

УДК 339.13.012.42  
ББК 65.9(2)8  
Д-81

*Дудин Сергей Геннадьевич*, кандидат экономических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный технологический университет», e-mail: [dudin-s@mail.ru](mailto:dudin-s@mail.ru);

*Чайка Сергей Михайлович*, кандидат экономических наук, генеральный директор «Росчермет»;

*Ануприенко Дарья Николаевна*, кандидат экономических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный технологический университет».

## УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНИМИ ЭФФЕКТАМИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО МИРА

(рецензирована)

*В статье на основе систематизации представлений об эволюции развития экономических систем среди отечественных и западных ученых предложено более полное представление данной области. В статье рассмотрено углубленно явление внешних эффектов в экономике, так называемых экстерналий, которые в постиндустриальную фазу приобретают специфическое значение.*

*Ключевые слова: эволюция, постиндустриализм, экстерналии, экономическая система, управление, политэкономия, особенность, анализ.*

*Dudin Sergey Gennadievich*, Candidate of Economics, associate professor of FSBEI HPE “Kuban State Technological University”, e-mail: [dudin-s@mail.ru](mailto:dudin-s@mail.ru);

*Chaika Sergey Michailovich*, Candidate of Economics, general director of "Roschermet";

*Anuprienko Daria Nicholaevna*, Candidate of Economics, associate professor of FSBEI HPE “Kuban State Technological University”.

## EXTERNALITY MANAGEMENT IN THE ECONOMIC SYSTEM OF THE POSTINDUSTRIAL WORLD

(Reviewed)

*On the basis of systematic representation of the evolution of economic systems among domestic and foreign scholars a better understanding of this area has been suggested.*

*The paper considers the phenomenon of external effects in the economy, the so-called externalities, which in the post-industrial phase acquire special significance.*

*Keywords: evolution, post-industrialism, externalities, economic system, management, political economy, feature, analysis.*

В сфере производства и распределении благ при ограниченных ресурсах внешние эффекты, проявляющиеся в воздействии издержек или выгод на третьи лица (субъекты, не участвующие в обмене) невозможно выбросить за ненадобностью, особенно с учётом того, что эти выгоды и издержки не отражаются в рыночных ценах. А может быть их как-то следует отражать? “Пришло время сместить акценты нашей системы измерений с измерения экономического производства на измерение человеческого благосостояния” (Из доклада 2009 г. комиссии Дж. Стиглица) [7, 12].

Ф. Хайек отмечает, что “... обилием продукта мы обязаны методам распределения, т.е. системе рыночного ценообразования. Объем того, что мы делим, зависит от принципа организации производства, а в данном случае это рыночная система ценообразования и распределения” [6, 162]. Рыночная система – то к чему так поспешно бросились в конце 80-х гг. XX в. в нашей стране на определённом витке развития, которые могут быть похожи на разных временных этапах. Представляется бесспорным утверждение, что некоторым образом (вплоть до необычных проявлений), хозяйственная деятельность существовала и в первобытнообщинном, и в рабовладельческом обществе. Так называемые протоэкономики, в которых совокупность юридических, философских, взглядов и отношений между институтами общества была другой. Производство материальных благ в таких общественных системах основано в большей части на внеэкономических методах. Экономическое основание появляется тогда, когда производство материальных и нематериальных благ регулируется ценовыми сигналами, динамикой прибылей и убытков субъектов рынка, отдельных отраслей, с отделением потребителя и производителя друг от друга, словом со всем тем, что сформировало товарное производство. Возможно ли уменьшение

внешних эффектов (экстерналий) в рыночном хозяйстве или моментов “фиаско” рынка, как говорил о них А. Пигу? Каким образом увеличить положительные экстерналии в экономиках различных уровней? В этом вопросе мы придерживаемся мнения Р. Коуза, А. Алчиана, Й. Барцеля и Г. Демееца, которые считали, что когда механизм рынка запущен, права собственности будут приобретаться, подразделяться, комбинироваться и перераспределяться таким образом, чтобы их использование в хозяйственной деятельности обеспечивало бы наибольшую эффективность. Но, придерживаясь мнения этих учёных, мы должны высказать то, что эта идиллия не лишена внутренних проблем и противоречий.

Конкуренция всё ещё является центральным местом анализа экономистов. В капиталистической действительности преобладающее значение имеет конкуренция, основанная на создании нового товара, новой технологии, сырья, нового типа организации. Создание этого нового предполагает угрозу фирмам со старыми переменными не в плане сокращения объёма рынка и прибыли, а в плане банкротства оных.

Г. Беккер считал: “что экономический подход уникален по своей мощи, потому что он способен интегрировать множество разнообразных форм человеческого поведения” [Цит. по 3, 15].

Именно поэтому в процессе обмена прав собственности на те или иные блага, эти права будут закреплены у того экономического агента, для которого они представляют большую ценность. Происходит обеспечение эффективного распределения ресурсов, поскольку в ходе обмена они перемещаются от менее к более производительному использованию в экономике. А это понятие целостно охватывает производственную, коммерческую, финансовую деятельность. “Развитие экономики определяет экономическое состояние страны, объёмы, темпы развития производства, структурные сдвиги, среднегодовой душевой доход и т.д. То есть, всегда и везде мы можем наблюдать влияние обратной стороны функционирования рынка – “внимания рынка”. Иначе говоря, если субъектом экономики не уделяется должного внимания к “обустройству рынка”, то он не может и не должен рассчитывать на “внимание рынка” к себе. Причинно-следственная связь по факту управления в ту сторону, куда следует, то есть исключительно аспект нормативности регулирования экономических процессов. Это управление в системе экономических отношений, в которой производители товаров связаны между собой через рынок, охватывает как производство товаров, так и их продажу, а также денежное обращение и многообразные товарно-рыночные и денежные институты и структуры на различных уровнях экономики” [2, 8]. Развитие товарно-денежных отношений – это путь от эпизодического обмена излишков продуктов до всесторонне разветвленной экономической системы жизни общества, которая развилась до рыночной экономики. Такое явление экономики как товар выступает как общественная форма продукта и в этом качестве выражает связь агентов рынка (производителей продукции, выступающих попеременно в роли продавца и покупателя) друг с другом, общественный характер производства, многообразие экономических взаимоотношений, проявляющихся в различных категориях экономики. “Рынок осуществляет признание покупателями экономическим путем общественной целесообразности продукта и труда товаропроизводителя, он дает общественную оценку затрат труда через рыночные цены и обеспечивает или отвергает реализацию товаров. Механизм функционирования рынка состоит в конкуренции между продавцами и покупателями и внутри каждой группы (волны океана). Важнейшими элементами этого механизма являются предложение и спрос, рыночные цены, конкуренция, методы регулирования” [2, 8-9].

Методы регулирования рынка – ключевой вопрос по вектору экстерналий. «Стремление к прибыли, - писал Ф. Хайек, – это как раз то, что позволяет использовать ресурсы наиболее эффективно. Производство во имя потребления, а не ради прибыли свидетельствует о полном отсутствии внимания к тому, как приумножаются производительные способности» [Цит. по 6, 182]. Прибыль – это “двигатель” рыночной экономики. Она воздействует на уровень использования ресурсов, на их распределение среди альтернативных пользователей. Именно ожидание прибыли побуждает фирму осуществлять нововведения и инвестиции. Экономическая прибыль связана с принятием на себя риска или обладанием монопольной власти, или и то и другое вместе. Но максимизация эффективности экономики требует “серединного княжества”. Сглаживанию негативных моментов “рискового” или “монопольного” метода ведения экономической деятельности, повышая уровень конкуренции во всей экономической системе, на наш взгляд, способствует не что иное, как “внимание” рынка. Ф. Хайек говорил, что жалобы на несправедливость рынка можно сравнивать с жалобами на Солнечную систему. Это не совсем верно, потому, что государство обеспечивает “правила игры” и в отличие от сил природы Вселенной, всё далеко не фатально. Наибольшее давление на государственную политику оказывают не потребители, а производители.

Именно их хозяйственно-экономическое поведение предопределяет так называемые “потери” общества, экологические вопросы, а при определённой концентрации через лоббизм – политику. Часто она формируется под влиянием стремлений производителей защищать себя от законов конкуренции. Иногда случаются революции в политической жизни того или иного государства, но революционное всегда связано с риском полной ликвидации сменяемого.

Само по себе конкурентное производство любой совокупности товаров не обязательно способствует эффективному распределению ресурсов. Дифференциация доходов – объективный результат действия механизма цен, менеджмента, политики на различных уровнях и др. Производство не только должно быть эффективно технологически, но и должно создавать товары, “продающие себя сами” (П. Друккер). Конкурентная система рынков обеспечивает распределение ресурсов так, чтобы произведенная совокупная продукция была наиболее схожа с предпочтениям потребителей. Денежная оценка любого продукта – общественная мера или показатель относительной предельной его ценности. “Ценность, – писал Е. Бём-Баверк, – предполагает ограниченность количества вещей, отсутствие ценности – избыток их” [1, 23]. Предельные издержки производства одного товара измеряют цену (относительную ценность) других товаров, которые можно было бы произвести, используя ресурсы для производства первого товара. Цена продукта измеряет пользу, получаемую обществом от дополнительных единиц товаров, а предельные издержки этих дополнительных единиц измеряют потерю для общества в случае привлечения к производству большего количества ресурсов. В условиях конкуренции производство каждого продукта будет осуществляться до момента выравнивания цены и предельных издержек, что видно из рисунка 1.

В точке А производитель будет получать максимальную прибыль, так как цена и предельные издержки равны  $MR (P) = MC$ . Объем производства ниже точки А будет означать недополучение прибыли предприятием и недораспределение ресурсов по данному продукту с общественной точки зрения. Если цена превышает предельные издержки, значит, общество оценивает дополнительные единицы этого товара более высоко, чем другие товары, произведенные из этих же ресурсов. Поэтому в условиях чистой конкуренции руководствующие мотивом прибыли предприниматели будут производить каждый товар до той точки, в которой цена и предельные издержки уравниваются. Это означает, что ресурсы распределены эффективно. Помимо этого, конкурентные рынки способны восстанавливать эффективность в использовании ресурсов при ее нарушении посредством динамических изменений в экономике. Любые изменения в потребностях покупателей приведут в действие соответствующий механизм перегруппировки ресурсов. Конкурентная система цен организует частные интересы продавцов по направлениям, соответствующим интересам общества, обеспечивая положение равновесия на рынках.

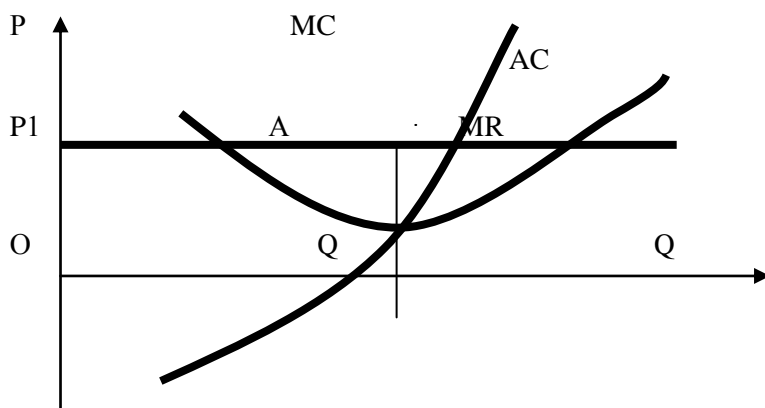


Рис. 1. Положение равновесия конкурентной фирмы в долгосрочном периоде:  
 $P = AC = MC$

Таким образом, реализуется целевая установка рыночного саморегулирования, связанная с удовлетворением потребителей. И у фирм-производителей появляется мощный стимул для неценовой конкуренции. Вот здесь можно предположить возможность управления экстерналиями в ту сторону, куда надо, например в положительную. Есть несколько аспектов, являющихся ограничителями эффективности чистой конкуренции: возникновение побочных издержек, не использование новейших разработок, проблема распределения доходов и, соответственно, структуры покупательских потребностей, сокращение диапазона потребительского выбора. Но все это относится

к чистой конкуренции, а это научная абстракция. “Реальный мир, каким мы его знаем по Америке, Европе или Азии, – писал П. Самуэльсон, – выступает как своеобразное сочетание элементов конкуренции с несовершенствами, вносимыми монополиями” [Цит. по 6, 154].

Вышесказанное относится к разговору о монополистической конкуренции, порождающей широкий диапазон выбора качества, ассортимента, номенклатуры и стиля продукта, способствующей развитию новой техники и через законодательство, – к воплощению в жизнь механизма уравнивания побочными выгодами побочных издержек для общества. Именно монополистическая конкуренция является основным “реализатором” и “воплотителем в жизнь” выбора вектора экономических экстерналий с его огромным комплексом “мер влияния” вплоть до Президента и Правительства. Сама природа монополистической конкуренции, поведение субъектов экономики в области цен и выпуска продукции, роль неценовой конкуренции говорит об отношении “всесферных” в части хозяйственно-экономической деятельности, которые в свою очередь, является определенным эволюционным состоянием. Монополистическая конкуренция, в известном смысле, – главный “ветер” экономических экстерналий.

Теория потребительского выбора явилась той предпосылкой, которая эллиптически очертила границы новой “ветви” экономической мысли. “Ветви”, которая изучает, в том числе и кольца основного дерева политической экономии в рамках эволюционизма.

В наше время уже вряд ли есть нужда доказывать, что формирование современного экономического мировоззрения предполагает овладение не только экономическими, но и социально-психологическими знаниями. Иначе не может быть хотя бы потому, что реальная экономика, особенно рыночная социально ориентированная – это “не только сфера принятия экономических решений, но и область, в которой сосредотачиваются и должны находить соответствующее отражение сложнейшие психологические реакции, проблемы и явления” [4, 102].

Экономика, социология, психология и антропология в условиях рыночного хозяйствования приобретают особое значение. Глубокое знание рынка (информационность) и способность применять современные инструменты воздействия в складывающейся на рынке ситуации, в совокупности и даст нам желаемые результаты.

В центре внимания маржиналистов была проблема меновой стоимости (ценности) благ и пропорции их обмена. Эту проблему они решали с помощью теории предельной полезности, объяснявшей ценность благ полезностью их дополнительной единицы. В дальнейшем маржинализм освоил и другие области экономической теории: теорию производства, распределения дохода, благосостояния, но центр тяжести их подхода – теория предельной полезности. Подход маржиналистов к теории ценности благ отличался от подхода классической школы. Классики выводили стоимость из издержек производства, определяемых в сферах производства и распределения (со стороны предложения), а маржиналисты – со стороны спроса, придавая основное значение субъективным оценкам блага самими потребителями. Поэтому если в центре классической теории стоял капиталист (предприниматель), то главным по маржиналистской теории стал потребитель. Как на этот “ветер” экономических экстерналий влияет потребитель – всем известно. Ветер в природе возникает благодаря перемене давлений и скорость, с которой эти изменения происходят, зависит от разницы в цифрах. Информационное общество, которое нам предпрещено институционалистами на ближайшие десятилетия готовит много “сюрпризов” на экономической карте экстерналий градиентов, изобар, изотерм.

#### *Литература:*

1. Бём-Баверк Е. Основы теории ценности хозяйственных благ. Пер. с нем. А. Санина. Л.: “Прибой”, 1929. – 195 с.
2. Дудин С.Г. Политэкономическое происхождение маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. №2 (70), 2009. - С. 3-12.
3. Курс экономической теории. Учеб. пос. / Под общ. ред. Чепурина М.Н., Киселевой Е.А. Московский государственный институт международных отношений. Киров: 1994. – 625 с.
4. Соколинский В.М. Экономическая психология. // Российский экономический журнал. №8, 1997. – С. 102-107.
5. Хейне П. Экономический образ мышления. Пер. с англ. М.: “Дело”, “Catallaxy”, 1993. – 704 с.
6. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. Пер. с англ. Под ред. У.У. Бартли – М.: “Новости”, 1992. – 304 с.
7. [www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm](http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm). p. 12.

### **References:**

1. Böhm-Bawerk E. *Fundamentals of the theory of economic benefits value: transl. from German by A. Sanin. L.: Priboi, 1929. 195 p.*
2. Dudin S.G. *The political and economic origin of marketing // Marketing in Russia and abroad. № 2 (70). 2009. P. 3 - 12.*
3. *The course of economic theory: textbook / Ed. Chepurin M.N., Kiseleva E.A. Moscow State Institute of International Relations. Kirov: 1994. 625 p.*
4. Sokolinsky V.M. *Economic Psychology // Russian Economic Journal. № 8. 1997. P. 102 - 107.*
5. Heine P. *The economic way of thinking. Transl. from English. M.: Delo, Catallaxy, 1993. 704 p.*
6. Hayek F. *Fatal Conceit. Errors of Socialism. Transl. from English / Ed. U.U. Bartley. M.: News, 1992. 304 p.*
7. [www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm](http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm). p. 12.