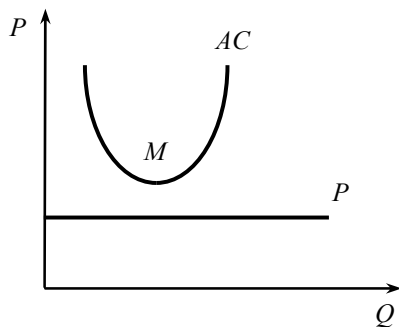


Рис. 10.9. «Цена богатства»

10.4. Предприятие на рынке олигополии

Олигополия является рыночной структурой несовершенной конкуренции. Структуру рынка олигополии можно считать средней между структурой рынка чистой конкуренции и структурой рынка полной монополии. Для нее характерно:

- а) небольшое количество продавцов;
- б) предложение сходной или идентичной продукции;
- в) значительное ограничение входа в рынок и выхода из него;
- г) продавцы, манипулируя объемом поставок (увеличивая или сокращая предложение), могут влиять на цены, управлять ценообразованием.

В отличие от конкурентного рынка, где каждое предприятие обладает незначительной долей общего объема товара и ни в малейшей степени не может влиять на цены, и от монопольного рынка, где единственное предприятие имеет возможность выбрать любую комбинацию цены и объема выпуска, олигополия заставляет предприятие конкурировать с несколькими другими продавцами. Но она позволяет ему воздействовать на общий объем предложения продукции на рынке, в особенности, если предприятия, работающие на рынке олигополии, действуют согласованно, вступают в сговор и «делят» рынок сбыта между собой.

На конкурентном рынке (совершенной конкуренции) в состоянии равновесия цена продукта равна предельным издержкам: $P = MC$. В долгосрочном периоде свободный вход в рынок новых предприятий и уход старых приводят к нулевой экономической прибыли, когда цена становится равной средним совокупным и предельным издержкам.

На монопольном рынке предприятие, обладающее властью, использует ее для установления и поддержания цен выше предельных издержек: $P > MC$. Это приводит к положительной *экономической прибыли* для предприятия и безвозвратным потерям для потребителей, а также к образованию у предприятия избыточной мощности, которая не используется, не производит продукцию вследствие ценовой политики предприятия.

Типичное положение предприятия на реальных рынках всегда среднее между положением предприятия на конкурентном и

монопольном рынках, за исключением редких случаев чистой монополии. Рынок монополистической конкуренции и олигополия – наиболее часто встречающиеся рыночные структуры. В качестве типичных олигополий можно рассматривать рынки ряда видов сырья, энергоносителей, таких, как нефть, черные и цветные металлы, рынки ряда подотраслей машиностроения и др. Олигопольное предприятие имеет на рынке большую власть, чем предприятие рынка монополистической конкуренции, но меньшую, чем монопольное предприятие. Впервые такой тип рынка проанализировал А. Курно (1838).

Рынок двух предприятий уже является олигополией. Если они поставляют на рынок идентичный продукт, например, минеральную воду из источников, которые принадлежат двум разным собственникам, то при изменении объемов Q от нуля к наивысшему, они могут воздействовать на цену P и совокупный доход TR (табл. 10.1).

Таблица 10.1

Поставка воды при отсутствии издержек

Объем продаж, бочек	Цена, р.	Совокупный доход
Q	P	TR
0	150	0
1	120	120
2	100	200
3	80	240
4	70	280
5	60	300
6	50	300
7	40	280
8	30	240
9	20	180
10	10	100
11	5	55
12	0	0

График дуополии двух владельцев источника минеральной воды по Курно представлен на рис. 10.10.

На рис. 10.10 кривая AM отражает поведение продавца A ; BN – поведение продавца B ; точка S – объем предложения, который устраивает A и B , положение устойчивого равновесия дан-

ного рынка дуополии, к которому продавцы A и B могут прийти в результате взаимных реакций на действия друг друга.

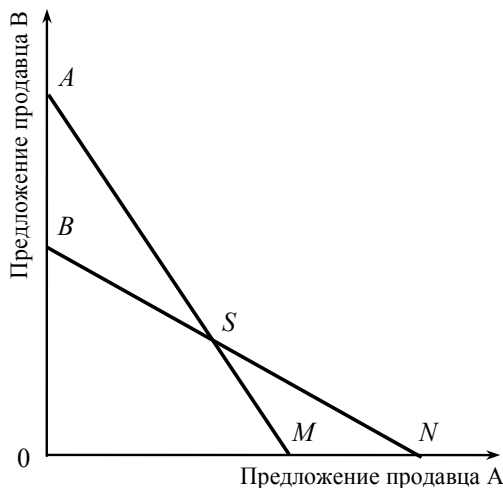


Рис. 10.10. График дуополии двух владельцев источника минеральной воды по Курно

Данная модель исходит из того, что каждое предприятие корректирует свое производство с учетом объема производства другого, считая, что другое предприятие не изменит свой объем. Этот график отражает ситуацию нескоординированной олигополии, когда нет сговора, картельного соглашения, доминирующего предприятия.

Если бы этот график стал совершенно конкурентным, то логика поведения каждого предприятия привела бы к установлению цены на уровне предельных издержек (MC). Поскольку MC воды равны нулю, цена при объеме продажи 12 бочек станет нулевой. Этот объем наиболее эффективный для потребителей.

Монополизированный рынок позволяет монополисту поставлять 5 бочек воды по цене 60 р. и максимизировать прибыль на уровне 300 р. Цена воды больше предельных издержек, которые равны нулю. Этот объем не эффективен для потребителей, но выгоден для продавца.

Простейший тип олигополии, дуополия, побуждает продавцов договариваться об объемах поставок каждого и цене товара,

чтобы получить наибольшую прибыль. Это называется *сговором*. (Продавцы воды могли бы договориться об объемах поставок, что дало бы им возможность сразу достигнуть точки S , максимизировать прибыль). Если свои действия на рынке согласовывает группа предприятий, это называется *картелем*. При нем координация договорная.

Состояние равновесия на рынке олигополии излагается следующим образом: «Каждый участник рынка выбирает во взаимодействии с другими участниками оптимальный вариант стратегии при условии, что остальные фирмы придерживаются определенной стратегии». Это – равновесие Нэша (Дж. Нэш).

При сговоре дуополисты в вышеприведенном примере поставили бы по 2,5 бочки воды по цене 60 р. за бочку и поделили бы максимизированную прибыль пополам: по 150 р. Но при преследовании частных интересов, стремлении к увеличению собственной прибыли они превышают оптимальный для прибыли объем и обычно выбирают объем выпуска, превосходящий оптимальный для прибыли, но далекий от точки равенства цены и предельных издержек. (В данном примере – по 4 бочки по 30 р. по 120 р. прибыли).

Предприятие при действии вне зависимости от возможных действий других предприятий рынка обычно придерживается *доминирующей стратегии*, когда последняя является наилучшей из возможных решений.

В случае принятия решения без сговора (каждое исходя из своих интересов) предприятия вынуждены учитывать возможные последствия:

1) *эффект объема производства*, когда цена превышает предельные издержки: продажа еще одной единицы продукта по существующей цене приносит дополнительную прибыль;

2) *эффект цены*, когда увеличение объема производства данного предприятия увеличивает общий объем предложения и рыночная цена товара снижается.

Когда эффект объема производства превышает эффект цены ($\Delta_{\text{оп}} > \Delta_{\text{ц}}$), предприятие увеличивает производство товара.

Когда эффект цены перевешивает эффект объема производства ($\Delta_{\text{ц}} > \Delta_{\text{оп}}$), предприятие прекратит увеличение производ-

ва. В этом случае предприятию выгодно снижать его объем. Каждый производитель олигопольного рынка, когда принимает объемы производства других предприятий как данные, увеличивает объем производства до момента, когда два предельных эффекта уравниваются (совпадут).

Количество предприятий на рынках олигополии может меняться. Чем их больше, тем меньше каждое из них может воздействовать на рыночную цену товара. Это означает, что при росте количества предприятий эффект цены падает. Это падение может продолжаться до тех пор, пока эффект цены не исчезнет совсем. Останется лишь эффект объема производства. Тогда каждое предприятие будет увеличивать производство, пока цена P не будет выше предложенных издержек MC , но при принятии решения предприятие в этом случае исходит из эффекта объема производства.

С ростом количества предприятий олигополия становится все более конкурентным рынком, цена стремится к предельным издержкам, а объем производства приближается к эффективному для потребителей.

Предприятие рынка олигополии не всегда в состоянии сотрудничать. Тогда они вступают в отношения конкуренции в виде прямого соперничества. (Олигополия – единственный тип рынка, где возможно прямое (очное) соперничество продавцов.) Иногда такое соперничество переходит в состояние «*Bellum omnium contra omnes*» (война всех против всех). Может наступить рыночный хаос, где все действуют по принципу «*Homo homini lupus est*» (человек человеку – волк). На рынке олигополии чаще всего проявляется природная сущность рыночных отношений.

Нередко в олигополии выделяется «лидер в ценах», который инициирует будущую цену и размеры ограничения объема продаж. Часто это бывает доминирующее на рынке предприятие, обладающее значительным превосходством в объеме выпуска над остальными. Обычно оно обладает превосходством и в технической оснащенности, и в экономической мощи. Это обеспечивает установление цен, превосходящих предельные издержки ($P > MC$). В то же время устанавливаемая цена должна обеспечить достаточный объем сбыта для других предприятий.

Олигопольное предприятие имеет возможность применять (и нередко использует) следующие приемы:

- ценовую дискриминацию (продажа товара различным потребителям по неодинаковым ценам);
- продажу товара с нагрузкой.

10.5. Сущность, уровни и формы заработной платы

Заработная плата составляет большую часть дохода и существенно влияет на размер потребления людей. В России в 2015 г. доля заработной платы в структуре ВВП по доходам (оплата труда наемных работников, включая отчисления работодателей на социальное страхование) составляла 47,2%. При этом валовая прибыль и валовой смешанный доход в структуре ВВП равнялись 41,4%, а налоги на производство и импорт минус субсидии – 14,4%.

Для сравнения можно привести аналогичные показатели по доле оплаты труда в структуре ВВП по таким странам, как Австрия – 48,2% (2014 г.), Бельгия – 51,0% (2014 г.), Венгрия – 41,7% (2014 г.), Германия – 51,0% (2014 г.), Греция – 33,4% (2014 г.), Испания – 46,9% (2014 г.), Италия – 39,7% (2014 г.), Нидерланды – 49,6% (2014 г.), Норвегия – 45,9% (2014 г.), Польша – 37,4% (2014 г.), Финляндия – 49,4% (2014 г.), Франция – 52,8% (2014 г.), Швейцария – 59,4% (2014 г.), Швеция – 48,0% (2014 г.), Япония – 51,6% (2014 г.), Канада – 50,6% (2014 г.), Мексика – 27,4% (2013 г.), США – 52,7% (2014 г.), Австралия – 48,6% (2014 г.)¹.

В экономической литературе имеются различные подходы к определению сущности вознаграждения за труд наемных работников (заработной платы) и факторов, его определяющих на уровне фирмы или отрасли. При этом эти подходы связаны с категориями «труд» и «рабочая сила».

А. Смит и Д. Рикардо полагали, что труд является товаром и имеет естественную цену, которая определяется издержками производства в виде стоимости жизненных средств (пища, оде-

¹ См.: Россия и страны мира. 2016: стат. сб. / Росстат. – М., 2014. – С. 89.

жда, обувь), необходимых работнику и его семье. Физический минимум этих средств существования определяется с учетом исторических, культурных и национальных различий.

Марксистская теория заработной платы разграничила понятия «*труд*» и «*рабочая сила*». Она доказала, что *заработная плата является превращенной формой стоимости товара «рабочая сила», а не труда*. Следовательно, труд и рабочая сила – различные понятия. *Труд* – целесообразная деятельность людей, он не существует до начала производства или в момент купли-продажи рабочей силы. Отсюда следует, что труд – это использование рабочей силы для производства какого-либо продукта. А *рабочая сила* – это совокупность физических и духовных способностей человека, или способность его к труду. Труд возникает при соединении рабочей силы со средствами производства.

Социальная теория заработной платы М. Туган-Барановского рассматривает заработную плату как долю рабочего класса в общественном продукте.

В современной экономической теории отсутствует различие между трудом и рабочей силой, это тождественные понятия. Труд однозначно считается фактором производства, а *заработная плата – ценой использования труда работника*.

По уровню заработная плата бывает номинальная и реальная.

Номинальная заработная плата – это сумма денег, получаемая работниками за свой дневной, недельный или месячный труд. Однако по уровню заработной платы невозможно судить об уровне потребления и благосостоянии людей. Для этого существует реальная заработная плата.

Реальная заработная плата – это номинальная заработная плата, за вычетом различных налогов и платежей с учетом инфляции. Она зависит от уровня цен на товары и услуги. Следовательно, номинальная заработная плата может расти, одновременно может расти и реальная заработная плата, и наоборот. От реальной заработной платы зависит стоимость жизни, или уровень жизни населения. Стоимость жизненных средств определяет воспроизводство рабочей силы. Для определения наименьшей заработной платы государственные органы определяют так называемый прожиточный минимум (черта бедности). Впервые

в России он был установлен в 1992 г. и регулярно его уровень повышается.

Основными формами заработной платы являются повременная (почасовая) и сдельная (поштучная).

Повременная заработная плата – это заработная плата, получаемая в зависимости от отработанного времени. Бывает дневная, недельная, месячная заработная плата. Единицей измерения служит *цена часа (труда) – тарифная ставка за час*.

$$T_{\text{Ч}} = \frac{\text{Дневная стоимость труда}}{\text{Продолжительность рабочего времени}} = \\ = \frac{800 \text{ руб.}}{8 \text{ ч}} = 100 \text{ руб.}$$

Тарифная ставка применяется тогда, когда результаты труда не поддаются точному учету, а определяются выполнением обязанностей. Сюда входят должностные оклады ИТР, служащих, руководителей, электромонтеров, преподавателей, врачей и т.д. Часовая заработная плата по меркам ООН не должна быть ниже 3 долл.

Повременная заработная плата позволяет предпринимателям управлять продолжительностью рабочего дня и интенсивностью труда, добиваться фактического снижения заработной платы при повышении интенсивности труда. Поэтому необходимо строго следить за соблюдением трудового законодательства.

Сдельная заработная плата – это заработок, зависящий от количества произведенных товаров и услуг или объема выполненных работ. Единицей ее измерения служит *цена единицы продукции – расценка* за продукцию. Ее определяют исходя из 1 ч повременной заработной платы и количества продукции за 1 ч:

$$ЗП = \frac{100 \text{ руб.}}{5 \text{ шт.}} = 20 \text{ руб.}$$

Следовательно, дневной заработок (за 8 ч): $20 \cdot 5 \cdot 8 = 800 \text{ руб.}$

Использование сдельной формы заработной платы стимулирует рост производительности и интенсивности труда, усиливает конкуренцию среди рабочих за сохранение рабочих мест, повышает уровень заработной платы, но также может привести к росту безработицы и т.д.

Каждая из основных форм заработной платы имеет свои специфические формы, которые направлены на стимулирование производительности труда, повышения квалификации работников и в целом на повышение эффективности производства.

10.6. Системы заработной платы

Повременная заработная плата имеет две основные системы: простую повременную и повременно-премиальную.

При простой повременной системе заработной платы ее размер определяется путем умножения часовой ставки данного разряда на количество отработанного времени.

При повременно-премиальной системе к простой повременной заработной плате прибавляется премия за дополнительные результаты производства (улучшение качества продукции, качественное выполнение работы и т.д.).

Сдельная заработная плата имеет следующие основные системы: прямую сдельную, сдельно-премиальную, сдельно-прогрессивную и др.

Прямая сдельная заработная плата определяется исходя из объема выполненных работ или произведенной продукции по установленным единым расценкам.

Сдельно-премиальная заработная плата предполагает, что к прямой сдельной заработной плате прибавляется премия за дополнительные результаты (высокое качество продукта, экономия сырья, рост количества продукции и др.).

Сдельно-прогрессивная заработная плата определяется исходя из объема продукции, одна часть которого в пределах нормы оплачивается по основным расценкам, а другая часть – сверх нормы – по повышенным расценкам.

Могут быть и другие индивидуальные и коллективные системы заработной платы, где оплата труда определяется конечными результатами труда.

В настоящее время для усиления мотивации работников успешно применяют различные *системы участия работников в прибылях и создания рабочей собственности*. Опыт свидетельст-

ует, что в течение нескольких лет внедрения такой системы производительность труда растет в среднем на 10–15%. Это достигается за счет более тесной привязки оплаты работников к результатам фирмы. Участие работников в прибылях происходит в форме отчислений в *«фонды рабочих»* доли прибыли текущего года с использованием льготного налогового режима. Создание рабочей собственности осуществляется посредством вложений в производство на льготных условиях накоплений от отчислений заработной платы.

Участие рабочих в прибылях в разных странах регламентируется государственным законодательством. Например, во Франции и ФРГ существует государственная регламентация финансового участия трудящихся и профсоюзов.

Факторами, влияющими на размер заработной платы, являются: производительность и интенсивность труда, качество труда, квалификация работников, сложность труда, экономическое положение страны, уровень НТП, расовая и половая дискриминация и т.д.

Для учета большинства факторов, влияющих на уровень заработной платы, используется тарифная система. Она является обязательной для государственных предприятий и рекомендательной в условиях рыночных отношений для негосударственных предприятий.

Тарифная система включает:

- *тарифно-квалификационные справочники* для характеристики профессий и видов для присвоения разрядов;
- *тарифные ставки* для определения размеров оплаты труда за каждый разряд;
- *тарифные сетки* – это совокупность тарифных разрядов и тарифных коэффициентов;
- *схему должностных окладов* для ИТР и служащих.

Многие предприятия используют бестарифные системы оплаты труда. При этом ее размер зависит от результатов хозяйственной деятельности.

Одним из основных инструментов регулирования заработной платы в рыночных условиях являются *коллективные договоры*, ежегодно заключаемые между администрацией и трудо-

выми коллективами, в которых четко фиксируются размеры оплаты труда различных категорий работников.

Разновидностью их является контрактная система оплаты труда («контракт» с лат. – договор). В нем между администрацией и отдельным работником оговариваются условия труда, права и обязанности сторон, режим работы и уровень оплаты, срок действия и причины досрочного расторжения, т.е. должны быть четко обозначены права и обязанности работника и работодателя.

10.7. Процент. Виды процентных ставок

Процент – это вид дохода. На практике он может выступать в форме ссудного процента на капитал, прибыли предпринимателя, надбавки к стоимости факторов производства, ренты за аренду имущества и земли, дивиденда по ценным бумагам и т.д.

Существуют две основные концепции процента: марксистская и неоклассическая.

В настоящее время широкое распространение получила *неоклассическая концепция* (Самуэльсон, Фишер, Бём-Баверк), которая представляет процент как разницу между ценностью сегодняшних и будущих благ (доходов). Считается, что сегодняшние блага (деньги) обычно ценятся выше будущих благ. Тем самым, отказываясь от сегодняшних благ, предоставляя их в кредит, собственник этих благ вправе рассчитывать на соответствующую компенсацию – *процент*.

Отсюда следует, что причинами появления процента являются: *психологический* (ценность сегодняшних благ по сравнению с будущими); *экономический* (текущие потребности более насущные, а ресурсы ограничены и, следовательно, уменьшаются); *технологический* (сегодняшние блага стоят дороже, чем будущие) мотивы.

Собственник при этом становится *кредитором*, а получатель благ (денег) – *заемщиком*. Заемщик должен платить за полученный кредит в виде процента. Следовательно, процент выступает как плата за время, определяемое сроком получения кредита.

Отношение процента в виде определенной суммы денег к использованному капиталу, есть *ставка процента (норма процента)*:

$$\Pi' = \frac{\Pi}{K},$$

где Π – процент; K – капитал.

Различают следующие виды процентных ставок: рыночная, средняя, номинальная, реальная.

Рыночная процентная ставка на каждый данный момент складывается на рынке капиталов в зависимости от спроса и предложения.

Средняя процентная ставка отражает движение рыночной ставки за определенный период времени.

Номинальная процентная ставка – это процентная ставка, выраженная в деньгах по текущему курсу.

Реальная процентная ставка в отличие от номинальной процентной ставки учитывает уровень инфляции. Она равна номинальной процентной ставке за вычетом уровня инфляции.

Связь между темпом инфляции, номинальной и реальной ставок процента описывается уравнением Фишера:

$$i = r + \pi,$$

где π – темп инфляции; r – реальная ставка процента; i – номинальная ставка процента.

Уравнение показывает, что номинальная ставка процента может изменяться по двум причинам: из-за изменения реальной ставки и уровня инфляции.

Уравнение Фишера определяет связь объема денежной массы и номинальной ставки процента. Рост денежной массы вызывает рост инфляции, а последняя приводит к увеличению номинальной ставки процента. Эту связь инфляции и номинальной ставки процента называют *эффектом Фишера*.

Для принятия инвестиционных решений основное значение имеет реальная процентная ставка.

В качестве посредников при движении ссудного капитала чаще всего выступают банки, поэтому следует различать депозитные и кредитные процентные ставки. *Депозитные процентные ставки* – это нормативы платы по вкладам в банк (по ним рассчитыва-

ются проценты вкладчиков). *Кредитные процентные ставки* – это нормативы платы за пользование банковским кредитом. Уровень ссудных процентных ставок всегда выше депозитных. За счет их разницы банк покрывает свои издержки и получает прибыль.

В целом процентная ставка находится под воздействием государства через ставку рефинансирования, устанавливаемой центральным банком страны, и является важным инструментом государственного регулирования экономики.

Выводы

1. Доход определяется как произведение рыночной цены продукции и количества реализованной продукции $TR = P \cdot Q$.

Различают валовый (общий) доход (TR), средний доход (AR) и предельный доход (MR).

$$\text{Средний доход: } AR = \frac{TR - \text{общий доход}}{Q - \text{количество реализованной продукции}}.$$

$$\text{Предельный доход: } MR = \frac{\Delta TR - \text{прирост общего дохода}}{\Delta Q - \text{прирост реализации продукции}}.$$

2. Существуют два подхода к образованию прибыли:

- классический (марксистский): прибыль – это превращенная форма прибавочной стоимости, т.е. после реализации товара прибавочная стоимость превращается в прибыль ($m = P$);

- неоклассический: прибыль – это излишек над издержками (как вознаграждение за новаторство, риск как результат установления монопольных цен, внедрения технических новшеств и т.д.).

3. Заработная плата составляет большую часть дохода и существенно влияет на размер потребления людей. Существуют два подхода к определению понятия «заработная плата». Марксистская теория заработной платы считает что она является превращенной формой стоимости и цены товара «рабочая сила», а не труда. Неоклассическая теория считает, что труд и рабочая сила – тождественные понятия. Следовательно, труд является фактором производства, а заработная плата – ценой использования труда работника.

4. Процент – это вид дохода. На практике он выступает в форме ссудного процента на капитал, прибыли предпринимателя, ренты за аренду имущества и земли, дивиденда по ценным бумагам и т.д.

Вопросы для самопроверки

1. Какие виды доходов Вы знаете?
2. Как Вы понимаете понятия «факторные доходы» и «располагаемые доходы»?
3. Какие определения прибыли Вам известны?
4. Расскажите условия максимизации прибыли.
5. Что понимается под понятием «предельная фирма»?
6. Что такое номинальная и реальная заработная плата?
7. Какие формы заработной платы вы знаете?

Понятия

Общий (валовый) доход • Средний доход • Предельный доход • Факторные доходы • Располагаемые доходы • Прибыль • Виды прибыли • Условия максимизации прибыли • Предельная фирма • Предприятие на рынке олигополии • Заработная плата • Труд • Рабочая сила • Номинальная заработная плата • Реальная заработная плата • Повременная заработная плата • Сдельная заработная плата • Системы заработной платы • Тарифная система • Теория процента • Виды процентных ставок

Глава 11

РЫНОК ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

11.1. Спрос и предложение на рынке факторов производства

Процесс производства материальных благ и услуг предполагает функционирование различных факторов (ресурсов) производства. Среди них выделяются *четыре основные группы: земля, труд, капитал и предпринимательские способности*, о которых было сказано в предыдущих главах.

Земля (Z) является естественным фактором и выступает в качестве всеобщего средства производства. К этому фактору относятся сельскохозяйственные земли, залежи полезных ископаемых, леса, вода, воздух и другие природные ресурсы. Цена, уплаченная за пользование землей, есть рента (R). Она является доходом владельца земли.

Капитал (K) в своей материально-вещественной форме выступает в виде производственных фондов, используемых для производства товаров и услуг. Однако он может выступать в виде денежного, производительного, ссудного, фиктивного капитала.

Труд (L) представляет собой деятельность, связанную с затратой человеческого труда и направленную на изготовление материальных благ и оказание услуг. Плата за труд называется заработной платой.

Предпринимательские способности – это набор качеств, умений, способностей человека, позволяющих ему находить и использовать лучшее сочетание факторов производства и идти на допустимый, оправданный риск. Плата за предпринимательство – есть предпринимательская прибыль.

Каждый из перечисленных факторов занимает фундаментальное место в экономической системе и выполняет определенные функции.

Факторы производства находятся в рыночном обороте посредством функционирования рынка факторов производства

(или рынка ресурсов). Данный рынок состоит, в свою очередь, из трех рынков: рынка труда, рынка земли, рынка капитала. Общим для этих рынков является то, что количество ресурсов, предлагаемых к продаже, ограничено по сравнению с потребностями в них производства.

Рынок факторов производства отличается тем, что производители, которые являются продавцами товаров, на нем выступают как покупатели, приобретая для производственного процесса необходимые факторы.

Рынок факторов производства через спрос и предложение регулирует рациональное распределение имеющихся у общества ограниченных ресурсов между отдельными потребителями. Однако формирование спроса и предложения на рынке факторов производства имеет специфические особенности.

Спрос на ресурсы носит производный, вторичный характер. Факторы (ресурсы) необходимы производителю, чтобы произвести продукт для конечного потребителя. Чем больше производится продукта, тем больше спрос на факторы производства, из которых он производится. Соответственно, если спрос на конечный продукт снижается, то снижается и спрос на факторы производства.

Факторы производства участвуют в процессе производства не обособленно, они комбинируются только в определенных сочетаниях, т.е. взаимодополняют друг друга. В то же время они взаимозаменяемы: машины и оборудование как капитал можно заменить живым трудом и, наоборот, природные материалы – искусственными и т.д. Таким образом, когда одна группа факторов по каким-либо причинам дорожает, ищутся возможности замены их более дешевыми факторами и, соответственно, на них возрастает спрос. А увеличение спроса может привести к увеличению цены на конкретный фактор производства. В свою очередь, изменение цен на один из факторов производства, как правило, приводит к изменению цен на другие факторы производства. Следовательно, изменяется и уровень издержек производства на продукцию.

Если фирма покупает факторы производства на *рынке совершенной конкуренции*, где цены на продукты всегда относительно постоянны, то спрос на факторы производства зависит от производительности каждого фактора в процессе производства

и цены на него. При этом необходимо учитывать действие закона убывающей производительности факторов, в результате чего приобретение фактора целесообразно до определенного предела – до того, когда каждая дополнительно приобретаемая единица фактора начинает приносить все меньший доход. Следует отметить, что спрос на фактор производства будет сохраняться до тех пор, пока затраты на каждую его дополнительную единицу будут окупаться большими или равными приростами дохода от продажи готового товара.

Прирост выпуска продукции в натуральном выражении за счет увеличения фактора производства на единицу есть *предельный физический продукт*.

Прирост дохода фирмы за счет дополнительной единицы фактора производства называется *предельной доходностью фактора* или доходом от предельного продукта *MRP*.

Предельная доходность является одним из главных условий, определяющих количество факторов, используемых фирмой. Для этого нужно знать *предельные издержки фактора (дополнительные) производства MCR*.

До какого же момента выгодно использовать дополнительные факторы производства? Чтобы ответить на этот вопрос, необходимо сравнивать полученный *MRP* с дополнительными затратами на каждую последующую единицу факторов производства, т.е. предельными издержками на факторы производства *MCR*. Таким образом, фирме выгодно применять дополнительные факторы производства до тех пор, пока предельный доход не сравняется с предельными издержками на факторы производства: $MRP = MCP$. Если $MRP > MCP$, то фирма работает с прибылью и может применять дополнительное количество факторов. При $MCP > MRP$ фирме для прибыльной работы следует уменьшить количество факторов производства.

Спрос на факторы производства *при совершенной конкуренции* примет вид кривой на графике, на оси ординат которого откладывается цена фактора P , а на оси абсцисс – количество фактора Q (рис. 11.1). Кривая спроса D на фактор производства зависит от предельной производительности данного фактора и цены продукта. Поскольку цена продукта фирмы при совершен-

ной конкуренции постоянна, независимо от его количества, кривая спроса на фактор, определяемая лишь убывающей предельной производительностью, плавно опускается к оси абсцисс. Причем каждая точка кривой D показывает, какое количество фактора будет приобретено до того, как цена фактора P будет ниже или равна предельному доходу MRP .

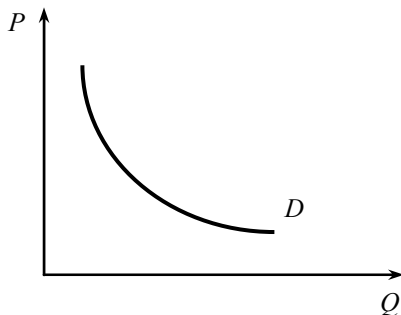


Рис. 11.1. Спрос на факторы производства при совершенной конкуренции

Если фирма продает свою продукцию на рынке *несовершенной конкуренции*, то это сказывается и на рынке факторов производства. Как известно, на таком рынке увеличение продажи продукции ведет к снижению ее цены. Предельный доход в данном случае снижается под воздействием двух факторов: уменьшения предельного продукта и снижения его цены, так как увеличивается выпуск продукции. В итоге спрос на факторы производства будет менее эластичен (рис. 11.2).

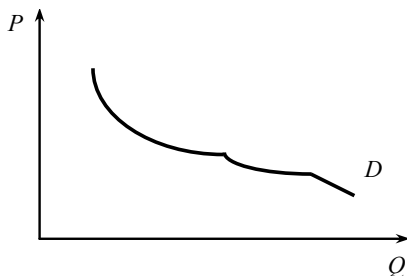


Рис. 11.2. Спрос на факторы производства при несовершенной конкуренции

При росте производительности фактора кривая спроса D должна переместиться вправо. Дело в том, что спрос на более производительный фактор, при применении которого можно получить большее количество товаров и услуг с низкими издержками, будет больше, чем на менее производительный фактор. Поэтому вначале пользуются спросом более доступные и производительные факторы.

Наименьшие издержки обеспечиваются тогда, когда последний рубль, затраченный на каждый фактор производства, дает одинаковый предельный доход. Если каждый вводимый фактор производства используется до тех пор, пока его цена не станет равной предельному доходу, фирма может максимизировать свою прибыль.

Цены на рынке факторов производства складываются так же, как и на рынке потребительских товаров, и в качестве ценообразующего фактора значительную роль играет соотношение спроса и предложения данного фактора производства.

Различают рыночный и отраслевой спросы на факторы производства.

Спрос на факторы производства со стороны фирмы зависит:

- от спроса на готовую продукцию, производимую с помощью данных факторов. Чем выше спрос на продукцию, тем выше спрос и на факторы;

- уровня цен на факторы. Чем выше цена по сравнению с издержками, тем больше прибыль;

- эффективности (отдачи) факторов. Каждый дополнительный фактор должен увеличивать доход фирмы.

Прирост дохода фирмы за счет дополнительной единицы конкретного фактора образует предельную доходность фактора или доход от предельного продукта MRP . Сначала он растет, затем начинает падать в соответствии с законом убывающей отдачи.

Предельная доходность фактора фирмы в условиях совершенной конкуренции будет выше MRP_1 , так как цена здесь постоянная и не зависит от объема выпуска продукции Q . Если фирма является несовершенным конкурентом, то она вынуждена снижать цену при расширении объема сбыта и предельная доходность фактора MRP_2 будет ниже, чем MRP_1 (рис. 11.3).

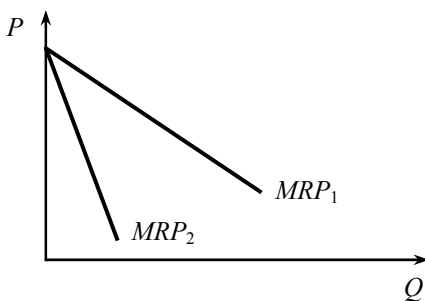


Рис. 11.3. Предельная доходность фактора фирмы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции

Рыночный спрос на факторы производства – это сумма спроса, предъявляемая всеми фирмами различных отраслей, использующих данный фактор. *Отраслевой спрос* – спрос всех фирм данной отрасли. Если цена фактора снижается, то снижается цена готовой продукции и отраслевой спрос будет меньше суммы спроса всех фирм отрасли. Рыночный спрос на факторы, как правило, менее эластичен по сравнению со спросом со стороны отдельной фирмы.

Предложение факторов производства на рынке рассматривается со стороны:

- общего предложения;
- распределения факторов между отраслями и фирмами, что связано с мобильностью фактора.

Чем выше цена фактора производства, тем больше размер его предложения. Следовательно, владельцы факторов производства, стремясь максимизировать прибыль, будут предлагать больше факторов по более высоким рыночным ценам, поскольку повышение цен приводит к увеличению их предложения.

Фактор называется *мобильным*, если он легко перемещается из одной сферы в другую. В этом случае предложение фактора будет эластично. *Немобильный фактор* – это фактор, который не способен перемещаться из одной отрасли в другую, и предложение фактора будет неэластичным.

На мобильность факторов производства существенно влияет *фактор времени*. *Капитал* немобилен в краткосрочном периоде, но мобилен в долгосрочном периоде. *Земля* немобильна в

физическом смысле как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах, но она весьма мобильна в экономическом смысле. *Труд* – особенный фактор производства. На предложение труда большое влияние оказывают неэкономические факторы (престижность профессии, удаленность от места жительства, морально-психологический климат в коллективе и т.д.). Однако важное значение имеет ставка заработной платы.

По мере роста объемов производства издержки обычно растут, а факторы производства ограничены и редки. Следовательно, может наступить дефицит факторов. Кривая предложения фактора S вначале повышается плавно, а в дальнейшем растет более резко (рис. 11.4).

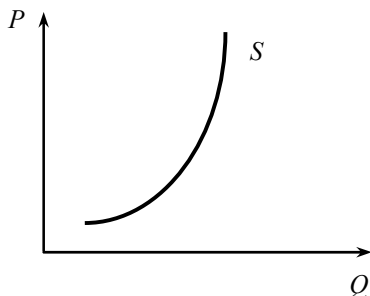


Рис. 11.4. Кривая предложения

В связи с этим важную роль приобретают мобильность факторов и их взаимозамещение, что увеличивает предложение факторов в наиболее важных отраслях.

Все факторы производства обладают свойством взаимозамещения. Это означает возможность использования различных факторов в разнообразных вариантах и количественных пропорциях. Взаимозамещение обусловлено возможностью использования менее редких факторов производства, имеющих низкую цену. Так, в результате снижения цены на технику становится выгодным уменьшить применение живого труда. При высоких ценах на технику сравнительно выгодно использовать дешевую рабочую силу. Предприниматель должен выбрать самую доходную технику и технологию производства, при которой дорогой и редкий фактор, повышающий издержки производства, замещался бы более дешевым и эффективным.

11.2. Равновесие и ценообразование на рынке факторов производства

Стремясь минимизировать издержки производства, с тем чтобы максимизировать прибыль и обеспечить равновесие на факторном рынке субъекты, исходя из того, что каждой единице дополнительных издержек по каждому фактору производства должен соответствовать равный предельный продукт. Этот принцип наименьших издержек производства, связанный с затратой факторов и предельным продуктом, выражается формулой

$$\frac{MPK}{P_K} = \frac{MPL}{P_L} = \dots \frac{MPZ}{P_Z},$$

где MPK – предельный продукт капитала; MPL – предельный продукт труда; MPZ – предельный продукт земли; P_K , P_L , P_Z – цены факторов производства.

Равновесие между факторами производства наступает тогда, когда каждый последний рубль, израсходованный на приобретение одного фактора производства, дает в итоге такую же доходность, что и последний дополнительный рубль, потраченный на покупку другого фактора производства. Таким образом, равновесие фирмы на рынке факторов производства представляет собой ситуацию, когда отношения предельных продуктов (доходов) от использования этих факторов к их рыночным ценам составляет одну и ту же величину.

Если $\frac{MPK}{P_K} > \frac{MPL}{P_L}$, то выгодно перераспределять издержки

производства – покупать больше дополнительного капитала, сократив издержки на труд. Такое взаимозамещение факторов труда и капитала способствует минимизации издержек на производстве данного объема продукции.

Спрос на дешевые факторы более эластичен. Именно исходя из этого осуществляется взаимозамещение факторов производства, в ходе которого происходит вытеснение дорогостоящих факторов более дешевыми.

Цены на факторы производства определяются спросом на эти факторы и их предложением. Одни фирмы предъявляют этот спрос, другие – его удовлетворяют. Спросу соответствует определенный характер предложения.

Факторы производства – это результат деятельности определенных фирм. Если фирма производит блага, то она руководствуется равенством $MR = MC$, а цену предложения фирмы представляет кривая предельных издержек.

Одни фирмы предъявляют спрос и желают купить факторы производства подешевле, другие их предлагают и желают продать подороже. Так в процессе конкуренции устанавливается рыночная цена на факторы.

Цена на тот или иной фактор производства соответствует точке пересечения кривых спроса и предложения (рис. 11.5).

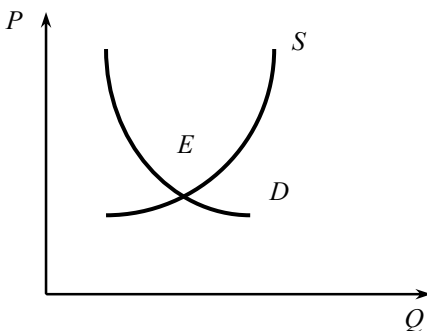


Рис. 11.5. Точка пересечения кривых спроса и предложения

Следует отметить, что кривые (D и S) могут быть как с положительным, так и с отрицательным коэффициентом эластичности. Но в любом случае они будут пересекаться в равновесной точке (например, в точке E). Здесь обеспечивается рациональное использование фактора. Таким образом, в условиях рыночной экономики уровень цен на факторы производства определяется воздействием на них определенных сил, влияющих на спрос и предложение этих факторов.

Увеличение спроса на какой-либо фактор приводит к росту цен на него. Напротив, рост его предложения приводит к снижению цены равновесия.

11.3. Виды рынков факторов производства

Основными видами рынков факторов производства являются: рынок труда, рынок земли и рынок капитала.

Рынок труда – совокупность учреждений, обслуживающих трудоустройство, подготовку, переподготовку кадров и поддержку неработающих. Это биржа труда, центры по подготовке кадров, фонд занятости и т.д. Они осуществляют посредничество между фирмами, предпринимателями (работодателями) и работниками по вопросам найма. Следовательно, рынок труда является сферой рыночных отношений по поводу купли-продажи рабочей силы под воздействием спроса и предложения на нее.

Труд является важнейшим фактором производства и основным источником доходов населения. Через рынок труда большинство работающего населения получает доходы и, получив работу, проводит там основную часть своего активного времени.

Спрос и предложение на рынке труда зависит, в первую очередь, от цены на продаваемый товар. Цена, выплачиваемая за использование труда, называется *заработной платой*.

Спрос на труд – это количество труда, которое работодатель желает и может купить по рыночной цене (заработная плата, дополнительные льготы) в определенный период времени.

Спрос – только одна сторона рынка труда, а другая представлена предложением труда. Предложение труда – количество предложенной рабочей силы. Оно зависит от трудоспособной части населения, уровня и структуры заработной платы.

Трудоспособное население – это лица в работоспособном возрасте. Из состава взрослого населения выделяется институциональное население, ориентированное на нерыночные структуры, т.е. на такие институты государства, как армия, полиция, госаппарат. Все остальное взрослое население является неинституциональным.

Трудоспособное население составляет *трудовые ресурсы* страны. На рынке труда трудовые ресурсы представляют собой человеческий ресурс, или ресурс труда, как один из важнейших факторов производства.

Экономически активное население – это люди, занимающиеся или желающие заниматься каким-либо трудом.

Существуют понятия «полная занятость» и «частичная занятость». *Полная занятость* означает практически полное обеспечение трудоспособного населения рабочими местами. *Частичная занятость* – это возможность устроиться на работу на неполный рабочий день, на сезонный период. Неполная занятость является следствием безработицы.

Занятость определяется, прежде всего, предложением и спросом рабочей силы (трудовых ресурсов) на рынке труда.

В результате взаимодействия спроса на труд и предложения труда на рынке устанавливается равновесная цена рабочей силы и определяется уровень занятости в экономике (рис. 11.6).

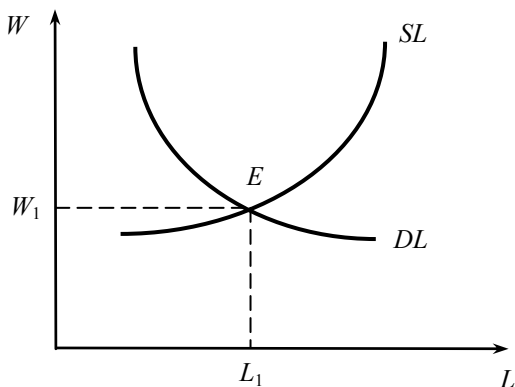


Рис. 11.6. Равновесная цена рабочей силы

Состояние равновесия достигается в точке E при пересечении кривой спроса на труд DL и кривой предложения труда SL . Равновесие на рынке труда означает, что все желающие работать полностью реализуют свои планы по продаже труда, а работодатели – планы по найму рабочей силы.

Цена труда зависит прежде всего от уровня производительности труда, так как спрос на любой фактор зависит от его производительности. Чем больше спрос, тем выше цена на данный фактор.

Анализ спроса и предложения на рынке труда позволяет выяснить, как определяются конкретные ставки заработной платы.

Рынок труда имеет следующую структуру: конкурентную, монополистическую, профсоюзную.

Конкурентный рынок труда предполагает наличие большого числа фирм – покупателей конкретного вида труда, многочисленных квалифицированных рабочих, способных работать на этих фирмах. Рыночный спрос на данном рынке определяется совокупным спросом всех фирм, а предложение – совокупным предложением всех рабочих, ищущих работу. При этом ни продавцы, ни покупатели не способны влиять на условия купли-продажи труда. Уровень заработной платы может быть различным. Кривая предложения конкретного вида труда будет плавно подниматься, так как фирмам придется увеличивать заработную плату, если они хотят нанять большое число работников и если в данный момент нет безработицы. Привлечь работников из других отраслей, других регионов или других фирм можно прежде всего большей оплатой труда.

На пересечении кривых предложения и спроса на труд можно определить равновесную ставку заработной платы и равновесный уровень занятости (рис. 11.7). Равновесная ставка заработной платы отражает равенство предельной производительности труда и предельных издержек труда:

$$MRP_L = MRC_L.$$

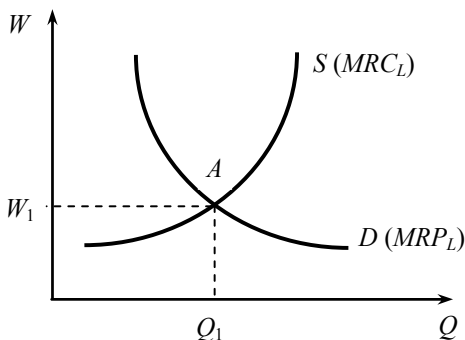


Рис. 11.7. Равновесная ставка заработной платы и равновесный уровень занятости

Пересечение кривых в точке A означает, что заработная плата устанавливается на уровне W_1 , а количество нанятых ра-

ботников равно Q_1 . Для отдельной конкурентной фирмы предельные издержки на данный фактор (труд) будут постоянны и равны цене фактора.

Если на рынке есть один покупатель рабочей силы, то это будет *монополистический рынок* (монополия покупателя). Такая ситуация может создаваться в небольших городах, где население в основном работает на одном крупном заводе. Здесь спрос на труд, т.е. цены и уровень заработка, диктует покупатель. Решение фирмы о количестве нанимаемых рабочих связано с ценой данного фактора. В частности, если она хочет получить больше ресурса, то должна увеличить цены на него. Итак, чтобы нанять большее число рабочих, нужно больше платить каждому, не только дополнительным работникам, но и тем, кто был нанят раньше. Поэтому предельные издержки данного ресурса будут больше, чем цена на него (ставка заработной платы). Естественно, в этих условиях монополия постарается занять такое количество рабочих и при такой заработной плате, которые позволят максимизировать прибыль. Но при прочих условиях она наймет меньше рабочих и за меньшую плату, чем сделала бы фирма, работающая в условиях чистой конкуренции.

Различия в оплате труда связаны с инвестициями в человеческий капитал. Они включают расходы на образование, здравоохранение и т.д. Наиболее важным является первый вид инвестиций, так как он закладывает основу будущего развития и совершенствования человека, дает ему определенную специальность и квалификацию.

Инвестиции в человеческий капитал выгодны как обществу, так и отдельному человеку.

Профсоюзный рынок труда предполагает коллективную продажу рабочей силы с участием профсоюзов, и состояние на рынке во многом определяется их действиями. Они находятся на стороне предложения труда и влияют на ставки заработной платы.

Выделяют два основных вида рынка труда: внешний (профессиональный) и внутренний.

Внешний (профессиональный) рынок труда предполагает профессиональную подготовку и переподготовку кадров.

Внутренний рынок труда – это движение кадров внутри фирмы по горизонтали, когда работник перемещается на новое

рабочее место, сходное с прежним, либо по вертикали – на более высокие должности и разряды. Классическим примером внутреннего рынка труда является Япония. Она основывается на системе «*пожизненного найма*», что гарантирует работникам занятость вплоть до пенсионного возраста.

Одним из главных факторов производства является *земля*. Под землей как фактором понимается не только сама земля, но и все природные богатства, находящиеся на земле или в ее недрах. Состояние *рынка земли* определяется действиями двух основных субъектов: землевладельцев (собственников земли) и земледельцев (сельхозпредпринимателей). Первые формируют предложение земли (аренду, продажу), вторые предъявляют спрос на землю. Особенностью земли является ограниченность, а в большинстве случаев – невозможность воспроизводства. Экономическая реализация этой собственности чаще всего производится не путем продажи, а через сдачу в аренду и получение дохода в форме *земельной ренты*.

Земельная рента – плата за пользование землей. Особенности рынка земли Q и ренты R как своеобразной формы ее реализации можно проследить на рис. 11.8.

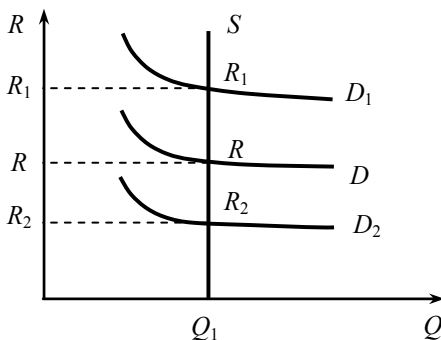


Рис. 11.8. Особенности рынка земли и ренты

Кривая D на рис. 11.8 показывает спрос на землю, S – предложение земли. Предложение земли абсолютно неэластично, так как ее количество всегда стабильно и не может быть увеличено.

Единственным фактором, определяющим ренту, выступает спрос на землю. Он зависит от цены продукции, которую можно

производить на конкретной земле, и производительности самой земли. Точки, которые устанавливают размер ренты, лежат на пересечении кривой спроса с кривой предложения. Так, при нормальном спросе (кривая D) земельная рента устанавливается в точке R , при увеличении спроса D_1 рента будет в точке R_1 , при уменьшении спроса D_2 рента окажется в точке R_2 .

Цена земли зависит от двух факторов: размера приносимой земельной ренты и банковского процента. Если земельная рента окажется ниже банковского процента, то деньги будут помещены в банк. Если же земельная рента будет выше банковского процента, то вероятность вложения в землю возрастает. Для определения цены земли используется формула:

$$PT = RT/r,$$

где PT – цена земли; RT – земельная рента; r – продукт.

Рынок капитала выступает исходной основой рыночного производства. В широком аспекте под капиталом понимается любой элемент богатства, который приносит его владельцу регулярный доход (ценные бумаги, земля, предпринимательские способности и др.). На рынке факторов производства под капиталом современная экономическая наука понимает физический капитал, который выступает в виде запасов предприятия, оборудования и других производственных ресурсов, которыми владеют фирмы и другие организации. Иначе говоря, капитал включает в себя *все созданные человеком ресурсы, используемые для производства товаров*.

Капитал как фактор производства характеризуется следующими особенностями:

1. Капитал воспроизводится экономической системой (в отличие, например, от земли, которая является природным фактором).

2. Спрос на капитал зависит от спроса на товары и услуги, производимые с его помощью (если товар какого-либо производителя будет пользоваться повышенным спросом, то и потребность в капитале для него будет возрастать).

3. Принимая решение о привлечении дополнительного капитала, предприниматель должен соотнести доход, полученный от использования этого капитала, с платой за пользование им.

Для производства товаров и услуг предприятия могут использовать собственные ресурсы и заемные, приобретаемые на рынке капитала. *Рынок капитала* – сфера движения денег для приобретения капитальных благ. Доход, выплачиваемый собственнику движимого (деньги, ценные бумаги) и недвижимого (земля, здания) имущества, называют рентой.

Предоставление денег в долг называется выдачей *ссуды или кредита*. Субъекты, которые берут деньги в долг, называются *заемщиками капитала*, а те, кто предоставляет деньги в долг, – *кредиторами*.

На рынке капитала существует *цена*, которая показывает, сколько необходимо заплатить за пользование денежными средствами. Она *измеряется в процентах*, так как и количество, и цена на рынке капитала выражаются в денежных единицах. *Ставка процента* – это отношение дохода на капитал, предоставленный в ссуду, к размеру ссужаемого капитала, выраженное в процентах.

На рынке капитала взаимодействуют спрос и предложение, которые определяют равновесную ставку процента (цену) и количество предоставленных в ссуду денежных средств.

Субъектами спроса на капитал являются фирмы, предприниматели. Капитал пользуется спросом потому, что он производителен, т.е. с его помощью можно произвести продукцию и увеличить доход, поэтому спрос на капитал – это спрос на инвестиционные средства, а не просто на деньги.

Предприятия, фирмы обращаются к услугам заемного капитала тогда, когда им не хватает собственных ресурсов. При этом *процент для субъекта спроса на капитал выступает как затраты (издержки)*.

Цена спроса на капитал определяется исходя из сравнения величины ожидаемого дохода от использования капитала и затрат на его приобретение. Если ожидаемый доход будет выше, чем плата за использование капитала (процент), то предприятие будет брать денежные средства в долг.

Для нахождения суммы, которую необходимо вложить сегодня, чтобы через определенный период времени получить соответствующий доход, используют следующую формулу:

$$D_0 = D_t / (1 + r)^t ,$$

где D_0 – текущая дисконтированная стоимость актива (сумма средств, которую нужно вложить сегодня); D_t – доход, полученный через определенный срок эксплуатации капитального товара; t – число лет его эксплуатации; r – ставка банковского процента.

Такая операция называется *дисконтированием*, или определением чистой производительности капитала. Как видно из формулы, величина современной стоимости платежа находится в обратной зависимости от уровня процентной ставки и длительности временного интервала.

Первичными *субъектами предложения капитала* выступают домохозяйства (население), у которых образуются временно свободные («лишние») денежные запасы.

Предлагая капитал, домохозяйства отказываются за определенное вознаграждение от самостоятельного альтернативного применения его для потребления. Поэтому *для субъекта предложения капитала процент выступает как доход*. Чем выше процентная ставка, тем большее количество индивидов выступят на рынке капитала в качестве продавцов.

Особенностью рынка капитала является его *институциональное устройство*. Субъекты спроса и предложения капитала готовы взять и предоставить кредиты на различные сроки и под разные проценты. Поэтому появляются специфические организации-посредники, которые облегчают встречу кредиторов и заемщиков капитала. Посредники объединяют деньги всех желающих отдать их в долг под определенные проценты, а затем предоставляют необходимые суммы желающим взять кредит предприятиям, фирмам за плату (в зависимости от срока и суммы кредита). В качестве посредников могут выступать банки, пенсионные фонды, страховые учреждения и т.д. Все они функционируют ради получения прибыли, которая представляет собой разницу между ставками процентов для кредиторов и заемщиков, обеспечивая при этом относительную безопасность хранения сбережений кредиторов и удобство получения ссуд для заемщиков.

Выводы

1. Рынок факторов производства складывается из трёх основных видов рынка: рынка труда, рынка капитала и рынка земли. Рынок факторов производства через спрос и предложение регулирует рациональное распределение имеющихся у общества ограниченных ресурсов между отдельными потребителями.

2. Рыночный спрос на факторы производства – это сумма спроса, предъявляемая всеми фирмами различных отраслей, использующих данный фактор. Отраслевой спрос – спрос всех фирм данной отрасли.

3. Различают: мобильный фактор – легко перемещаемый из одной отрасли в другую; немобильный фактор – не способный перемещаться из одной отрасли в другую. На мобильность факторов производства влияет фактор времени. Капитал немобилен в краткосрочном периоде, но мобилен в долгосрочном периоде. Земля немобильна как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах, но мобильна в экономическом смысле. Труд является мобильным фактором.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите основные факторы производства.
2. Что такое рынок факторов производства?
3. Когда образуется равновесие на рынке факторов производства?
4. Как складываются цены на рынке факторов производства?
5. Что такое «предельный физический продукт»?
6. От чего зависит спрос на факторы производства со стороны фирмы?

Понятия

Земля • Капитал • Труд • Предпринимательские способности • Рынок факторов производства • Предельный физический продукт • Предельная доходность фактора • Рыночный спрос на факторы производства • Отраслевой спрос на факторы производства • Мобильный фактор • Немобильный фактор • Равновесие на рынке факторов производства • Рынок труда • Спрос на труд • Предложения труда • Рынок земли • Цена земли • Рынок капитала • Цена спроса на капитал

Литература

Основная литература

1. Конституция Российской Федерации. – М.: Виктория плюс, 2012. – 48 с.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Части 1, 2, 3 и 4. – М.: Эксмо, 2014. – 623 с.
3. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Части 1 и 2. – М.: Эксмо, 2014. – 898 с.
4. Трудовой Кодекс Российской Федерации. – М.: АСТ, 2014. – 288 с.
5. О банках и банковской деятельности: Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. № 395-І (с изм. и доп.). – М.: Омега-Л, 2014. – 62 с.
6. О валютном регулировании и валютном контроле: Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ. – М.: Омега-Л, 2014. – 32 с.
7. О естественных монополиях: Федеральный закон от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ (с изм. и доп.) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: информ.-правовой портал. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7578.
8. О защите конкуренции: Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ (с изм. и доп.) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: информ.-правовой портал. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763.
9. О защите прав потребителей: Федеральный закон от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 01.05.2017) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: информ.-правовой портал. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305.
10. О развитии малого и среднего предпринимательства Российской Федерации: Федеральный закон от 24 июля 2004 г. № 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: информ.-правовой портал. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144.
11. О рынке ценных бумаг: Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ (ред. от 18.07.2017) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: информ.-правовой портал. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10148.
12. Об акционерных обществах: Федеральный закон от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ (ред. от 29.07.2017) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: информ.-правовой портал. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743.

13. Об обществах с ограниченной ответственностью: Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2017) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: информ.-правовой портал. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819.

14. Базылев, Н.И. Микроэкономика: учеб. пособие / Н.И. Базылев – М.: Современная школа, 2007. – 288 с.

15. Борисов, Е.Ф. Экономика: учебник и практикум / Е.Ф. Борисов. 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2016. – 383 с.

16. Вечканов, Г.С. Микроэкономика: учеб. пособие / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2017. – 480 с.

17. Гальперин, В.М. Микроэкономика: учебник / В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов; под общ. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2007. – 352 с.

18. Ильяшенко, В.В. Микроэкономика: учебник / В.В. Ильяшенко. – М.: КНОРУС, 2016. – 288 с.

19. Корнейчук, Б.В. Микроэкономика: учебник и практикум / Б.В. Корнейчук. – М.: Юрайт, 2016. – 320 с.

20. Кураков, Л.П. Экономика: учебник для вузов / Л.П. Кураков, Н.Н. Дроздов, М.В. Игнатьев и др. под общ. ред. Л.П. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП, 2017. – 752 с.

21. Микроэкономика: практический подход (Managerial Economics): учебник / колл. авт.; под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова. – 6-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 688 с.

22. Микроэкономика: учебник для вузов / Е.Б. Яковлева, М.А. Ланец, Н.В. Нешерет и др.; под ред. Е.Б. Яковлевой. – 8-е изд. – М.: Юрайт, 2017. – 355 с.

23. Микроэкономика: учеб. пособие / Н.С. Косов, Г.И. Терехова, Н.И. Саталкина; под ред. Н.С. Косова. – М.: Инфра-М, 2014. – 247 с.

24. Мэнкью, Н.Г. Принципы микроэкономики: учебник / Н.Г. Мэнкью; пер. с англ. В. Кузина. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 544 с.

25. Никулина, И.Н. Микроэкономика: учебник / И.Н. Никулина. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 553 с.

26. Микроэкономика. Макроэкономика: учебник (для бакалавров) / С.С. Носова. – М.: КноРус, 2013. – 472 с.

27. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев. – 3-е изд., изм. – М.: Норма, ИНФРА-М, 2017. – 624 с.

28. Пиндайк, Р. Микроэкономика / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. С. Жильцова, А. Железниченко. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.

29. Сафрончук, М.В. Микроэкономика: учеб. пособие / М.В. Сафрончук. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2012. – 246 с.

30. Серяков, С.Г. Микроэкономика: учебник / С.Г. Серяков. – М.: Магистр, 2017. – 416 с.
31. Тарануха, Ю.В. Микроэкономика (для бакалавров): учебник / Ю.В. Тарануха, Д.Н. Земляков. – М.: КноРус, 2016. – 320 с.
32. Образование и управление: краткий словарь-справочник / авт.-сост.: Л.П. Кураков, А.В. Рождественский, В.Г. Тыминский и др.; под ред. Л.П. Куракова. – Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2014. – 448 с.
33. Экология, экономика и право: краткий словарь-справочник / авт.-сост.: Н.Н. Дроздов, А.В. Гусев, Л.П. Кураков и др.; под общ. ред. Н.Н. Дроздова, Л.П. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП; Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2014. – 1000 с.
34. Википедия: свободная энциклопедия. – URL: <http://ru.wikipedia.org>.
35. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: электронная библиотека. – URL: <http://window.edu.ru>.
36. Международный валютный фонд: офиц. сайт. URL: <http://www.imf.org/external/russian> (рус. версия).
37. Организация объединенных наций: офиц. сайт. – URL: <http://www.un.org/ru> (рус. версия).
38. Центральный банк Российской Федерации: офиц. сайт. – URL: <http://cbr.ru>.
39. World Trade Organization (WTO): site. – URL: www.wto.org.

Дополнительная литература

1. Большой экономический энциклопедический словарь / сост.: Л.П. Кураков, В.Л. Кураков, А.Л. Кураков. – М.: Вуз и школа, 2006. – 1090 с.
2. Большой энциклопедический экономико-юридический словарь: интеграция, безопасность, право / авт.-сост.: Л.П. Кураков, Н.В. Румянцев, А.И. Буркин, А.В. Рождественский и др. – М.: Изд-во ИАЭП, 2013. – 1200 с.
3. Голубев, В.С. Человековедение: учеб.-метод. пособие / В.С. Голубев, А.Л. Кураков, А.В. Тимирясова. – М.: Изд-во ИАЭП; Казань: Познание, 2014. – 320 с.
4. Гребнев, Л.С. Экономика для бакалавров: учебник / Л.С. Гребнев. – М.: Логос, 2014 – 240 с.

5. Экономика, социология, менеджмент: интернет-портал. – URL: <http://www.ecsocman.edu.ru>.

6. Высшая Школа Экономики: интернет-портал. – URL: <http://www.hse.ru>.

7. Кураков, Л.П. Экономика: учебник / Л.П. Кураков, А.Л. Кураков, А.В. Тимирясова. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2010. – 532 с.

8. Кураков, Л.П. Экономика: учебник для вузов / Л.П. Кураков, Г.Е. Яковлев. – М.: Гелиос АРВ, 2011. – 540 с.

9. Кураков, Л.П. Экономическая теория: учеб. пособие / Л.П. Кураков, М.П. Владимирова, В.Л. Кураков. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2006. – 696 с.

10. Кураков, Л.П. Экономическая теория: учебник / Л.П. Кураков, А.Л. Кураков, А.В. Тимирясова. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2009. – 574 с.

11. Кураков, Л.П. Экономическая теория: учебник / Л.П. Кураков. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та. 2008. – 538 с.

12. Кураков, Л.П. Экономическая теория: учебник для вузов / Л.П. Кураков. – М.: Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та, 2006. – 834 с.

13. Кураков, Л.П. Экономическая теория: учебник [электронный ресурс] / Л.П. Кураков. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2008. – Номер гос. регистрации 0320801608 в ФГУП НТЦ «Информ-регистр».

14. Макроэкономика: учебник / Л.П. Кураков, Г.Е. Яковлев, В.Л. Кураков, А.В. Тимирясова и др.; под общ. ред. Л.П. Куракова. – Саранск: Изд-во Морд. ун-та, 2014. – 240 с.

15. Микроэкономика: учебник / Л.П. Кураков, Г.Е. Яковлев, В.Л. Кураков и др.; под общ. ред. Л.П. Куракова. – Саранск: Изд-во Морд. ун-та, 2014. – 262 с.

16. Микроэкономика: учебник для вузов / Л.П. Кураков, Г.Е. Яковлев, А.И. Буркин, А.Г. Костромин, А.Л. Кураков и др.; под ред. Л.П. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП, 2013. – 336 с.

17. Национальная экономика: учебник / под общ. ред. Р.М. Нуреева. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 655 с.

18. Нуреев, Р.М. Экономика развития: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: Норма, 2008. – 640 с.

19. Роскомстат РФ: сайт. – URL: www.gks.ru.

20. Антикоррупционный комитет: сайт. – URL: <http://corruption.rsuh.ru>.

21. Сборник задач по микроэкономике: к «Курсу микроэкономики» Р.М. Нуреева. – М.: Норма, 2012 – 432 с.

22. Социальная сфера и право: словарь-справочник / А.В. Гусев, Л.П. Кураков, Н.Н. Дроздов и др.; под общ. ред. Л.П. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП, 2014. – 704 с.

23. Финансы и денежное обращение: словарь-справочник / авт.-сост.: Л.П. Кураков, В.Л. Кураков, А.Л. Кураков. – М.: Terra Viva: Изд-во ИАЭП, 2015. – 744 с.

24. Финансы и кредит: словарь-справочник / авт.-сост.: Л.П. Кураков, А.Г. Аксаков, В.Г. Тыминский и др.; под ред. Л.П. Куракова, А.Ю. Егорова. – М.; Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2014. – 1104 с.

25. Финансы, денежное обращение и кредит: учеб. пособие для экономических вузов / науч. ред. Л.П. Кураков. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2009. – 511 с.

26. Центральный Банк России: сайт. – URL: www.cbr.ru.

27. Центральный экономико-математический институт (ЦЭМИ): сайт. – URL: <http://www.cemi.rssi.ru>.

28. Экология, экономика и финансы: словарь-справочник / авт.-сост.: Н.Н. Дроздов, И.Н. Слюняев, Л.П. Кураков и др.; под общ. ред. Н.Н. Дроздова, Л.П. Куракова. – М.: Издательский центр «Terra Viva»; Изд-во ИАЭП, 2014. – 704 с.

29. Экология, экономика и право: краткий словарь-справочник / авт.-сост. Н.Н. Дроздов, А.В. Гусев, Л.П. Кураков и др.; под общ. ред. Н.Н. Дроздова, Л.П. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП; Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2014. – 1000 с.

30. Экономика и право: словарь-справочник / авт.-сост.: Л.П. Кураков, В.Л. Кураков, А.Л. Кураков. – М.: Вуз и школа, 2004. – 1070 с.

31. Экономика, управление и право: словарь-справочник / авт.-сост. Л.П. Кураков, О.В. Олейник, А.В. Рождественский и др. – М.: ИАЭП, 2014. – 704 с.

32. Экономика: учебник для вузов / А.В. Рождественский, А.И. Буркин, В.В. Горлопанов, Л.П. Кураков, А.Л. Кураков. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2010. – 606 с.

33. Экономика: учебник для вузов / И.А. Максимцев, Л.П. Кураков, Л.С. Тарасевич и др.; под общ. ред. Л.П. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП, 2015. – 512 с.

34. Экономический энциклопедический словарь / сост.: Л.П. Кураков, В.Л. Кураков, А.Л. Кураков. – М.: Вуз и школа, 2005. – 1029 с.

35. Электронная библиотека экономической литературы. – URL: www.libertarium.ru.

Алфавитный указатель терминов

А

Абсолютно эластичное предложение, 235, 242
Абстрактный труд, 166, 167, 183
Административно-командная экономика, 63
Акциз, 239
Акционерное общество (АО), 28, 93, 96, 97, 98, 99, 245, 246, 254, 258, 259
Акция, 28, 29, 44, 48, 73, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 104, 192, 207, 246, 254, 258, 259, 290
Альтернативная стоимость, 118, 129, 149
Альтернативные издержки, 142, 276, 277, 286, 287
Американская модель, 71, 85
Амортизация, 134, 135, 155, 156, 277, 278, 285
Анализ, 4, 11, 13, 18, 23, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 36, 38, 51, 52, 60, 67, 79, 89, 128, 133, 165, 174, 201, 203, 218, 226, 269, 271, 288, 323
Антимонопольное законодательство, 189, 197, 206

Б

Балансовая прибыль, 293
Банк, 21, 55, 58, 61, 73, 92, 100, 177, 185, 194, 205, 310, 311, 327, 329
Банковская система, 205
Банковский кредит, 97, 311
Банкротство, 258, 267, 269, 270, 271, 272, 273
Безработица, 8, 19, 20, 30, 31, 51, 72, 80, 142, 306, 323, 324

Безубыточность фирмы, 292
Бенчмаркинг, 268
Бизнес, 20, 21, 23, 24, 71, 185, 243, 245, 246, 247, 250, 253, 257, 265, 267, 270, 272, 273
Бизнес-план, 265, 267, 270
Билатеральная монополия, 197, 198, 200
Благо, 8, 10, 11, 13, 14, 22, 27, 39, 40, 49, 51, 55, 56, 57, 77, 78, 82, 84, 88, 89, 90, 106, 109, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 122, 129, 130, 132, 134, 139, 141, 143, 147, 150, 151, 154, 156, 161, 162, 165, 169, 170, 171, 172, 175, 177, 179, 181, 182, 190, 211, 220, 252, 284, 309, 313, 321, 328
Брокер, 42, 43
Бухгалтерская прибыль, 133, 202, 293
Бухгалтерские издержки, 278, 284, 287, 293
Бюджетная линия, 178, 179, 180, 181, 183
Бюджетное ограничение, 177, 178, 179, 183, 220

В

Валовой
– внутренний продукт (ВВП), 4, 29, 83, 247, 304
– национальный продукт (ВНП), 29, 72
Валовые (общие) издержки, 263, 279, 283, 287, 293
Венчурный бизнес, 250, 273
Вертикальная
– дезинтеграция, 256
– интеграция, 200, 201, 255, 256, 273

Владение, 67, 86, 87, 88, 89, 103, 105
Вмененные издержки, 143, 277
Внебюджетные фонды, 285
Внешние эффекты (экстерналии),
211, 212, 215, 216
Внутренний рынок труда, 325
Воспроизводство, 3, 135, 150, 151,
152, 153, 155, 156, 305, 326
Время
– обращения, 136, 156
– производства, 136, 156

Г

Глобальные экстерналии, 212, 213, 216
Горизонтальная интеграция, 273
Государственная собственность, 63,
64, 68, 71, 74, 91, 92, 95, 96, 100,
104, 105
Государственное
– регулирование экономики
(ГРЭ), 4, 8, 71, 311
Государственные программы, 71
Государственный
– бюджет, 29
– сектор, 82, 92
Государство, 10, 20, 21, 22, 25, 27,
29, 31, 37, 38, 39, 40, 49, 51, 62, 65,
68, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78,
79, 80, 82, 83, 84, 87, 90, 91, 94, 95,
98, 99, 100, 101, 115, 123, 124, 140,
168, 186, 189, 193, 199, 206, 207,
209, 214, 227, 229, 230, 237, 238,
239, 240, 253, 257, 311, 322

Д

Дедукция, 32, 33, 52
Денационализация, 95
Денежная
– единица, 170, 171, 172
– масса, 310

Денежное обращение, 21, 188
Денежные доходы, 75, 85, 290
Денежный рынок, 188
Деньги, 13, 14, 19, 20, 21, 24, 35, 44,
46, 47, 62, 74, 77, 87, 129, 132, 135,
164, 171, 172, 177, 179, 183, 206,
218, 220, 226, 241, 245, 278, 305,
309, 310, 327, 328, 329
Депрессия, 19, 22, 23
Диверсификация, 200, 201, 203, 256,
267, 273
Дисконтирование, 329
Добавленная стоимость, 201
Доиндустриальная экономическая
система, 66
Домашнее хозяйство
(домохозяйство), 8, 9, 10, 26, 27,
28, 29, 37, 40, 41, 51, 55, 61, 74, 75,
77, 78, 84, 91, 94, 106, 115, 150,
154, 185, 253, 329
Дополнительные издержки, 275, 279,
286, 287, 320
Дотации, 224
Дуополия, 197, 198, 200, 300, 301

Е

Европейский союз, 65
Единичная эластичность, 232, 233

З

Закон
– предложения, 222, 241, 242
– спроса, 54, 80, 186, 217, 219,
230, 242
– стоимости, 167, 168, 182, 183
– убывающей
– отдачи, 137, 138, 139, 156,
278, 283, 317
– полезности, 220, 221, 241, 242
– производительности, 279, 283,
315

Законы убывающей
 предельной полезности, 169,
 171, 173, 182, 183

Заработная плата, 27, 57, 71, 72, 73,
 76, 129, 177, 266, 275, 277, 278,
 285, 286, 288, 289, 290, 291, 293,
 304, 305, 306, 307, 308, 311, 312,
 313, 319, 322, 323, 324, 325

Земельная рента, 4, 278, 290, 326, 327

Земля, 10, 17, 18, 50, 66, 72, 73, 75,
 76, 87, 117, 124, 127, 128, 130, 131,
 132, 139, 146, 150, 155, 156, 161,
 185, 188, 208, 269, 278, 289, 290,
 293, 309, 311, 313, 318, 320, 326,
 327, 328, 330

И

Иерархия потребностей, 113

Издержки

- обращения, 275, 276, 286, 287
- общества, 275, 286, 287
- производства, 224, 231, 274, 275,
 284, 286, 287, 288, 291, 292,
 304, 314, 319, 320
- фирмы, 271, 275, 276, 277, 278,
 279, 283, 286, 287, 292

Излишек

- потребителя, 172, 226, 228, 229,
 242
- производителя, 171, 226, 228,
 229, 242

Изокванта, 143, 144, 145, 146, 156

Изокоста, 145, 156

Импорт, 20, 80, 304

Инвестирование, 57, 59

Инвестиции, 4, 20, 57, 58, 82, 96, 97,
 100, 123, 205, 325

Инвестор, 43, 44, 46, 48, 63, 129

Индекс

- Лернера, 195, 196
- Херфиндаля–Хиршмана, 195,
 197, 202

Индивидуальное (частное)
 предпринимательство, 245, 273

Индивидуальное производство, 109

Индивидуальный спрос, 219, 242

Индикативное планирование, 73

Индукция, 32, 33, 52

Индустриальная экономическая
 система, 66

Институты, 21, 22, 24, 29, 53, 54, 55,
 56, 61, 64, 89, 204, 253, 322

Институционализм, 22, 23, 24, 26, 49

Интеллектуальная собственность, 93

Интеллектуальный капитал, 134, 156

Интенсивное воспроизводство, 156

Интенсивность труда, 149, 156, 164,
 165, 306, 308

Интернализация внешних эффектов,
 239, 241, 242

Инфляция, 8, 20, 30, 46, 305, 310

Информационные ресурсы, 123, 127,
 130, 155, 156

Инфраструктура рынка, 189, 204,
 205, 206, 214, 215, 216

К

Капитал, 4, 10, 15, 16, 18, 19, 27, 28, 35,
 55, 57, 58, 61, 66, 67, 71, 75, 76, 87,
 98, 99, 117, 122, 123, 127, 128, 129,
 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136,
 138, 143, 146, 150, 152, 155, 156,
 161, 185, 188, 191, 192, 202, 205,
 217, 251, 254, 258, 261, 269, 274,
 289, 290, 291, 293, 309, 310, 311,
 313, 314, 318, 320, 327, 328, 329, 330

Кардинализм, 172, 182, 183

Карта безразличия, 176

Картель, 187, 193, 214, 254, 255, 273,
 302

Качество жизни, 70

Квота, 193, 197, 208, 264

Кейнсианская функция потребления, 180
Кейнсианство, 20, 49
Китайская модель, 73
Классификация фирм, 253, 254, 273
Классическая политическая экономия, 9, 12, 16
Количественная теория денег, 21
Коллективная (кооперативная) собственность, 93
Коллективное благо, 117, 156
Коммерческие расходы, 285
Коммерческий банк, 100
Коммерческое предпринимательство, 244, 245
Компания, 28, 47, 48, 65, 72, 94, 100, 101, 194, 205, 210, 213, 250, 254, 255, 259, 264, 270
Конкретный труд, 166, 167, 182, 183
Конкурентный рынок труда, 324
Конкуренция, 3, 19, 38, 49, 72, 95, 118, 119, 164, 168, 186, 187, 189, 190, 191, 192, 193, 196, 197, 198, 199, 200, 207, 214, 215, 216, 225, 229, 238, 253, 255, 256, 261, 262, 263, 264, 274, 283, 289, 294, 295, 297, 299, 300, 303, 306, 315, 316, 317, 318, 321, 325
Контрактная
– концепция, 260
– система оплаты труда, 309
Контрольный пакет акций, 99, 258
Концентрация производства, 108
Концепция устойчивого экономического развития, 69
Концерн, 193, 194, 213, 214, 246, 254, 259, 273
Кооператив, 28, 29, 246, 259
Кооперация, 23, 73, 108, 154, 156
Кооперация труда, 108

Корпорация, 28, 61, 65, 108, 245, 246, 253, 254, 273
Косвенные
– налоги, 242
– расходы, 285
Коэффициент
– Бэйна, 202
– Тобина, 202
– эластичности, 231, 232, 235, 321
Кредит, 58, 100, 205, 251, 278, 309, 328, 329
Кредитная система, 205
Кривая
– безразличия, 40, 174, 175, 176, 177, 180, 181, 182, 183
– производственных возможностей, 140, 141, 142, 156
Кризис, 4, 19, 20, 62
Крупный бизнес, 74, 246, 273

Л

Ликвидационные процедуры, 271, 272, 273
Личное потребление, 91, 110, 151, 152, 163
Личные потребности, 28, 110, 134
Личный экономический интерес, 115
Локальные экстерналии, 213, 216

М

Макроэкономика, 3, 7, 26, 29, 30, 51, 52, 54, 132
Малый бизнес, 71, 246, 247, 250, 251, 272, 273
Маржинализм, 11, 12, 18, 49, 161, 165
Маркетинг, 65, 130, 267, 268, 272, 273
Маркетинг взаимоотношений, 268

Марксистская теория
 зарботной платы, 305, 311

Материальные
 – потребности, 109
 – ресурсы, 126, 131, 156

Межрегиональные экстерналии, 213, 216

Межсекторальные экстерналии, 213, 216

Менеджер, 244, 245, 265, 266, 267, 269, 272, 293

Менеджмент, 108, 130, 243, 266, 267, 272, 273

Меркантилизм, 14, 15

Метод научной абстракции, 32, 52

Миграция рабочей силы, 128

Микропредприятия, 247

Микроэкономика, 3, 7, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 32, 35, 51, 52, 54, 76, 132, 218

Мировая экономика, 3, 8, 19, 29

Мировое хозяйство, 8

Мобильный фактор, 330

Модель рыночного равновесия, 227

Монополия, 3, 72, 190, 191, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 214, 215, 216, 229, 296, 297, 299, 300, 325
 – покупателя, 325

Монопсония, 191, 192, 197, 198, 200, 325

Моральный износ, 135, 155, 156

Муниципальная собственность, 92, 93, 95, 102, 104, 105, 257

Н

Наемный работник, 16, 27, 161, 162, 182, 207, 247, 266, 304

Накладные расходы, 277, 285

Налог, 20, 21, 27, 29, 73, 205, 224, 239, 240, 241, 246, 285, 293, 304, 305
 – на добавленную стоимость, 247

Наступательная стратегия, 264

Натуральное хозяйство, 9, 159, 160, 181, 183, 184

Научно-технический прогресс, 23, 65, 135, 140, 148, 155, 187, 201, 205, 215, 230, 246, 308

Национализация, 3, 94, 95, 105

Национальная экономика, 51, 94

Национальный доход, 29

Некоммерческие организации, 29, 252, 257

Нематериальное производство, 109, 254

Немецкая модель, 72, 85

Немобильный фактор, 318, 330

Неокейнсианство, 20, 23

Неоклассицизм, 19

Неоконсерватизм, 21, 22

Неценовые факторы
 – предложения, 242
 – спроса, 241, 242

Неэкономические блага, 154

Неэластичное предложение, 236

Неэластичный спрос, 232, 233

Неявные издержки, 278, 287, 293

Номинальная
 – заработная плата, 305, 312
 – стоимость, 98, 99

Номинальный доход, 179

Норма
 – амортизации, 135, 155
 – процента, 310

Нормальная прибыль, 202, 291, 293, 297

Нормативная экономика, 31, 51

Нулевая перекрестная эластичность, 235

О

Обмен, 8, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 23, 27, 35, 39, 46, 51, 53, 57, 59, 87, 96, 106, 114, 118, 150, 151, 152, 154, 160, 161, 162, 163, 167, 169, 172, 181, 182, 184, 185, 252, 260

Обобществление труда, 108, 154, 156

Оборонительная стратегия, 264

Оборот капитала, 136, 155, 156

Оборотный капитал, 134, 135, 136, 155, 156

Общая полезность, 170, 171, 172, 173, 181, 183

Общественная практика, 32, 34

Общественное

- благосостояние, 201
- производство, 109, 165, 187
- разделение труда, 106, 153, 156, 160, 183, 184, 214

Общественные

- блага, 29, 77, 210
- потребности, 29, 56, 110

Общехозяйственные расходы, 285

Общий (валовый) доход, 288, 289, 312

Обыкновенные акции, 98, 99

Олигополия, 191, 192, 196, 197, 198, 200, 203, 215, 299, 300, 301, 302, 303, 312

Оппортунистическое поведение, 193

Ординализм, 172, 174, 182, 183

Основной капитал, 135, 136, 155, 156

Основные расходы, 285

Отрасль, 15, 26, 28, 63, 72, 94, 106, 109, 139, 146, 148, 150, 152, 153, 160, 190, 191, 192, 193, 194, 197, 199, 200, 201, 204, 214, 230, 246, 247, 248, 249, 255, 265, 269, 291, 292, 295, 297, 304, 318, 319, 324, 330

Отрицательная перекрестная эластичность, 235

Отрицательный эффект масштаба, 281

П

Парето-эффективность, 81, 142

Партнерство, 28, 245, 254, 273

Паутинообразная модель, 227, 228

Перекрестная эластичность, 192, 218, 234, 235, 241, 242

Переменные издержки, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 287, 292

Повременная заработная плата, 306, 307, 312

Подоходный налог, 245, 246

Позитивная экономика, 30, 31, 51

Полезность, 22, 24, 35, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 49, 54, 62, 77, 83, 114, 118, 162, 163, 165, 166, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 181, 182, 183, 221, 230, 241, 260, 277, 286

Полис, 41

Политическая экономия (политэкономия), 10, 11, 12, 14, 15, 17, 18, 26, 39, 131, 133, 274

Полная

- занятость, 72, 78, 323
- себестоимость продукции, 285

Положительная перекрестная эластичность, 235

Пользование, 73, 86, 87, 88, 89, 103, 105, 115, 118, 132, 206, 248, 249, 250, 311, 313, 326, 327, 328

Посредническое предпринимательство, 245

Постоянные издержки, 264, 278, 280, 282, 287, 292

Потребитель, 22, 27, 28, 31, 33, 38, 40, 62, 63, 75, 110, 115, 117, 118, 140, 168, 169, 170, 171, 172, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 186, 189, 194, 195, 197, 200, 204, 205, 207, 213, 214, 215, 217, 218, 220, 221, 222, 225, 226, 227, 228, 229, 231, 237, 238, 241, 253, 254, 256, 268, 299, 301, 303, 304, 314, 330

- Потребительная ценность, 114
- Потребительское поведение, 3, 168, 169, 171, 175, 181, 182, 183
- Потребление, 4, 8, 10, 11, 13, 14, 16, 20, 27, 35, 40, 50, 51, 53, 57, 59, 63, 70, 77, 78, 82, 89, 106, 115, 117, 120, 122, 136, 150, 151, 154, 159, 160, 162, 163, 169, 170, 171, 174, 176, 180, 181, 182, 210, 211, 212, 220, 234, 235, 240, 241, 304, 305, 311, 329
– экономических благ, 57
- Потребности, 3, 8, 11, 12, 14, 18, 27, 36, 40, 50, 51, 53, 56, 60, 63, 69, 70, 77, 78, 81, 82, 85, 90, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 122, 123, 129, 137, 154, 156, 159, 160, 161, 163, 165, 167, 169, 176, 177, 180, 181, 183, 185, 187, 205, 211, 214, 218, 219, 241, 250, 251, 253, 259, 268, 269, 309, 314
- Правило максимизации прибыли, 262
- Предельная
– доходность фактора, 315, 317, 318, 330
– норма технологического замещения, 128
– полезность, 27, 161, 165, 166, 170, 171, 172, 173, 174, 182, 183
– склонность к потреблению, 180
фирма, 297, 298, 312
- Предельные издержки, 27, 194, 195, 196, 262, 263, 279, 280, 284, 287, 294, 295, 296, 299, 301, 302, 303, 315, 321, 324, 325
- Предельный
– доход, 27, 263, 284, 288, 289, 294, 295, 296, 311, 312, 315, 316, 317
– продукт, 137, 138, 139, 145, 155, 156, 315, 316, 317, 320
– физический продукт, 315, 330
- Предложение, 3, 19, 27, 30, 33, 35, 38, 54, 75, 80, 166, 168, 182, 186, 190, 199, 214, 218, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 235, 236, 237, 239, 241, 242, 256, 261, 291, 295, 299, 300, 302, 310, 313, 314, 317, 318, 319, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330
– труда, 319, 322, 323, 325, 330
- Предпринимательские способности, 75, 76, 128, 130, 140, 155, 156, 272, 313, 327, 330
- Предпринимательство, 3, 18, 21, 25, 61, 62, 71, 73, 78, 95, 108, 130, 243, 244, 245, 246, 250, 266, 272, 273, 291, 313
- Предприятие, 26, 27, 28, 29, 30, 51, 57, 61, 65, 72, 73, 74, 75, 84, 91, 92, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 104, 106, 107, 108, 109, 110, 115, 123, 131, 133, 139, 140, 145, 147, 149, 150, 154, 185, 187, 189, 190, 193, 194, 196, 201, 202, 204, 206, 207, 209, 212, 214, 231, 239, 243, 244, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 259, 260, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 277, 288, 293, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 308, 312, 327, 328, 329
- Прибыль, 19, 35, 43, 45, 54, 76, 115, 129, 133, 168, 190, 193, 194, 196, 197, 217, 246, 252, 257, 258, 262, 263, 264, 279, 283, 288, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 301, 302, 304, 311, 312, 313, 317, 318, 320, 325
- Приватизация, 3, 74, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105
- Привилегированные акции, 98
- Принцип
– максимизации полезности, 24, 119, 171
– редкости, 116, 154
- Природные (естественные) ресурсы, 58, 69, 82, 124, 128, 130, 156, 207, 208, 210, 211, 214, 215, 313
- Присвоение, 86, 88, 91, 103, 105, 159, 308
- Продукт, 15, 16, 26, 27, 35, 50, 56, 58, 67, 72, 75, 76, 77, 82, 85, 87, 107, 115, 116, 127, 131, 134, 135, 137, 138, 139,

- 142, 143, 147, 148, 150, 151, 152, 154, 155, 156, 159, 160, 161, 162, 163, 168, 170, 181, 182, 183, 189, 193, 194, 200, 201, 203, 207, 208, 211, 221, 229, 250, 255, 264, 291, 299, 300, 302, 305, 307, 314, 315, 320, 327
- Продукция, 28, 41, 50, 71, 72, 73, 74, 78, 85, 106, 108, 116, 130, 135, 137, 138, 139, 140, 142, 143, 144, 145, 146, 148, 149, 150, 152, 153, 154, 155, 160, 164, 165, 167, 170, 184, 185, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 199, 200, 202, 203, 207, 208, 214, 218, 225, 226, 231, 236, 237, 243, 244, 246, 250, 253, 254, 255, 256, 257, 261, 263, 264, 265, 268, 269, 270, 271, 272, 274, 275, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 288, 289, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 299, 306, 307, 311, 314, 315, 316, 317, 318, 320, 326, 328
- Прожиточный минимум, 305
- Производительность
- труда, 27, 71, 134, 135, 137, 139, 140, 147, 148, 149, 153, 156, 164, 191, 192, 280, 286, 307, 308, 323, 324
 - фактора производства, 147
- Производственная
- себестоимость, 285
 - функция, 128, 140, 143, 144, 145, 146, 156
 - Кобба–Дугласа, 146
- Производственное предпринимательство, 244
- Производственные
- потребности, 110
 - фонды (капитал), 95, 313
- Производственный менеджмент, 267
- Производство, 3, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 23, 26, 27, 28, 29, 35, 37, 50, 51, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 63, 64, 66, 68, 70, 72, 73, 77, 78, 80, 82, 84, 85, 87, 88, 90, 91, 94, 95, 103, 106, 107, 108, 109, 110, 115, 117, 122, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 181, 182, 183, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 197, 199, 200, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 212, 214, 217, 222, 224, 228, 230, 231, 235, 236, 237, 238, 240, 241, 244, 246, 247, 248, 249, 250, 252, 253, 254, 255, 256, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 271, 272, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 283, 284, 285, 286, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 296, 297, 301, 302, 303, 304, 305, 307, 308, 309, 311, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 326, 327, 328, 330- товаров и услуг, 57, 82, 91, 122, 134, 142, 161, 165, 169, 206, 235, 244, 262, 267, 313, 327, 328

Простое

 - воспроизводство, 150, 151, 152, 156, 293
 - товарное производство, 161, 162, 181, 183, 185

Простой

 - рынок, 185, 216
 - труд, 165

Протекционизм, 15

Профсоюзный рынок труда, 325

Прямые налоги, 290

Р

Рабочая сила, 31, 55, 56, 73, 87, 108, 126, 134, 136, 137, 149, 156, 159, 161, 162, 185, 188, 192, 247, 274, 277, 288, 290, 291, 304, 305, 311, 312, 319, 322, 323, 325

Равновесие

 - Дж. Нэша, 302
 - на рынке факторов производства, 330

- Развитые страны, 60, 65, 124, 134, 160, 189, 206, 207, 208, 209, 213
- Разгосударствление, 3, 74, 94, 95, 104, 105
- Разделение труда, 41, 81, 107, 108, 154
- Располагаемый доход (РД), 288, 289, 290, 312
- Распоряжение, 16, 27, 86, 87, 89, 92, 103, 105, 123, 186
- Расширенное производство, 150
- Рациональность, 12, 24, 43, 49, 119
- Реальная заработная плата, 305, 312
- Реальный доход, 179
- Рента, 76, 89, 195, 290, 309, 311, 313, 326, 327, 328
- Реорганизационные процедуры, 271, 272, 273
- Реприватизация, 95, 105
- Рефинансирование, 311
- Рынок, 3, 4, 10, 16, 19, 22, 27, 28, 29, 31, 35, 37, 39, 57, 59, 60, 63, 65, 71, 75, 77, 85, 92, 99, 106, 116, 124, 136, 151, 154, 160, 161, 162, 163, 167, 168, 169, 177, 182, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 214, 215, 216, 217, 218, 221, 222, 224, 225, 226, 227, 229, 234, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 246, 250, 253, 255, 256, 260, 261, 263, 264, 267, 268, 269, 274, 276, 288, 291, 294, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 310, 312, 313, 314, 316, 317, 318, 320, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330
- земли, 314, 322, 326, 330
 - капитала, 314, 322, 327, 328, 329, 330
 - несовершенной конкуренции, 198, 199, 214, 216, 263, 288, 316
 - покупателя, 226, 242
 - продавца, 226, 242
 - продуктов, 75, 85, 185
 - ресурсов, 27, 75, 85, 314
 - совершенной конкуренции, 199, 203, 214, 215, 216, 226, 288, 314
 - труда, 314, 322, 323, 324, 325, 326, 330
 - факторов производства, 4, 151, 313, 314, 316, 317, 320, 327, 330
 - экологически чистой (возобновляемой) энергии, 209
 - экологических технических средств, 209
 - экологических услуг, 209
- Рыночная экономика, 3, 9, 11, 18, 24, 26, 29, 35, 60, 62, 63, 64, 72, 74, 84, 85, 94, 96, 101, 104, 110, 115, 193, 205, 216, 244, 253, 268, 272, 276, 286, 290, 292, 294, 321
- свободной конкуренции, 60, 62, 74, 84
- Рыночное равновесие, 199, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 239, 240, 241, 242
- Рыночный спрос, 108, 218, 219, 242, 261, 318, 324, 330
- на факторы производства, 318, 330
- ## С
- Сбережение, 4, 20, 27, 57, 58, 59, 220, 329
- Сдельная заработная плата, 306, 307, 312
- Себестоимость, 71, 264, 277, 278, 284, 285, 286, 287, 288, 293
- Сегментация рынка, 189, 216
- Сектор, 3, 71, 74, 99, 106, 153, 213, 215
- Синдикат, 193, 194, 214, 254, 255, 273
- Синтез, 32, 51, 52, 166
- Система
- свободных рыночных отношений, 67
 - участия работников в прибылях, 307
- Сложный труд, 165
- Смешанная собственность, 93

Собственность, 3, 17, 53, 54, 56, 60, 64, 65, 66, 67, 68, 71, 73, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 99, 101, 102, 103, 104, 105, 186, 193, 194, 210, 215, 218, 245, 246, 254, 257, 307, 326
– общественных организаций (объединений), 91, 93
Совершенно (абсолютно)
– неэластичный спрос, 234
– эластичный спрос, 234
Совершенно неэластичное предложение, 235
Совместная собственность, 90, 92, 93, 105, 194
Совокупное предложение, 4, 324
Совокупный спрос, 4, 20, 29, 219, 324
Современная (смешанная) рыночная экономика, 29, 60, 65, 74
Современный
– капитализм, 65
– рынок, 185, 187, 189, 206, 214, 216
Соперничество, 190, 198, 216, 303
Социальная
– политика, 72, 229, 237
– теория заработной платы, 305
Социально-ориентированная рыночная экономика, 68, 95
Социально-экономическая обеспеченность, 80
Специализация труда, 107, 108, 154
Спрос, 3, 19, 22, 27, 33, 35, 38, 63, 74, 75, 82, 166, 168, 171, 174, 175, 182, 184, 185, 186, 199, 204, 208, 214, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 234, 235, 237, 238, 239, 241, 242, 262, 268, 291, 296, 310, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330
– на труд, 322, 323, 324, 325, 330
Средние издержки, 196, 278, 280, 281, 282, 283, 284, 287, 295, 296, 297, 298

Средний
– бизнес, 247, 273
– доход, 27, 288, 289, 295, 296, 311, 312
Ставка процента, 111, 132, 310, 328
Страны с переходной экономики, 96
Стратегическая концепция, 260
Стратегия, 71, 195, 201, 260, 264, 269, 302
Страхование, 245, 284, 304
Страховая компания, 58, 204
Страховое предпринимательство, 244, 245, 272
Структура
– рынка, 187, 299
– себестоимости, 284
– фирмы, 253
Субсидии, 224, 304
Сфера, 7, 13, 15, 27, 46, 47, 66, 67, 73, 91, 92, 95, 106, 107, 108, 136, 150, 151, 153, 185, 188, 190, 207, 208, 210, 212, 245, 246, 247, 250, 254, 256, 267, 272, 275, 276, 291, 292, 318, 322, 328
Т
Таргетирование, 73
Тарифная система, 308, 312
Темп инфляции, 310
Темпоральные экстерналии, 212, 216
Теория
– общественного выбора, 14, 18, 21, 24
– прибыли, 291
– процента, 312
Техногенные экономические системы, 69
Технологическая концепция фирмы, 260
Товар, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 24, 27, 28, 29, 33, 35, 39, 56, 63, 74, 75, 80, 106, 110, 112, 115, 116, 117, 124, 129,

132, 136, 137, 140, 141, 142, 143, 147,
151, 154, 160, 161, 162, 163, 164, 165,
166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173,
174, 175, 176, 177, 178, 179, 181, 182,
183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190,
192, 193, 195, 196, 197, 199, 200, 203,
204, 205, 206, 207, 208, 214, 217, 218,
219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226,
227, 228, 229, 230, 231, 232, 234, 235,
236, 237, 238, 239, 240, 241, 244, 247,
250, 260, 263, 264, 268, 269, 270, 272,
274, 275, 276, 277, 286, 291, 292, 295,
299, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 311,
314, 315, 317, 322, 327, 329

Товарное производство, 159, 160,
161, 162, 167, 181, 183, 184, 214

Торговый баланс, 80

Транзакционные издержки, 23, 55,
210, 276, 286, 287

Трансферт, 29

Траст, 214, 273

Труд, 8, 9, 15, 16, 18, 19, 35, 36, 39, 56,
60, 75, 76, 78, 80, 91, 103, 107, 108,
115, 117, 127, 128, 129, 130, 131, 132,
134, 135, 136, 138, 139, 143, 146, 147,
148, 149, 150, 152, 154, 155, 156, 159,
160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167,
182, 183, 186, 188, 206, 230, 244, 261,
265, 266, 267, 269, 275, 276, 277, 278,
284, 286, 288, 289, 290, 291, 293, 304,
305, 306, 307, 308, 309, 311, 312, 313,
314, 319, 320, 322, 323, 324, 325, 330

Трудовые ресурсы, 123, 126, 127,
128, 130, 142, 155, 156, 322, 323

Трудоемкость, 147, 149

У

Уравнение Фишера, 310

Уровень

- безработицы, 30
- жизни, 71, 78, 79, 80, 187, 206, 305
- инфляции, 82, 310
- цен, 51, 80, 230, 237, 239, 305,
317, 321

Услуга, 10, 12, 13, 27, 28, 29, 33, 39,
55, 56, 57, 63, 66, 67, 75, 80, 82, 84,
106, 109, 110, 112, 115, 116, 117,
122, 134, 140, 147, 151, 154, 155,
162, 168, 169, 170, 171, 176, 177,
182, 183, 184, 185, 186, 187, 188,
190, 194, 195, 204, 205, 206, 207,
214, 218, 222, 235, 241, 244, 245,
246, 247, 248, 249, 250, 253, 254,
255, 264, 268, 270, 272, 275, 276,
277, 278, 286, 293, 305, 306, 313,
317, 327, 328

Ф

Факторные доходы, 76, 289, 290, 312

Физиократия, 14, 15

Физический износ, 135, 156

Фиктивный капитал, 313

Финансовое предпринимательство,
245

Финансово-промышленная группа,
187, 254, 255, 273

Финансовые

- отношения, 46
- ресурсы, 127, 133, 189, 206, 245,
266

Финансовый

- менеджмент, 267
- рынок, 188

Финансы, 42, 45, 46, 47, 246, 253,
264, 265

Фирма, 3, 27, 28, 29, 33, 37, 55, 63,
72, 74, 75, 77, 78, 84, 94, 106, 109,
110, 131, 145, 147, 154, 168, 186,
191, 192, 194, 195, 196, 197, 198,
199, 200, 201, 202, 203, 204, 207,
214, 229, 243, 246, 247, 251, 252,
253, 254, 255, 256, 257, 260, 261,
262, 263, 264, 265, 266, 267, 270,
272, 273, 274, 275, 277, 278, 279,
280, 282, 283, 284, 285, 286, 287,
288, 289, 290, 291, 292, 293, 294,
295, 296, 297, 298, 302, 304, 308,

314, 315, 316, 317, 318, 320, 321,
322, 324, 325, 327, 328, 329, 330

Фондовооруженность, 147, 149, 156

Фондоёмкость, 147, 150, 156

Фондоотдача, 147, 149, 150, 156

Французская модель, 73

Франчайзинг, 250, 272, 273

Функции

- государства, 77, 79
- маркетинга, 268
- рынка, 215, 216
- управления, 265
- экономики, 36, 37

Ц

Цена, 4, 14, 18, 19, 24, 27, 30, 33, 35,
44, 48, 63, 64, 72, 74, 78, 80, 96, 97,
104, 115, 142, 164, 165, 166, 167,
168, 169, 170, 171, 172, 174, 175,
177, 178, 179, 181, 182, 184, 186,
189, 190, 191, 192, 193, 194, 195,
196, 197, 199, 200, 202, 203, 204,
207, 208, 210, 214, 217, 218, 219,
220, 221, 222, 223, 224, 225, 226,
227, 228, 230, 231, 232, 234, 235,
236, 237, 238, 239, 240, 241, 242,
244, 254, 255, 260, 261, 262, 263,
264, 268, 274, 275, 276, 279, 280,
284, 286, 288, 289, 290, 291, 292,
294, 295, 296, 297, 298, 299, 300,
301, 302, 303, 304, 305, 306, 311,
313, 314, 315, 316, 317, 318, 319,
320, 321, 322, 323, 325, 326, 327,
328, 330

- земли, 4, 327, 330
- предложения, 222, 225, 242, 321
- спроса, 220, 225, 226, 328, 330

Ценная бумага, 87, 91, 99, 185, 188,
245, 293, 309, 311, 327, 328

Ценовая эластичность спроса, 232,
242

Цикличность, 8

Ч

Частная собственность, 62, 64, 65,
67, 68, 91, 94, 95, 97, 103, 104, 105,
117, 161, 257

Частное благо, 117, 156

Человеческий капитал, 57, 58, 123,
131, 134, 147, 156, 269, 325

Черта бедности, 305

Чистая (располагаемая) прибыль, 62,
293

Чистые издержки обращения, 275,
286, 287

Чистый капитализм, 62, 65

Ш

Шведская модель, 72, 85

Шкала предложения, 222, 242

Э

Экологические экономические
системы, 69

Экологический

- фактор, 69, 130, 207, 208, 210,
214, 216
- человек, 50

Экономика, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13,
15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24,
25, 26, 29, 30, 31, 33, 36, 37, 38, 39,
40, 41, 47, 49, 50, 51, 52, 56, 57, 58,
59, 60, 62, 64, 65, 66, 68, 71, 73, 74,
76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85,
88, 89, 90, 91, 92, 95, 96, 99, 100,
104, 106, 110, 114, 115, 120, 122,
123, 124, 126, 128, 134, 140, 147,
153, 154, 156, 165, 185, 186, 187,
189, 206, 207, 210, 213, 214, 215,
218, 230, 241, 247, 252, 255, 256,
261, 262, 284, 323

- предложения, 21

Экономико-математическое
моделирование, 32, 33, 34, 51

Экономическая

- безопасность, 78, 260
- деятельность, 21, 28, 31, 51, 57, 58, 59, 60, 66, 68, 84, 85, 110, 115, 116, 127, 142, 241, 248, 259, 269, 288
- категория, 3, 13, 14, 25, 32, 35, 52, 86, 88, 103, 105, 132, 215
- модель, 33, 51
- прибыль, 291, 293, 299
- свобода, 66, 78, 80, 85, 187, 206, 243
- система, 3, 41, 51, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 70, 74, 77, 80, 81, 84, 85, 86, 90, 106, 253, 313, 327
- теория, 3, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 18, 22, 23, 24, 25, 30, 32, 34, 35, 37, 39, 41, 51, 58, 60, 62, 76, 82, 84, 89, 110, 111, 112, 114, 123, 128, 130, 131, 133, 142, 165, 169, 177, 191, 193, 195, 197, 211, 215, 231, 239, 252, 253, 261, 290, 305
- эффективность, 78, 80

Экономические

- издержки, 277, 287
- пропорции, 4
- ресурсы, 27, 28, 59, 75, 122, 127, 128, 129, 156

Экономический

- закон, 3, 9, 17, 26, 29, 32, 35, 36, 37, 52, 53, 55, 167
- интерес, 59, 109, 115, 154, 156, 187, 214, 227
- кругооборот, 75, 76, 85
- механизм, 55, 184
- процесс, 7, 11, 20, 21, 37, 55, 84, 85, 159
- рост, 4, 51, 59, 63, 69, 71, 72, 74, 78, 79, 80, 130, 153

- субъект, 27, 29, 30, 34, 37, 39, 53, 55, 69, 75, 80, 83, 84, 90, 185, 192, 216, 239, 241, 244, 288
- цикл, 17
- человек, 10, 12, 38, 39, 40, 41, 43, 46, 177, 217
- эксперимент, 32, 33

Экономическое

- благо, 59, 75, 77, 78, 85, 106, 112, 113, 114, 116, 117, 134, 140, 147, 154, 156, 162, 252
- обособление, 160
- явление, 12, 21, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 47, 51, 52, 53, 55, 84, 85

Экспорт, 20, 72, 80, 207**Экстенсивное воспроизводство, 153, 156****Экстерналии, 210, 211, 212, 213, 215, 216, 239****Эластичное предложение, 235, 236****Эластичность, 146, 195, 197, 200, 201, 218, 231, 232, 234, 235, 236, 237, 240, 241, 242**
предложения, 235, 236, 240, 242
спроса, 195, 200, 201, 218, 231, 232, 234, 237, 240, 241, 242**Эластичный спрос, 232, 233****Эффект**

- дохода, 174, 175, 183, 220, 241, 242
- замещения, 174, 175, 183, 220, 241, 242
- масштаба, 281, 286, 287
- Фишера, 310

Я**Явные издержки, 277, 287****Японская модель, 71, 72, 85**

Оглавление

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
Раздел I. ОБЩИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ.....	5
Глава 1. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ.....	7
1.1. Зарождение и развитие экономики и экономической теории.	
Предметы экономики и экономической теории.....	7
1.2. Современные направления экономической мысли.....	18
1.3. Микроэкономика и макроэкономика.....	26
1.4. Процесс познания экономики.....	30
1.5. Модели человека в экономике.....	37
Выводы.....	51
Вопросы для самопроверки.....	52
Понятия.....	52
Глава 2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ: ТИПЫ, МОДЕЛИ И ЦЕЛИ.	
КРУГООБОРОТ РЕСУРСОВ, ПРОДУКТОВ И ДОХОДОВ	
В ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ.....	53
2.1. Сущность экономических систем.....	53
2.2. Типы экономических систем.....	59
2.3. Модели экономических систем.....	70
2.4. Цели экономических систем.....	76
Выводы.....	84
Вопросы для самопроверки.....	85
Понятия.....	85
Глава 3. СОБСТВЕННОСТЬ. РАЗГОСУДАРСТВЛЕНИЕ.	
ПРИВАТИЗАЦИЯ.....	86
3.1. Сущность собственности.....	86
3.2. Типы и формы собственности.....	90
3.3. Национализация. Разгосударствление. Приватизация.....	94
Выводы.....	103
Вопросы для самопроверки.....	104
Понятия.....	105
Глава 4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА.....	106
4.1. Общество, экономика, производство и его составляющие.....	106
4.2. Потребности и экономические интересы.....	109
4.3. Блага и их классификация.....	116
4.4. Ресурсы. Факторы производства. Капитал.....	122
4.5. Основной и оборотный капитал. Амортизация.	
Износ и его виды.....	134

4.6. Виды продукта. Суть закона убывающей отдачи	137
4.7. Кривая производственных возможностей. Производственная функция	140
4.8. Показатели эффективности производства	147
4.9. Воспроизводство, его уровни, виды и типы	150
Выводы	153
Вопросы для самопроверки	156
Понятия	156
Раздел II. МИКРОЭКОНОМИКА	157
Глава 5. ТОВАР И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ	159
5.1. Натуральное хозяйство. Товарное производство и его виды	159
5.2. Товар и его составляющие. Теории стоимости	162
5.3. Полезность и её виды	168
5.4. Кривая безразличия	175
Выводы	181
Вопросы для самопроверки	183
Понятия	183
Глава 6. РЫНОК – ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	184
6.1. Сущность рынка, его функции и структура	184
6.2. Конкуренция и монополия	190
6.3. Типы и модели рынка	198
6.4. Преимущества и недостатки рынка	205
Выводы	214
Вопросы для самопроверки	215
Понятия	216
Глава 7. СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЭЛАСТИЧНОСТЬ	217
7.1. Спрос. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос	217
7.2. Предложение. Закон предложения. Факторы, влияющие на предложение	222
7.3. Рыночное равновесие. Рыночная цена и ее функции	225
7.4. Эластичность спроса и предложения	231
7.5. Государство и ценообразование	237
Выводы	241
Вопросы для самопроверки	242
Понятия	242
Глава 8. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ФИРМА	243
8.1. Основные формы организации предпринимательства	243
8.2. Классификация предприятий (фирм)	251
8.3. Фирма в условиях совершенной и несовершенной конкуренции	261
8.4. Управление фирмой	265

8.5. Открытие, банкротство и закрытие предприятий	269
Выводы	272
Вопросы для самопроверки	272
Понятия	273
Глава 9. ИЗДЕРЖКИ: ИХ ВИДЫ И СТРУКТУРА	274
9.1. Сущность издержек и их классификация	274
9.2. Альтернативные издержки	276
9.3. Виды издержек. Особенности средних издержек	278
9.4. Себестоимость в российской экономике	284
Выводы	286
Вопросы для самопроверки	287
Понятия	287
Глава 10. ДОХОД И ЕГО ФОРМЫ	288
10.1. Сущность дохода. Факторные и располагаемые доходы	288
10.2. Основные концепции прибыли. Функции и виды прибыли	290
10.3. Условия максимизации прибыли	294
10.4. Предприятие на рынке олигополии	299
10.5. Сущность, уровни и формы заработной платы	304
10.6. Системы заработной платы	307
10.7. Процент. Виды процентных ставок	309
Выводы	311
Вопросы для самопроверки	312
Понятия	312
Глава 11. РЫНОК ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА	313
11.1. Спрос и предложение на рынке факторов производства	313
11.2. Равновесие и ценообразование на рынке факторов производства	320
11.3. Виды рынков факторов производства	322
Выводы	330
Вопросы для самопроверки	330
Понятия	330
Литература	331
Алфавитный указатель терминов	336

Учебное издание

Кураков Лев Пантелеймонович (1,6 п.л.), Игнатьев Михаил Васильевич (1,5 п.л.),
Тимирясова Асия Витальевна (1,2 п.л.), Кураков Александр Львович (1,5 п.л.),
Яковлев Георгий Ермолаевич (0,5 п.л.), Дроздов Николай Николаевич (0,5 п.л.),
Олейник Олег Витальевич (0,5 п.л.), Смирнова Светлана Константиновна (0,5 п.л.),
Енилина Светлана Александровна (0,3 п.л.), Муратов Владимир Николаевич (1,0 п.л.),
Тыминский Владимир Георгиевич (0,3 п.л.), Комов Василий Макарович (1,0 п.л.),
Дружинин Владимир Васильевич (0,5 п.л.), Угаслов Николай Федорович (0,3 п.л.),
Пястолов Сергей Михайлович (1,0 п.л.), Хисамутдинов Сагит Рамазанович (0,2 п.л.),
Кураков Владимир Львович (1,0 п.л.), Кригер Владислав Валерьевич (0,5 п.л.),
Муратов Николай Владимирович (0,5 п.л.), Краснов Андрей Георгиевич (0,8 п.л.),
Фесенко Олеся Павловна (0,8 п.л.), Акимов Андрей Александрович (0,2 п.л.),
Захарченко Николай Николаевич (0,3 п.л.), Захарченко Александр Николаевич (0,3 п.л.),
Глазунов Андрей Александрович (0,3 п.л.), Гвашев Анзор Камболегович (0,3 п.л.),
Гордеев Валерий Николаевич (0,3 п.л.), Крылов Андрей Михайлович (0,1 п.л.),
Кузнецова Екатерина Валерьевна (0,4 п.л.), Игнатьева Елена Анатольевна (0,4 п.л.),
Иванова Надежда Николаевна (0,4 п.л.), Кураков Валерий Викторович (0,2 п.л.),
Ткачук Ольга Ивановна (0,1 п.л.), Ермолаев Олег Федорович (0,2 п.л.),
Никифоров Петр Николаевич (0,1 п.л.)

МИКРОЭКОНОМИКА

Учебник для вузов

Отв. за выпуск *В.В. Дружинин, А.Г. Краснов*

Сдано в набор 07.11.2017. Подписано в печать 13.11.2017.
Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура TimesNewRoman.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 20,5. Уч.-изд. л. 19,6.
Тираж 1000 экз. Заказ №

Издательство ИАЭП
109472, г. Москва, ул. Ташкентская, д. 34, корп. 3, офис 23

Отпечатано в АО "ИПК "Чувашия"
428019, г. Чебоксары, пр. И. Яковлева, д. 13