

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и сервиса

Кафедра экономической теории и мировой экономики

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Курс лекций. Часть 1.

Майкоп – 2015

ББК 330.1 (07)
УДК 65.01
Э - 40

Печатается по решению научно-технического совета
ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет»

Рецензенты: д.э.н., профессор Тхакушинов Э.К.
д.э.н., профессор Керашев А.А.

Составитель: к. э. н., доцент Киселева В.А.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ. Курс лекций. Часть I. – Майкоп: ИП Кучеренко В.О., 2015. – 204 с.

В учебном пособии «Экономическая теория. Курс лекций. Часть I» рассматриваются экономические основы функционирования рыночной системы, закономерности взаимодействия потребителей и производителей. Подробно рассмотрены темы, раскрывающие институциональные основы рыночного хозяйства, сущность, состав и показатели эффективности экономических моделей хозяйствования.

Учебное пособие предназначено для студентов вузов, изучающих дисциплину «Экономическая теория» в рамках ООП специальностей (направлений) очной и заочной формы обучения, а также обучающихся по программам магистратуры и аспирантуры.

© Киселева В.А., составление, 2015

Содержание

Введение	5
Тема 1. Предмет и метод экономической теории.....	6
1.1. Развитие предмета экономической теории	6
1.2. Метод экономической теории.....	16
Тема 2. Основы экономического анализа	19
2.1. Потребности, ресурсы, выбор.....	19
2.2. Экономический кругооборот	28
2.3. Экономические системы: основные ступени развития.....	32
2.4. Современные экономические системы.....	38
Тема 3. Рыночная система: спрос и предложение	45
3.1. Рыночная система	45
3.2. Спрос и предложение	48
3.3. Равновесие спроса и предложения. Эластичность	57
3.4. Эластичность спроса и предложения.....	65
Тема 4. Институциональные аспекты рыночного хозяйства	75
4.1. Правовые предпосылки рыночного хозяйства	75
4.2. Внешние эффекты. Теорема Коуза	79
4.3. Общественные блага. Роль государства в рыночной экономике.....	88
Тема 5. Теория потребительского поведения.....	93
5.1. Потребительский выбор и его особенности.....	93
5.2. Закономерности развития потребительских предпочтений	100
5.3. Взаимодополняемость и взаимозаменяемость товаров и услуг.....	109
Тема 6. Производство экономических благ	112
6.1. Производство с одним переменным фактором.....	112
6.2. Выбор производственной технологии. Техническая и экономическая эффективность.....	121

Тема 7. Фирма как совершенный конкурент.....	129
7.1. Экономическая природа фирмы.....	129
7.2. Основные формы деловых предприятий.....	133
7.3. Фирма: издержки производства и прибыль.....	139
7.4. Фирма: условия равновесия.....	151
Тема 8. Совершенная конкуренция и чистая монополия	157
8.1. Совершенная конкуренция.....	157
8.2. Чистая монополия.....	162
Тема 9. Несовершенная конкуренция.....	172
9.1. Монополистическая конкуренция.....	172
9.2. Олигополия.....	177
9.3. Другие формы несовершенной конкуренции.....	192
9.4. Антимонопольное законодательство и регулирование.....	197
Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	204

Введение

В сфере познаний общества одним из важных звеньев является экономическая наука. В наиболее общем, методологическом плане ее задачи схожи с целями любой другой науки:

- 1) систематизация элементов познания действительности;
- 2) определение причинно-следственных и функциональных зависимостей между данными элементами;
- 3) выявление закономерностей, законов и тенденций в экономической реальности; разработка системы рекомендаций для экономического поведения индивидуума, фирмы и государства.

В условиях становления цивилизованных рыночных отношений актуальными является овладение основами теории экономики, приоритетной является задача формирования современного экономического мышления и приобретение навыков самостоятельного экономического анализа для студентов – молодых специалистов различных отраслей народного хозяйства.

Предлагаемое учебное пособие содержит учебный материал, соответствующий типовой программе по дисциплине «Экономическая теория», охватывает общие вопросы экономических закономерностей общества и микроэкономики.

Целью разработки учебного пособия по предмету «Экономическая теория» является, оказать помощь обучающимся в освоении основ современной экономики, включающей изучение экономических отношений и свойственных им законов.

Тема 1. Предмет и метод экономической теории

1.1. Развитие предмета экономической теории

В развитии предмета экономической теории можно выделить три этапа: экономия, политическая экономия, экономикс.

Экономическая теория первоначально возникла в античном обществе как экономия - наука о домоводстве, домашнем хозяйстве. Ее целью было воспитание достойных граждан.

Аристотель различал два вида хозяйственной деятельности: экономию - хозяйство ради самообеспечения и хрематистику - хозяйство с целью обогащения. Он считал справедливой экономию, основанную на натуральном хозяйстве, поскольку именно она составляла основу античного общества. К экономии Аристотель, правда, относил и розничную торговлю, поскольку в ней, по его мнению, решающую роль играло удовлетворение потребностей. Аристотель критически относился к хрематистике, считая, что искусство делать деньги, функционирование торгового и ростовщического капитала имеют источником богатства обращение, поэтому хрематистика, с точки зрения Аристотеля, противоестественна.

В произведениях средневековых ученых-схоластов (преподавателей университетов) экономические проблемы также рассматривались в рамках учения о справедливости. Различие заключалось лишь в том, что экономические вопросы в эпоху феодализма трактовали с позиций Священного писания в рамках канонического права. Христианское вероучение стало важным средством для преодоления характерного для античности презрительного отношения к труду.

Экономические проблемы рассматривались с позиций морали, моральной справедливости, с позиций общего блага как конечного критерия деятельности людей. В экономии нормативный аспект господствовал над пози-

тивным, иррациональный (мифотворческий) - над рациональным (научным),
должное - над сущим, дедуктивный метод - над индуктивным.

В X-XIII вв. складывается особый социальный слой феодального общества - горожане. Экономические представления средневековых бюргеров отражены в цеховых уставах и городском праве.

Становление капитализма предопределило возникновение самостоятельной науки - политической экономии. В центре ее внимания первоначально находилась не сфера производства, а сфера обращения. Развитие мировой торговли способствовало повышению роли купечества. Выразителем его интересов стала первая школа, возникшая в политической экономии, - меркантилизм.

Целью исследований меркантилистов (А. Серра, Т. Мен, С. Фортрей) были поиски источников буржуазного богатства, объектом наблюдений стала капиталистическая торговля, а предметом пристального внимания - движение денег и товаров между отдельными странами.

Формирование классической политической экономии было подготовлено развитием капитализма. Ее первыми представителями были Уильям Петти (1623-1687) в Англии и Пьер Буагильбер (1646-1714) во Франции. Оба они предприняли попытку свести стоимость к труду и тем самым сделали решающий шаг в сторону трудовой теории стоимости, искавшей источник капиталистического богатства в сфере производства. Во Франции ведущей отраслью оставалось земледелие. Поэтому представители французской классической политической экономии - физиократы (Ф. Кенэ, А. Тюрго и др.), источник прироста капитала искали в земледелии, а «чистый доход» рассматривали как дар природы. Основатель школы физиократов Франсуа Кенэ (1694-1774) заложил основы теории воспроизводства общественного капитала, создав первую макроэкономическую модель. Ее основу составляло движение совокупного общественного продукта между тремя классами граждан: классом земельных собственников, производительным (к которому он отно-

сил земледельцев) и непроизводительным классом (к которому он относил всех лиц, не связанных с земледелием).

Распространение мануфактурного и становление машинного производства означали создание адекватной материально-технической базы капитализма. Классики политической экономии пытаются открыть источник капиталистического богатства уже в сфере производства.

Адам Смит (1723-1790) выяснил условия производства и накопления богатства. В основе его концепции лежит идея «неуравнительного равенства». В своем главном экономическом труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) А. Смит придавал решающее значение разделению труда как основному фактору повышения производительной силы. Мануфактурный труд, отмечал он, дробит единый процесс труда на мельчайшие операции, значительно упрощая их. В этом заключается общественный прогресс, соединяющий специфичное и всеобщее, труд отдельного работника и труд вообще. Именно труд вообще, существующий в рамках общественного разделения труда, А. Смит считает источником материального богатства при капитализме. Стремясь не только проникнуть в сущность капиталистического производства, но и описать внешние формы его проявления, он дал четыре определения стоимости, что породило многочисленные противоречия, которые попытался преодолеть Давид Рикардо (1772-1823).

В центре внимания Рикардо находится уже не сфера производства, а сфера распределения, что отражается и на определении предмета политической экономии. Заслуга Д. Рикардо заключается в том, что он попытался построить систему категорий политической экономии на основе трудовой теории стоимости. Однако полностью выдержать монистический принцип ему не удалось. На смену монистической концепции Д. Рикардо приходит плюралистическая концепция факторов производства.

Попытка рассмотреть капиталистическое богатство с позиции пролетариата была впервые предпринята социалистами-рикардианцами (Т. Годскин,

У. Томпсон и др.) и более последовательно - К. Марксом и Ф. Энгельсом (учение о двойственном характере труда, теория прибавочной стоимости).

Карл Маркс (1818-1883) и Фридрих Энгельс (1820-1895) первоначально разделяли идеи революционного романтизма. Используя достижения немецкой классической философии, К. Маркс впервые успешно применил метод материалистической диалектики к анализу социально-экономических явлений. Это позволило ему не только дать критику предшествовавшей политической экономии, но и поставить перед собой задачу рассмотреть систему категорий и законов капиталистического способа производства с позиций рабочего класса.

Важную роль в дальнейшем развитии ортодоксальной марксистской политической экономии сыграли исследования В. И. Ленина (1870-1924). Центральное место в работах В. И. Ленина 90-х гг. занимает теория товарного производства и показал, что политическая экономия изучает не только наиболее развитые страны, но и переходные отношения от одного способа к другому и даже различные варианты (модели) такого перехода.

Освоение марксизма в СССР в 20-е гг. вылилось в серию дискуссий по узловым проблемам экономической теории (о предмете политэкономии, об азиатском способе производства, о двойственном характере труда, о законе - регуляторе социалистической экономики и т. д.). По мере становления и укрепления культа личности «большие дискуссии» прекращаются. Им на смену приходит слепое подчинение авторитету. Происходит искусственное сужение источников марксизма, вследствие отрыва от лучших достижений западной экономической мысли и репрессий против отечественных «немарксистов».

Неоклассическое направление. Во второй половине XIX в. складываются предпосылки для смены общей парадигмы экономической науки. Капитализм прочно утверждается в развитых странах. Разработка общих принципов политической экономии заменяется исследованием различных проблем

экономической практики, качественный анализ вытесняется количественным. Экономисты все чаще стремятся оптимизировать ограниченные ресурсы, широко применяя для этого теорию предельных величин, дифференциальное и интегральное исчисление. Математические формулы и графики, иллюстрирующие различные рыночные ситуации, становятся органичными элементами экономических трудов. Новые веяния находят отражение и в изменении названия самой науки. Понятие «политическая экономия» (political economy) вытесняется понятием «экономика» (economics). Под экономиком понимается аналитическая наука об использовании людьми ограниченных ресурсов (таких, как земля, труд, капитал, предпринимательские способности) для производства различных товаров и услуг, их распределения и обмена между членами общества в целях потребления.

Рождение нового термина связано с именем одного из основоположников неоклассического направления - английского экономиста Альфреда Маршалла (1842-1924). В 1890 г. выходят его «Принципы экономики», главным предметом анализа которых является уже не теория стоимости, а теория цены. Механизм ценообразования рассматривается как соотношение спроса и предложения.

Теория маржиналистов и Маршалла отличалась статичностью построения, преодолеть которую пытался первоначально лишь Йозеф Шумпетер (1883-1950). Уже в начале века он предпринял опыт динамического моделирования развития капитализма, стремясь показать влияние инновационного процесса на изменение таких важных показателей, как предпринимательская прибыль, капитал и процент («Теория экономического развития», 1911).

Теория Маршалла фактически абстрагировалась от деятельности монополий. После кризисов 20- 30-х гг. и особенно Великой депрессии 1929-1933 гг. не замечать влияния монополий на ценообразование было уже нельзя. В 1933 г. выходят «Теория монополистической конкуренции» Э. Чемберлина и

«Экономика несовершенной конкуренции» Дж. Робинсон, в которых исследуется механизм монополистического ценообразования.

Однако подлинную революцию в экономической теории произвела опубликованная в 1936 г. «Общая теория занятости, процента и денег» Джона Мейнарда Кейнса (1883-1946). С его именем связано рождение нового направления западной экономической мысли - кейнсианства, поставившего в центр внимания проблемы макроанализа. Такой подход не только способствовал более глубокому отражению объективной реальности в экономической теории, но и в значительной мере поставил нормативный аспект в зависимость от позитивного. Кейнс отказался от некоторых основных постулатов неоклассического учения, в частности от рассмотрения рынка как идеального саморегулирующегося механизма. Рынок, с точки зрения Кейнса, не может обеспечить «эффективный спрос», поэтому стимулировать его должно государство посредством кредитно-денежной и бюджетной политики. Эта политика должна поощрять частные инвестиции и рост потребительских расходов таким образом, чтобы способствовать наиболее быстрому росту национального дохода. Практическая направленность теории Кейнса обеспечила ей широкую популярность в послевоенные годы. Кейнсианские рецепты стали идеологической программой смешанной экономики и теории «государства всеобщего благоденствия» (welfare state).

С начала 50-х гг. неокейнсианцы (Р. Харрод, Е. Домар, Э. Хансен и др.) активно разрабатывают проблемы экономической динамики и прежде всего темпов и факторов роста, стремятся найти оптимальное соотношение между занятостью и инфляцией. На это же направлена концепция «неоклассического синтеза» П. Э. Самуэльсона, пытавшегося органически соединить методы рыночного и государственного регулирования. Посткейнсианцы (Дж. Робинсон, П. Сраффа, Н. Калдор и др.) в 60-70-е гг. сделали попытку дополнить кейнсианство идеями Д. Рикардо. Неорикардисты выступают за более урав-

нительное распределение доходов, ограничение рыночной конкуренции, проведение системы мер для эффективной борьбы с инфляцией.

Монетаризм. Монетаризм, как и классический либерализм в целом, рассматривает рынок как саморегулирующуюся систему и выступает против чрезмерного вмешательства государства в экономику. Особенностью этого направления стало пристальное внимание к денежной массе, находящейся в обращении, которую они считают определяющим фактором развития экономики. Главным пунктом критики стали вопросы экономической политики (проблемы инфляции, политики занятости и т. д.). Исходные предпосылки этой критики были сформулированы М. Фридменом в его работах «Очерки позитивной экономики» (1953), «Капитализм и свобода» (1962) и позднее в написанной совместно с Роз Фридменом книге «Свобода выбора» (1979).

В основе теории лежит, по его мнению, возникшая в результате соглашения исследователей абстрактная гипотеза, из которой выводятся эмпирически проверяемые следствия. Если они подтверждаются практикой, то теория считается истинной, если нет, то она отвергается. Необходимо отметить, что предпосылки монетаристов носят явно нереалистический характер (совершенная конкуренция, гибкость цен, полнота экономической информации, зависимость роста национального дохода от темпов роста денежной массы и т. п.). Методологическая уязвимость теории монетаристов вызвала критику как кейнсианцев, так и более последовательных сторонников классического либерализма.

Если в центре внимания кейнсианцев находится эффективный спрос, то их критики акцентируют основное внимание на предложении товаров и услуг. В 70-е гг. сложилось даже особое направление – «экономика предложения» (А. Лаффер, Дж. Гилдер, М. Эванс, М. Фелдстайн и др.). Для оздоровления экономики, как они считают, необходимо снижение налогов и предоставление льгот корпорациям. Сокращение дефицита государственного бюджета будет при этих условиях способствовать оздоровлению экономики.

Представители ведущего направления новой классической экономики (Дж. Мут, Р. Лукас, Т. Сарджент, Н. Уоллес, Р. Барро и др.) попытались построить более цельную теорию путем подведения единого микроэкономического основания под анализ макро проблем. В центре их внимания оказались экономические агенты, способные быстро приспосабливаться к меняющейся хозяйственной конъюнктуре благодаря рациональному использованию получаемой информации (теория рациональных ожиданий). Поскольку каждый индивид способен правильно адаптироваться в меняющемся мире, отпадает необходимость вмешательства государства в экономику.

Этот недостаток пытались преодолеть сторонники сформировавшейся в 50-60-е гг. теории общественного выбора (Дж. Бьюкенен, Г. Таллок, М. Олсон, Д. Мюллер, Р. Толлисон, У. Нисканен и др.). Критикуя кейнсианцев, представители этой теории поставили под сомнение эффективность государственного вмешательства в экономику. Последовательно используя принципы классического либерализма и методы маржинального анализа, они активно вторглись в область, традиционно считающуюся сферой деятельности политологов, юристов и социологов. Это вторжение получило название «экономического империализма». Критикуя государственное регулирование, представители теории общественного выбора сделали объектом анализа не влияние кредитно-денежных и финансовых мер на экономику, а сам процесс принятия правительственных решений.

Обострение внутренних противоречий рыночной экономики способствовало зарождению институционально-социологического направления. Его истоки восходят к идеям исторической школы в Германии (Ф. Лист, К. Книс, Б. Гильденбрандт, В. Рошер, Г. Шмолер, В. Зомбарт, М. Вебер). Новая историческая школа критиковала экономистов (марксистов, маржиналистов и др.) за чрезмерное увлечение голыми абстракциями, пропагандируя необходимость эмпирических исследований, основанных на богатом историческом материале. Представители исторической школы определяли национальную

(политическую) экономию как науку о повседневной деловой жизнедеятельности людей, извлечении ими средств существования и их использовании.

До развертывания НТР это течение не пользовалось на Западе заметным влиянием; взрыв его популярности в 70-80-е гг. был связан с концепциями «постиндустриального», «информационного», «сервисного» общества, теориями конвергенции различных социально-экономических систем.

На базе институционализма в конце 60-х гг. возникла «радикальная политэкономия», представители которой (Г. Шерман, Т. Вайскопф, Э. Хант и др.) в своей критике капитализма используют ряд теоретических положений К. Маркса.

На вызов традиционного институционализма представители неоклассического экономикса (основного течения современной экономической науки) ответили развитием неоинституциональных исследований. Неоинституционализм (Р. Коуз, А. Алчян, О. Уильямсон, Х. Демсец, Д. Норт и др.) опирается на традиции австрийской школы применительно к анализу социальных институтов. При этом сами институты рассматриваются с позиции методологического индивидуализма. К этому направлению относятся теория прав собственности, теория общественного выбора и др.

Таким образом, в ходе развития экономической теории ее предмет определялся по-разному. Меркантилисты считали ее предметом деятельность, связанную с внешней торговлей и притоком денег в страну. Классики политэкономии рассматривали ее как науку о богатстве. Представители исторической школы определяли как учение о повседневной деятельности людей. Марксисты, исследуя общественное производство, диалектику производительных сил и производственных отношений, пришли к выводу, что политическая экономия изучает законы, управляющие производством, распределением, обменом и потреблением жизненных благ на различных ступенях развития человеческого общества, экономические закономерности этого развития. Маржиналисты и неоклассики связали эту деятельность с использова-

нием редких (ограниченных) ресурсов в условиях рыночного хозяйства. Кейнсианцы добавили к этому необходимость изучения и формирования экономической политики государства; институционалисты обратили внимание на социальные аспекты этой политики. Тем самым экономическая теория позволяет выявить исторические особенности систем, понять закономерности развития мировой цивилизации.

1.2. Метод экономической теории

Экономическая теория, как и любая другая наука, обладает не только специфическим предметом, но и особым методом исследования.

Обычно метод исследования формируется на базе определенной методологии, включающей в себя мировоззренческий подход, исследование предмета, структуры и места данной науки в общей системе знаний и собственно метод. В ходе процесса познания происходит постоянное взаимодействие предмета и метода. Предмет предполагает определенный метод исследования, а метод формирует предмет.

На разных этапах развития в экономической теории использовались различные методы исследования (формально-логический, диалектический и др.), многие из которых сохраняют свое значение и в современной науке.

Первым методом, который использовала экономическая наука, была формальная логика.

Формальная логика - это изучение мысли со стороны ее структуры, формы.

Простейшей категорией формальной логики является понятие. Оно фиксирует мысль о предмете. Обычно понятие определяется через более широкое понятие путем добавления к родовому признаку видового различия. Суждение - это мысль, в которой утверждается или отрицается что-либо о чем-либо. Формой взаимосвязи суждений выступает умозаключение. Умозаключение представляет собой прием мышления, посредством которого из некоторого исходного знания получается выводное знание.

Формально-логические методы и приемы познания. Анализ - это метод познания, состоящий в расчленении целого на составные части, синтез - метод, состоящий в соединении отдельных частей в единое целое.

Аналогичными недостатками обладают и индукция с дедукцией. Индукция - это метод познания, основанный на умозаключениях от частного

(особенного) к общему; дедукция - метод, основанный на умозаклучениях от общего к частному (особенному).

Важную роль в формальной логике играет сравнение - метод, определяющий сходство или различие явлений и процессов. Он широко используется при систематизации и классификации понятий, так как позволяет соотнести неизвестное с известным, выразить новое через имеющиеся понятия и категории. Однако роль сравнения в познании нельзя переоценивать. Оно, как правило, носит поверхностный характер, отражая лишь первые шаги исследования. В то же время сравнение готовит предпосылки для проведения аналогии.

Аналогия - это метод познания, основанный на переносе одного или ряда свойств с известного явления на неизвестное. Аналогия - это частный случай индукции. Она играет важную роль в выдвижении предположений, получении нового знания.

Проблема - это четко сформулированный вопрос или комплекс вопросов, возникших в процессе познания.

Постановка проблемы возможна до начала исследования, в ходе исследования и в ходе его завершения. Если проблемы сформулированы до начала исследования, такие проблемы называют явными, если нет - то неявными. Методы решения проблемы могут быть известны заранее, а могут быть найдены в процессе работы.

На ограниченность формальной логики указывает и апория - утверждение, противоречащее практическому опыту.

Постановка проблемы в форме парадокса способствует рождению гипотез. Гипотеза - это метод познания, заключающийся в выдвижении научно обоснованного предположения о возможных причинах или связях явлений и процессов. Гипотеза возникает тогда, когда появляются новые факторы, противоречащие старой теории.

Качественно новый этап развития экономической науки связан с применением диалектического метода.

Диалектика - это наука о наиболее общих законах развития природы, общества и человеческого мышления. Она является целостным методом, органической системой категорий и законов.

Экономическая система впервые была рассмотрена как развивающаяся взаимосвязь категорий и законов, взаимосвязь в развитии. Это означало, что каждое из явлений и система в целом анализируются в процессе самодвижения от низшего к высшему, от старого к новому. Противоречие выступает как внутренний источник и основной принцип движения. Само развитие понимается как переход количественных изменений в качественные и обратно, как единство и борьба противоположностей, как отрицание отрицания.

Разработанный в рамках немецкой классической философии (И. Кант, И. Фихте, Ф. Шеллинг, Г. Гегель) диалектический метод был материалистически переосмыслен и впервые успешно применен в политической экономии К. Марксом.

В теории познания ведущими стали метод восхождения от абстрактного к конкретному и принцип единства исторического и логического.

Движение от конкретного к абстрактному характерно для первых ступеней познания любого объекта, характерно оно и для экономической теории. Экономисты, начав изучение рыночного хозяйства с целого (населения, государства), пришли к простейшим, абстрактным определениям производственных отношений (труд, разделение труда, потребность, меновая стоимость и т. п.).

Важно подчеркнуть и другое. В отличие от классиков политической экономии К. Маркс использует метод диалектического восхождения от абстрактного к конкретному, т. е. прежде всего стремится раскрыть внутренние противоречия объекта исследования и отразить закономерности их развития в системе категорий и законов.

При сравнении исторического и логического методов исследования прежде всего заметна непосредственная их идентичность.

Исторический метод исследования представляется логическим методом, только облаченным в историческую форму (т. е. исследующим логику развития предмета в форме конкретных исторических событий), а логический метод - историческим, взятым в необходимости (т. е. освобожденным от случайной исторической формы).

Историческое и логическое, включая предшествующие методы, точнее, черты единого диалектического метода, дают в общем виде ответ на вопрос, с чего начинать и как строить теоретическую систему. Однако для практической реализации этого необходимо предварительно построить более конкретные экономические модели и проверить их в ходе экономических экспериментов.

Тема 2. Основы экономического анализа

2.1. Потребности, ресурсы, выбор

Экономическая наука прежде всего изучает экономические потребности и способы их удовлетворения.

Под экономическими потребностями (*economic needs*) обычно понимается недостаток чего-либо необходимого для поддержания жизнедеятельности и развития личности, фирмы и общества в целом или внутренние мотивы, побуждающие к экономической деятельности. Потребности подразделяются на первичные, удовлетворяющие жизненно важные потребности человека (пища, одежда и др.), и вторичные, к которым относятся все остальные потребности (например, потребности досуга: кино, театр, спорт и т.д.). Первичные потребности не могут быть заменены одна другой, вторичные - могут.

Деление экономических потребностей на первичные и вторичные исторически условно, соотношение между ними с развитием общества изменяется.

С ростом богатства общества в семейном бюджете граждан сокращается доля расходов на питание, растет доля услуг и товаров длительного пользования.

Средства, удовлетворяющие потребности, называются благами (*goods*).

Одни из них имеются в почти неограниченных масштабах (например, воздух), другие - в ограниченном размере. Последние называются экономическими благами. Они состоят из вещей и услуг.

Экономические блага делятся на долговременные, предполагающие многократное использование (автомобиль, книга, электроприборы, видеофильмы и т.д.), и недолговременные, исчезающие в процессе разового потребления (хлеб, мясо, напитки, спички и т.п.). Среди благ выделяют взаимозаменяемые (субституты) и взаимодополняемые (комплементарные). К субститутам относятся не только многие потребительские товары и производственные ресурсы, но и услуги транспорта (поезд - самолет - автомобиль), сферы досуга (кино - театр - цирк) и т. д. Примерами комплементарных товаров являются стол и стул, автомобиль и бензин, ручка и бумага. Экономические блага также могут быть разделены на настоящие и будущие, прямые (потребительские) и косвенные (производственные).

Согласно теории Маркса, стоимость (ценность) экономического блага определяется затратами общественно необходимого труда, т.е. труда, совершаемого при средних общественно-нормальных условиях производства и средней интенсивности труда.

Согласно неоклассическим воззрениям, ценность благ зависит от их редкости, прежде всего от интенсивности потребности и количества благ, способных данную потребность удовлетворить. При этом предполагается, что любая потребность может быть удовлетворена несколькими благами, а

любое экономическое благо может использоваться для удовлетворения разных потребностей.

Если q_1, q_2, \dots, q_n - совокупность определенных количеств каждого из n благ, а p_1, p_2, \dots, p_n - их цены, то стоимость совокупного набора благ может быть записана как $\sum p_i q_i$, где $i = 1, \dots, n$.

Для получения недостающих потребительских благ, как правило, нужны косвенные экономические блага - ресурсы.

Экономические ресурсы (или факторы производства) (*economic resources*) — это элементы, используемые для производства экономических благ.

К важнейшим из них в современном обществе относятся земля, труд, капитал (в том числе его организация), предпринимательская способность и информация.

Под предпринимательской способностью обычно понимают особый вид человеческого ресурса, заключающийся в способности наиболее эффективно использовать все другие факторы производства.

Индивид, как и общество в целом, живет в мире ограниченных возможностей. Ограничены физические и интеллектуальные способности человека, имеющиеся в его распоряжении средства производства, информация и даже время, которым он располагает для удовлетворения своих потребностей. С проблемой ограниченности ресурсов сталкиваются также фирмы и общество в целом.

Наличные ресурсы, как правило, ограничены, их меньше, чем необходимо для удовлетворения потребностей при данном уровне общественного развития. Конечно, ограниченность ресурсов относительна. С развитием общества, как правило, она преодолевается. Однако на каждый данный момент времени ограниченность экономических ресурсов имеет место. Это означает, что одновременное и полное удовлетворение всех потребностей принципиально невозможно. Следствием ограниченности ресурсов является стремле-

ние к наилучшему их использованию. В этой связи перед экономической наукой встает двойная задача - объективная и субъективная, или, выражаясь другими словами, позитивная и нормативная.

Экономическая наука носит как позитивный, так и нормативный характер. Поскольку экономическая наука анализирует поведение участников экономических процессов, постольку она носит позитивный, отражающий объективную реальность характер. Участники, подчиняясь ограничениям, которые накладывают природа и общество, обладают свободой действия.

Тем не менее, конечный результат их деятельности объективен, не зависит от воли и сознания отдельных индивидов. Более того, такой результат далеко не всегда оптимален, что связано как со сложившимися в обществе институтами, так и с иррациональностью отдельных действий хозяйствующих субъектов. Поскольку экономическая наука носит нормативный характер, то есть стремится найти наилучшие формы организации производства, постольку она создает своего рода идеальную модель человеческой деятельности в сфере экономики.

Такие ресурсы, как земля, труд, капитал, в известной мере взаимозаменяемы, что находит свое выражение в производственной функции. В наиболее общем виде она выглядит следующим образом:

$$Q = f(F_1, F_2, \dots, F_n),$$

где Q - объем производства;

F_1, F_2, \dots, F_n - используемые производственные ресурсы.

Множественность экономических целей при ограниченности ресурсов ставит проблему экономического выбора (*economic choice*) - выбора наилучшего из альтернативных вариантов их использования, при котором достигается максимальное удовлетворение потребностей при данных затратах.

Перед каждым человеком, фирмой и обществом в целом возникают проблемы, что, как и для кого производить, т. е. как определить условия и

направления использования ограниченных ресурсов. Экономическая наука при этом не только пытается зафиксировать то, что есть, но и разрабатывает наилучшие варианты решения возникших проблем.

В последнем случае возникает проблема рационального ведения хозяйства (*economizing*): все общество как бы участвует в игре со строго определенными и заранее всем известными правилами подобно партии в бридж.

При этом обычно предполагается, что субъектом хозяйства выступает «*homo economicus*» - разумный (рациональный) индивид, хорошо обученный, имеющий глубокие общие и профессиональные знания, а также большой практический опыт. Его целью является достижение максимальных результатов при данных затратах ресурсов или минимизация затрат при достижении намеченной цели. Теория оптимизации служит своеобразным руководством к рациональной деятельности. В экономической теории предполагается, что каждый хозяйствующий субъект стремится к максимизации: потребитель - удовлетворения своих потребностей, фирма - прибыли, профсоюз - доходов его членов, государство - уровня народного благосостояния или, согласно теории общественного выбора, престижа политиков.

В реальной действительности люди всегда сталкиваются с альтернативными издержками. Производство одного продукта означает отказ от другого. Рациональный человек должен подсчитать не только будущие затраты, но и издержки неиспользованных производственных возможностей, чтобы сделать оптимальный экономический выбор.

Издержки одного блага, выраженные в другом благе, которым пришлось пренебречь (пожертвовать), называются альтернативными издержками (*opportunity costs*), издержками неиспользованных возможностей или вмененными издержками.

Рассмотрим условный пример. Путешествие из Санкт-Петербурга в Москву занимает 8 часов поездом и 3 часа самолетом (с учетом времени поездки в аэропорт). Стоимость проезда поездом 100 рублей, самолетом - 250

рублей. В путешествие отправляются трое: Андреев, Борисов и Васильев. Часовая ставка оплаты труда Абрамова - 20 рублей в час, у Борисова - 30, у Васильева - 50. Каким видом транспорта поедут эти люди? 100 рублей в данном случае - неизбежные затраты: какой бы из имеющихся в наличии транспорт ни выбрать, меньше затратить не удастся. Поэтому дополнительными (предельными) затратами являются $250-100 = 150$ рублей. Неизбежные потери времени составляют 3 часа, дополнительные (предельные) потери равны $8-3 = 5$ часам. Предметом анализа является сопоставление этих 150 рублей и 5 часов времени. Андреев за эти 5 часов заработает лишь 100, его альтернативные издержки (100) меньше, чем дополнительные затраты на покупку авиабилетов (150). Следовательно, для него рациональнее (выгоднее) поехать поездом. Часовая ставка Борисова - 30. В результате полета самолетом он экономит 5 часов, за которые может заработать 150 рублей. Следовательно, экономия времени дает возможность вернуть затраченную на авиабилет сумму. Поэтому ему с точки зрения рационального поведения все равно, ехать ли поездом и потерять 5 часов времени или лететь самолетом и «отработать» перерасход ресурсов.

Что же касается Васильева, то очевидно, что для него, как говорил Б. Франклин, «время - деньги», так как за 5 часов он сможет заработать 250 рублей, что значительно больше дополнительных затрат на авиабилет. Итак, с точки зрения рационального поведения: Андреев поедет поездом, Васильев полетит самолетом, а Борисову все равно. Этот простейший случай дает прекрасный пример принятия экономических решений. Они принимаются, когда дополнительные (предельные) выгоды должны быть не меньше дополнительных (предельных) издержек:

$$MB \geq MC,$$

где *MB* (marginal benefit) - предельные выгоды,

MC (marginal cost) - предельные издержки.

Производственные возможности (*production capacity*) - возможности общества по производству экономических благ при полном и эффективном использовании всех имеющихся ресурсов при данном уровне развития технологии.

Возможный выпуск продукции характеризует кривая производственных возможностей. Поясним это на условном примере. Допустим, что в обществе производятся лишь два блага: зерно и ракеты. Если общество использует свои ресурсы для производства только зерна, то оно производит его 5 млн. т; если же только для производства ракет, то их производится 6 штук. При одновременном производстве обоих благ возможны следующие сочетания (рис. 1).

Таблица 1. Производственные возможности общества

Возможно- сти	Зерно (млн. т)	Ракеты (шт.)
А	5,0	0
Б	4,8	1
В	4,5	2
Г	3,9	3
Д	3,0	4
Е	1,8	5
Ж	0	6

Из таблицы видно, что всякое увеличение производства ракет (с 0 до 6 штук) снижает производство зерна (с 5 млн. до 0 т), и наоборот.

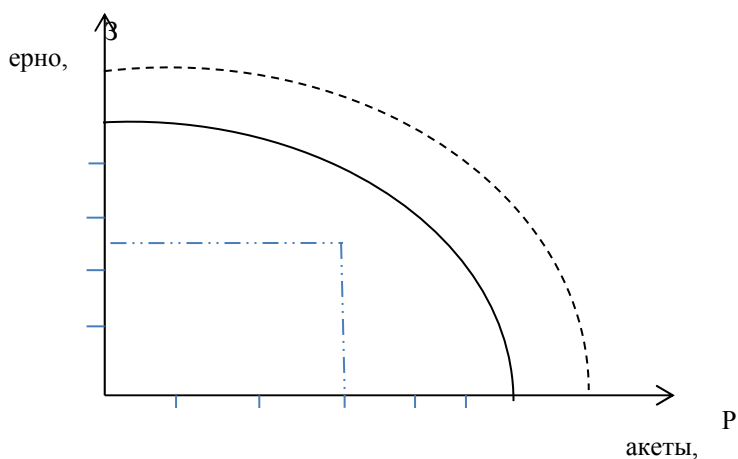


Рис. 1. Кривая производственных возможностей

Линия АБВГДЕЖ, которую называют кривой производственных возможностей (*production possibility curve*), показывает альтернативные варианты при полном использовании ресурсов.

Все точки, расположенные внутри фигуры ОАЖ, означают неполное использование ресурсов, например точка К (одновременное производство 2,5 млн. т зерна и трех ракет). И наоборот, любая производственная программа, характеризуемая точками за пределами фигуры ОАЖ, не будет обеспечена наличными ресурсами (например, точка И).

Кривая производственных возможностей обычно имеет выпуклую форму (вогнута к началу координат). Это означает, что, изменяя структуру производства, например, в пользу ракет, мы будем в большей мере использовать в производстве ракет сравнительно малоэффективные для этого ресурсы. Поэтому каждая дополнительная ракета требует все большего сокращения производства зерна (и наоборот). Производство первой ракеты вызвало сокращение производства зерна на 0,2 млн. т, второй - на 0,3 млн., третьей - на 0,6 млн. т и т.д.

Этот пример наглядно иллюстрирует закон убывающей производительности. Кривая производственных возможностей исторична, она отражает достигнутый уровень развития технологии и степень использования имею-

щихся ресурсов. Если увеличиваются ресурсы или улучшается технология, площадь фигуры ОАЖ растет, кривая АБВГДЕЖ сдвигается вверх и вправо.

Если процесс происходит равномерно, то кривая АЖ симметрично смещается до положения $A_1Ж_1$ (рис. 2). Если происходит одностороннее увеличение эффективности технологии производства одного из благ, то сдвиг носит асимметричный характер (рис. 2).

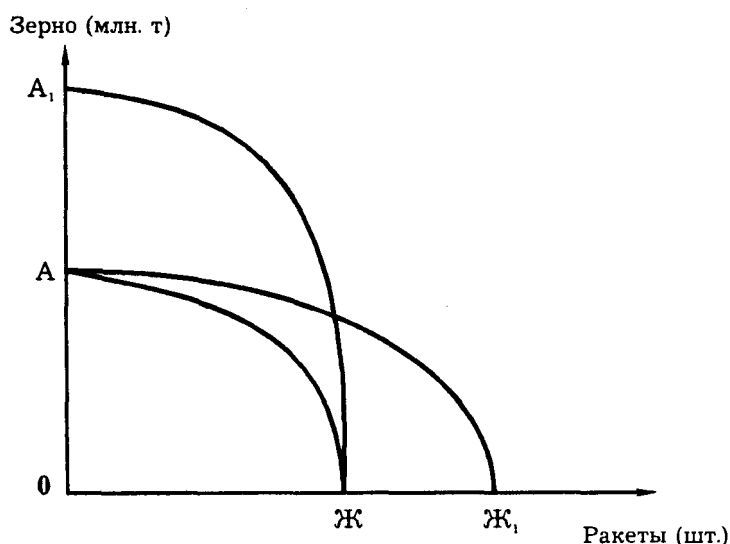


Рис. 2. Сдвиг кривой производственных возможностей при одностороннем расширении одного из видов производства

При одностороннем расширении производства зерна кривая АЖ смещается до положения $A_1Ж$, при увеличении производства ракет - до положения $AЖ_1$. Кривая производственных возможностей может быть использована для характеристики структурных сдвигов между промышленностью и сельским хозяйством, общественными и частными благами, текущим и будущим потреблением (потребительскими и инвестиционными товарами и услугами) и т.д.

В условиях ограниченности ресурсов проблема экономического выбора неустранима, однако в различных экономических системах она решается по-разному. В традиционном обществе выбор зависит от традиций и обычаев, в

командной экономике — от воли правящей элиты, в рыночном хозяйстве — от рыночной конъюнктуры.

2.2. Экономический кругооборот

Экономические блага движутся не сами по себе. Они выступают как средства связи между экономическими агентами.

Экономические агенты (*economic agents*) - субъекты экономических отношений, участвующие в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ.

Основными экономическими агентами являются индивиды (домохозяйства), фирмы, государство и его подразделения. В свою очередь, среди фирм выделяют, прежде всего, индивидуальные деловые предприятия, партнерства и корпорации.

Современная экономическая теория исходит из предпосылки о рациональном поведении агентов. Это означает, что целью является максимизация результатов при данных затратах либо минимизация затрат при заданном результате. Индивиды стремятся к максимальному удовлетворению потребностей при данных издержках, государство - к наивысшему росту общественного благосостояния при определенном бюджете.

В качестве экономических агентов выступают также, например, профсоюзы, целью которых является повышение зарплаты и улучшение социальных условий жизни их членов, средством - борьба за выгодные условия заключения коллективных договоров.

В современных теориях, развивающих принципы классического либерализма, единственно реальным экономическим агентом признается индивид. Все остальные агенты рассматриваются как производные от него формы: фирмы - как юридические фикции, а государство - как агентство по спецификации и защите прав собственности.

Традиционная для микроэкономики раздвоенность на теорию поведения индивида и теорию фирмы тем самым преодолевается, а принцип максимизации полезности приобретает универсальное значение. В теории прав собственности фирма рассматривается, прежде всего, как определенная форма, сеть контрактов, по которым передаются пучки правомочий. Фирма возникает как необходимая реакция на дороговизну рыночной координации, как своеобразный способ минимизации транзакционных издержек.

В теории общественного выбора государство рассматривается исключительно как совокупность индивидов, преследующих личные цели. Поэтому государственная политика, по мнению сторонников этой теории, определяется не столько общественными потребностями, сколько бесконечно меняющейся чехардой частных интересов. Абсентеизм избирателей объясняется принципом рационального невежества, принятие решений в интересах меньшинства - лоббизмом, продажность и беспринципность депутатов - практикой логроллинга, коррупция бюрократии - поиском политической ренты.

Экономические агенты осуществляют связи друг с другом с помощью экономических благ. Движение их образует своеобразный кругооборот.

Экономический кругооборот (*circular flow*) — круговое движение реальных экономических благ, сопровождающееся встречным потоком денежных доходов и расходов.

Основными субъектами рыночной экономики являются домохозяйства и фирмы. Домохозяйства предъявляют спрос на потребительские товары и услуги, являясь одновременно поставщиками экономических ресурсов. Фирмы предъявляют спрос на ресурсы, предлагая, в свою очередь, потребительские товары и услуги. Поведение основных экономических агентов может быть выражено кругооборотом спроса и предложения (рис. 3).

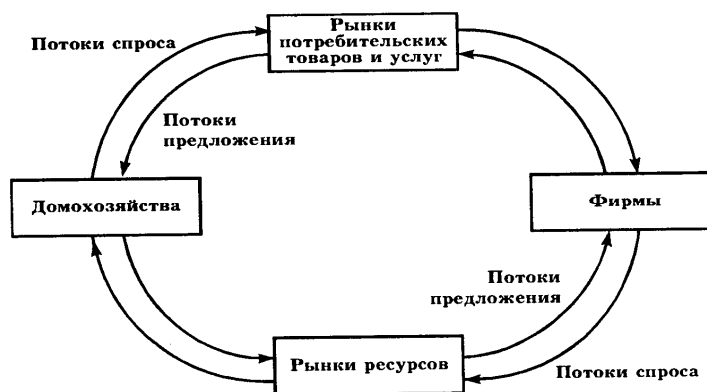


Рис. 3. Кругооборот спроса и предложения

При всей условности схемы кругооборота она отражает главное - в развитой рыночной экономике существует постоянное взаимодействие спроса и предложения: спрос рождает предложение, а предложение развивает спрос.

Кругооборот спроса и предложения может быть конкретизирован с учетом движения ресурсов, потребительских благ и доходов. Спрос домохозяйств выражается в расходах, осуществляемых на рынках потребительских товаров и услуг. Продажа этих товаров и услуг составляет выручку фирм. Покупка ресурсов, необходимых для этого, означает издержки фирмы. Домохозяйства, поставляя необходимые ресурсы (труд, землю, капитал, предпринимательские способности), получают денежные доходы (заработную плату, ренту, процент, прибыль). Таким образом, реальный поток экономических благ дополняется встречным денежным потоком доходов и расходов (рис. 4).

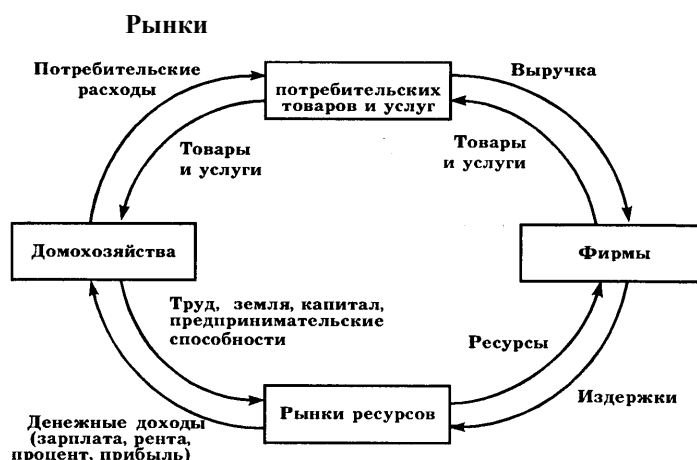


Рис. 4. Простая модель кругооборота

Эта модель может быть уточнена включением оборотов внутри секторов. Подчеркивая главное, простая модель кругооборота несколько идеализирует реальную действительность.

Во-первых, она не учитывает накопления как экономических благ, так и денежных ресурсов, а также то, что какие-то ресурсы могут выпадать из процесса оборота. Например, если потребители начинают сберегать часть полученных доходов, влияние совокупного спроса уменьшается. Такие обстоятельства могут в дальнейшем существенно модифицировать элементарную модель кругооборота. Самым важным из их последствий является развитие кредитной системы.

Во-вторых, схема абстрагируется от роли государства. Роль государства в современном мире весьма многообразна, так как оно влияет как на агентов рыночной экономики, так и на рынки продуктов, факторов производства, кредита. Если абстрагироваться от роли кредита, то функции государства в кругообороте можно представить следующим образом (рис. 5).

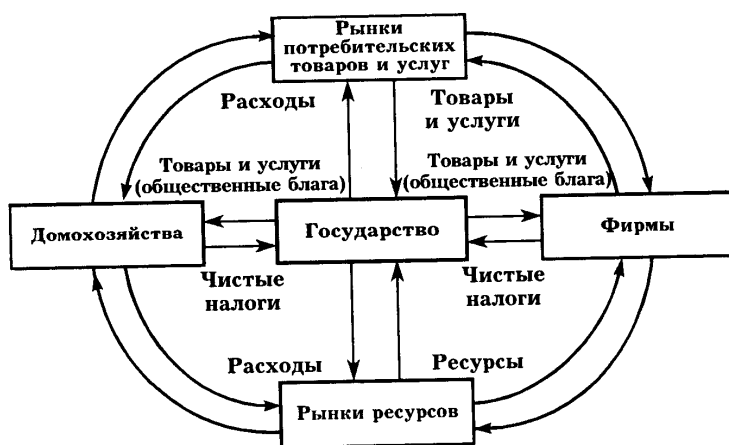


Рис. 5. Роль государства в кругообороте

Домашние хозяйства и фирмы платят в пользу государства налоги, получая от него, в свою очередь, трансфертные платежи и субсидии. Кроме этого, правительство осуществляет на всех рынках крупные закупки как потребительского, так и производственного характера.

В-третьих, модель кругооборота может быть уточнена путем включения в нее международной торговли.

Модель экономического кругооборота имеет важное значение не только для понимания механизма функционирования рыночной экономики, но и для исследования специфики функционирования различных экономических систем. Чтобы подойти к их анализу, кратко остановимся на основных экономических целях, к которым стремятся индивиды, фирмы и общество в целом.

2.3. Экономические системы: основные ступени развития

Экономические системы (*economic systems*) - это совокупность взаимосвязанных экономических элементов, образующих определенную целостность, экономическую структуру общества; единство отношений, складывающихся по поводу производства, распределения, обмена и потребления экономических благ.

Границами, отделяющими экономические системы друг от друга, являются промышленная и научно-техническая революции. Внутри каждой из этих систем возможна более дробная типология, что позволяет наметить пути для синтеза формационного и цивилизационного подходов.

В доиндустриальную эпоху господствовало доиндустриальное натуральное сельскохозяйственное производство. Индивид не мог просуществовать, не будучи так или иначе связан с землей, с земледельческим процессом. Земля представляла собой как бы неорганическое тело трудящегося индивида, существовало природное единство труда с его естественными предпосылками. Человек был включен в биологические циклы природы, был вынужден подстраиваться под них, соизмерять свои действия с биологическим ритмом сельскохозяйственного производства.

Направление деятельности, характер ее организации, масштабы производства были predeterminedены для человека заранее той локальной группой, тем микрокосмом, к которому данный человек принадлежал. Поэтому производство в доиндустриальную эпоху всегда носило ограниченный, более или менее замкнутый, локальный характер.

Место непосредственного производителя и его функция в процессе производства, цель и средства его деятельности, качество и количество выпускаемой продукции определялись не только уровнем развития производительных сил, но и конкретными лицами: либо ассоциацией трудящихся, к которой данный индивид принадлежал (первобытной или крестьянской общиной, ремесленным цехом и т.п.); либо представителями господствующего класса, в личной зависимости от которых непосредственный производитель находился (будь то сборщик ренты-налога азиатского государства, рабовладелец или феодал).

Отсутствие общественного разделения труда, замкнутость, изолированность от внешнего мира, самообеспеченность ресурсами, а также удовлетворение всех (или почти всех) потребностей за счет собственных ресурсов составляют главные черты натуральной формы хозяйства. Для такого хозяйства преимущественное значение имело качество продуктов, а не их цена, его целью было личное потребление, которое мало изменялось от одной эпохи к другой.

Неизменной структуре потребностей способствовала и традиционность производственных пропорций. Технические изобретения и передовые производственные навыки распространялись крайне медленно, так как в условиях господства натурального хозяйства уровень производительности труда одного хозяйства почти не оказывал влияние на другое. Непосредственные производители опирались на силу традиции. Не случайно в современных экономических курсах такую экономическую систему называют традиционной.

Личная зависимость охватывала не только отношения непосредственного производства. Она распространялась и на отношения распределения, обмена и потребления. Принадлежность к тому или иному коллективу (общине, касте, сословию, классу) предопределяла место человека не только в производстве, но и в обществе, а следовательно, отражалась в его образе жизни, «стандартах» его бытия: масштабах личного богатства, размерах доходов, источниках их пополнения и т.д. и т.п. Распределение, обмен и потребление материальных благ приобретали форму личных отношений, закреплялись традицией, нормами права, морали, а иногда и политическими учреждениями, отражались в социальной психологии, освящались религией.

Совершенствование искусственных, созданных человеком орудий труда способствует преодолению зависимости человека от природы, созданию предпосылок для перехода от естественных производительных сил к общественным. Развитие системы орудий труда, техники позволяет человеку увеличить меру власти над внешней природой. Техника выступает как «вторая природа», как природа, преобразованная человеком.

Промышленная революция означает качественный скачок в развитии производительных сил, замену естественных производительных сил общественными в качестве ведущего и определяющего типа. В процессе перерастания мануфактурного производства в фабричное происходят глубокие изменения в содержании и характере труда. Виртуозное мастерство ремесленников заменяется однообразным механическим трудом. Индустриальный труд вытесняет аграрный, город теснит деревню. Стремительными темпами растет урбанизация населения. Товарно-денежные отношения приобретают всеобщий характер.

Овеществление отношений между товаропроизводителями выступает как отчуждение труда, которое характеризует различные аспекты сложившегося при рыночной экономике господства прошлого труда над живым, продукта труда над деятельностью, вещи над человеком. Экономические кризи-

сы перепроизводства, обострение классовой борьбы между рабочим классом и буржуазией все настойчивее ставят вопрос об исторических судьбах фабрично-заводской системы. Стремясь преодолеть разрыв между идеальными представлениями о справедливости и прозаической реальностью, они пытаются разрешить коллизии рыночной экономики.

В ходе развития техники происходят изменения ее элементов, структуры и функций. Углубляется разделение труда, развиваются его специализация (предметная и функциональная), кооперация и комбинирование. Тем самым создаются предпосылки для ослабления зависимости не только от внешней природы, но и от ограниченных биологических возможностей самого человека (его физической силы, скорости движений, зрения, слуха и т.д.). Все это предъявляет новые требования к формам организации бизнеса, рациональному использованию всех ресурсов, развитию научной организации труда, производства и управления. Фредерик У. Тейлор (1856-1915) разрабатывает основы научной организации труда, Генри Форд (1863-1947) внедряет поточно-массовое производство, Эльтон Мейо (1880-1949) создает научные предпосылки для развития системы человеческих отношений.

В ходе научно-технической революции наука превращается в непосредственную производительную силу, всеобщие производительные силы становятся ведущим элементом системы производительных сил. Если после неолитической революции сложилась постприсваивающая производящая экономика, основой которой было сельское хозяйство, а результатом промышленной революции стало возникновение постаграрной экономики, основой которой составляла первоначально - легкая, а позднее - тяжелая промышленность, то в ходе НТР возникает постиндустриальная экономика.

Центр тяжести переносится в непроизводительную сферу. В середине 80-х годов уже свыше 70% населения США было занято в сфере услуг. Если в аграрной экономике ведущим элементом была земля, а в индустриальной -

капитал, то в современной лимитирующим фактором становятся информация, накопленные знания.

Новые технологии стали результатом труда уже не «талантливых жестянщиков», а «высоколобых интеллектуалов». Итог их деятельности - революция в сфере телекоммуникаций. Если в XIX - первой половине XX в. главной формой коммуникации были газеты, журналы, книги, к которым затем добавились телефон, телеграф, радио и телевидение, то в настоящее время они все более вытесняются средствами компьютерной связи.

Знания и информация становятся стратегическими ресурсами. Это приводит прежде всего к существенным изменениям в территориальном размещении производительных сил. В доиндустриальную эпоху города возникали на пересечениях торговых путей, в индустриальную - вблизи источников сырья и энергии; технополисы постиндустриальной эпохи вырастают вокруг научных центров и крупных исследовательских лабораторий (Кремниевая долина в США).

В развитых странах происходит сужение собственно материального производства при одновременном стремительном росте «индустрии знаний». Таким образом, предпосылки будущего общества создаются не только и даже не столько в материальном, сколько, по словам К. Маркса, «по ту сторону материального производства».

Научно-техническая революция создает предпосылки для развития отношений свободной индивидуальности. Они знаменуют этап, отрицающий и отношения личной зависимости, и отношения вещной зависимости, выступающий как отрицание отрицания.

Отношения личной зависимости существовали в условиях господства естественных производительных сил. Они характеризовали такой этап развития человечества, когда индивид мог развиваться лишь в рамках ограниченного, локального коллектива, от которого он зависел. Отношения личной независимости, основанной на вещной зависимости, знаменовали такой уро-

вень развития, когда под влиянием общественного разделения труда происходит обособление производителей и они уже не нуждаются в той или иной форме естественно сложившейся или исторически развившейся коллективности, перерастают ее рамки.

Однако вместе со становлением всемирных отношений и универсальных потребностей развивается всесторонний процесс овеществления производственных отношений, происходит отчуждение сущностных сил от работника, превращение их в чуждую, господствующую над ним силу. Отношения свободной индивидуальности знаменуют этап гармоничного единения человека и природы, самоконтроль человечества и его общественных сил, интеллектуальный прогресс мировой цивилизации.

Личность выступает как самоцель общечеловеческого развития. Одновременно личность является главным орудием прогресса.

Выбор цели, пути ее достижения, а также организация непосредственного трудового процесса в постиндустриальном обществе становятся не технологической, а гуманитарной задачей. Это обуславливает высокую степень самостоятельности каждого человека, придает труду подлинно свободное творческое содержание. Сейчас очевидно главное: как рыночное хозяйство выработало соответствующий ему тип человека – «homo economicus», так и постиндустриальному обществу будет соответствовать своя форма социальности - свободная индивидуальность.

Таким образом, само развитие экономики создает онтологические предпосылки для формирования постиндустриальной парадигмы как составного элемента мировой цивилизации. В то же время очевидно, что далеко не для всех стран и народов (и для нашей страны в том числе) индустриальная парадигма полностью исчерпала себя. Там, где сохраняется сфера ручного и малоквалифицированного труда, неразвитая рабочая сила и отсталая технология, индустриальные ценности по-прежнему остаются привлекательными.

Рассмотрим теперь подробнее современные экономические системы.

2.4. Современные экономические системы

Использование ресурсов для удовлетворения потребностей подчинено экономическим целям, которые преследуют в своей экономической деятельности индивиды (домохозяйства), фирмы и общество в целом. Современная экономическая теория исходит из рационального поведения хозяйствующих субъектов при выборе целей их экономической деятельности. В реальной действительности это означает стремление к максимизации результатов при данных затратах.

Экономической целью потребителя является максимизация удовлетворения всех его потребностей, т.е. максимизация функции полезности. Максимизация полезности зависит не только от текущего потребления, но и от сбережений, осуществляемых в соответствии с динамикой цен.

Экономической целью фирмы выступает максимизация прибыли или минимизация издержек производства. Для этого используются не только цены, но и реклама, дизайн, изменение товарно-материальных запасов и т.д.

Главными экономическими целями современного общества являются: экономический рост, повышение эффективности производства, полная занятость и социально-экономическая стабильность. Экономический рост расширяет производственные возможности, является общей предпосылкой повышения народного благосостояния.

Однако такая предпосылка достижима лишь при эффективном (оптимальном) использовании всех ресурсов. Этот рост должен достигаться не за счет деградации окружающей среды, а за счет повышения эффективности использования старых ресурсов и вовлечения в производственный процесс новых.

Важнейшим среди них является население. Здесь необходимо, с одной стороны, поддерживать демографический оптимум, а с другой - обеспечивать полную занятость. Актуальной целью общества выступает также поддержа-

ние относительной стабильности цен. Их быстрый рост нарушает пропорции производства, ухудшает положение населения.

Эти цели по-разному реализуются в различных экономических системах.

В современном мире существуют три основные разновидности экономических систем: рыночная, командная и смешанная.

Рыночная экономика (*market economy*) характеризуется как система, основанная на частной собственности, свободе выбора и конкуренции, она опирается на личные интересы, ограничивает роль правительства.

В процессе исторического развития человеческого общества создаются предпосылки для укрепления экономической свободы - возможности индивида реализовать свои интересы и способности путем активной деятельности в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ.

Объективные и субъективные предпосылки для этого возникают после ликвидации всех форм личной зависимости. Важную роль в этом сыграло развитие рыночной экономики. Рыночная экономика гарантирует прежде всего свободу потребителя, что выражается в свободе потребительского выбора на рынке товаров и услуг. Добровольный, без принуждения обмен становится необходимым условием суверенитета потребителя. Каждый самостоятельно распределяет свои ресурсы в соответствии со своими интересами и при желании может самостоятельно организовывать процесс производства товаров и услуг в тех масштабах, которые позволяют его способности и имеющийся капитал.

Это означает, что существует свобода предпринимательства. Индивид сам определяет, что, как и для кого производить, где, как, кому, сколько и по какой цене реализовывать произведенную продукцию, каким образом и на что тратить полученную выручку. Поэтому экономическая свобода предполагает экономическую ответственность и опирается на нее.

Личный интерес выступает главным мотивом и главной движущей силой экономики. Для потребителей этим интересом является максимизация полезности, для производителей - максимизация прибыли. Свобода выбора становится основой конкуренции.

Совершенная конкуренция (*perfect competition*) предполагает: 1) множество покупателей и продавцов, 2) однородность товаров и услуг, 3) отсутствие ценовой дискриминации, 4) полную мобильность всех ресурсов, 5) абсолютную информированность о ценах.

Остановимся на этих признаках подробнее. Когда на рынке функционирует множество покупателей и продавцов, доля каждого экономического агента чрезвычайно мала. Он не в состоянии влиять на цены и объем продаваемых товаров и услуг. Цена на покупаемый (или продаваемый) товар для него складывается объективно, не зависит от его воли и желания. Он выступает как «ценополучатель».

Единственно, что определяет он сам, - это количество покупаемой (или продаваемой) по данной цене продукции. Для упрощения мы исходим из однородности товаров и услуг. Это означает, что отсутствуют какие-либо различия у товаров одного качества. Мы абстрагируемся от торговых марок, торговых знаков, рекламы, которая может сделать два одинаковых (по потребительским свойствам) товара разнокачественными для потребителя. Предпосылка об однородности тесно связана с предпосылкой об отсутствии ценовой дискриминации.

Мы предполагаем, что никто не подвергается ценовой дискриминации: продукт одинакового качества продается по одной и той же цене всем покупателям, то есть не существует ситуации, когда одинаковый продукт продается одним покупателям по одной цене, а другим - по другой. Тем самым отсутствуют какие-либо основы для возникновения монопольной власти на рынке.

Полная мобильность ресурсов означает, что не существует каких-либо барьеров для входа в любую отрасль производства (на любой рынок) или выхода из нее. Отсутствуют экономические, юридические или политические запреты для перелива капитала, труда и других ресурсов из отрасли в отрасль.

Предприниматели, уходя из отрасли или входя в нее, руководствуются исключительно экономическими критериями, и прежде всего прибыльностью (или убыточностью) производства. Перелив ресурсов характеризует чрезвычайную гибкость рыночной системы. Изменение вкусов, технологий и т.п. приводит к изменению относительных цен, а они выступают как важный индикатор, показывающий, куда следует направить ресурсы.

Ценовой механизм, с одной стороны, фиксирует сложившуюся в данном обществе ситуацию, отражает результаты свободного волеизъявления покупателей и продавцов, а с другой - подает сигналы для нового перераспределения ресурсов: где производство может осуществляться с высокой прибылью, со средней, а где уже ведется в убыток.

«В организации экономической деятельности, - пишут Роуз и Милтон Фридмен, - цены выполняют следующие три функции:

во-первых, они передают информацию;

во-вторых, служат стимулом к применению наиболее экономичных методов производства, что ведет к наиболее эффективному использованию имеющихся ресурсов;

в-третьих, они определяют, кто получает какую долю произведенного продукта, - другими словами, устанавливают распределение доходов».

Все эти функции тесно связаны между собой и поддерживают друг друга.

Наконец, очень важной предпосылкой является предпосылка об абсолютной информированности о ценах. Дело в том, что отсутствие необходимой информации может стать препятствием для продажи равнокачественных

товаров по одинаковым ценам, служить основой для ценовой дискриминации или стать препятствием для перелива капитала.

Это тем более важно сейчас, в условиях становления постиндустриального общества. Таковы идеальные условия, отрицающие существование монополий, вмешательство государства, инфляцию и т.д.

В реальной действительности существуют обстоятельства, значительно отклоняющиеся от идеальных и превращающие совершенную конкуренцию в несовершенную. Это означает, что экономическая свобода существует как потенция, как возможность, превращение которой в действительность модифицируется многими обстоятельствами и, в конечном счете, уровнем экономического развития.

Основу рыночной экономики составляет частная собственность. Она является гарантией соблюдения добровольно заключенных контрактов и невмешательства третьих лиц. Экономическая свобода - фундамент и составная часть свобод гражданского общества. Она выступает, прежде всего, как необходимое средство достижения политической свободы, в свою очередь, политическая свобода есть гарант экономической свободы.

Классическая рыночная экономика исходит из ограниченной роли государственного вмешательства в экономику. Правительство необходимо лишь как орган, определяющий правила рыночной игры и следящий за выполнением этих правил.

В противоположность рыночной командная экономика (*command economy*) описывается как система, в которой доминирует общественная (государственная) собственность на средства производства, коллективное принятие экономических решений, централизованное руководство экономикой посредством государственного планирования.

Переход к социализму в СССР на практике вылился в полное огосударствление экономики. В период форсированной индустриализации и сплошной коллективизации происходит формирование административно-

командной системы. Свертывание товарно-денежных отношений привело к созданию такой своеобразной системы, которую А. А. Богданов удачно назвал «объединенным натуральным хозяйством».

Авторитарная власть находит опору в жестком централизме и мелочном администрировании. С течением времени плановое хозяйство становится чрезвычайно громоздким и неповоротливым. В начале 80-х годов число плановых показателей оценивалось в огромную величину - 2,7-3,6 млрд., в том числе в центре утверждалось порядка 2,7-3,5 млн.

Характерной чертой командной экономики является монополизм производства, который в конечном итоге тормозит научно-технический прогресс. Государственное регулирование цен, монополизм производства, торможение технического прогресса закономерно рожают экономику дефицита.

Парадокс заключается в том, что дефицит возникает в условиях всеобщей занятости и почти полной загрузки производственных мощностей. Гиперцентрализм закономерно способствует разбуханию бюрократического аппарата. Основой его роста была монополизация роли в иерархическом разделении труда.

Административно-командная система - это своеобразная, идеологизированная форма бюрократизма. Для нее характерно сращивание законодательной и исполнительной, военной и гражданской, административной и судебной власти, слияние партийного и государственного аппарата.

В условиях командной экономики господствует редистрибутивный принцип распределения продукции. Причастность к власти означает и причастность к распределению. Вертикальная, зависящая от центра, форма распределения продукта воплощается в номенклатурных уровнях распределения, торговля соединяется с распределением, становится не формой обмена, а формой редистрибуции (спецмагазины, спецбуфеты, спецстоловые и т.д.). Поэтому главной формой социальной борьбы становится не борьба за соб-

ственность на факторы производства, а борьба за доступ к ключевым рычагам распределения, за контроль над каналами распределения. Доход в обществе зависит от статуса, чина и должности. В этих условиях прокламируемое всеобщее равенство все более и более превращается в фикцию.

Смешанная экономика. Под смешанной экономикой (*mixed economy*) подразумевается тип общества, синтезирующий элементы первых двух систем, то есть механизм рынка дополняется активной деятельностью государства.

Поскольку одним из важнейших признаков классификации экономических систем являются форма собственности (частная, общественная) и способ координации экономической деятельности (рыночный, плановый), то простейшая типология индустриальных систем выглядит следующим образом (табл. 2.).

Таблица 2

Типология индустриальных экономических систем с точки зрения форм собственности и механизма координации

Механизм регулирования	Собственность	
	Частная	Общественная
Рыночный	Частный капитализм	Социалистическая рыночная экономика
Плановый	Капиталистическая плановая экономика	Социалистическая плановая экономика

В качестве классического примера частного капитализма приводят Англию XIX в. и послевоенный Гонконг; капиталистической «плановой» экономики - фашистскую Германию; социалистической «рыночной» экономики - Югославию; социалистической плановой экономики - СССР.

Создание многомерной реальной типологии современных экономических систем дело довольно сложное. Обычно в качестве основы берется степень развития государственной собственности и доля государственных расходов в валовом национальном продукте. Доля государственных расходов в валовом национальном продукте в большинстве развитых стран в XX в. имела тенденцию к росту. В ФРГ с 1972 по 1990 г. она выросла с 24,2 до 29,4%, в

Великобритании - с 32,0 до 34,8%, во Франции - с 32,3 до 43%, в Швеции - с 27,7 до 42,3%.

Общие государственные расходы составляют ныне значительную часть валового внутреннего продукта: от 32,2% в США до 60% в Швеции. Основными статьями расходов являются расходы на оборону, образование и здравоохранение. Работники государственного сектора составляли заметную часть занятых: от 5,9% в Японии до 32,2% в Швеции.

По степени участия государства в экономике с известной долей условности можно было бы расположить все страны на оси, одним концом которой является рыночная экономика, а другим - командная. Большинство стран разместилось бы между этими полюсами. Их обычно и относят к смешанной экономике. В таких странах, как Россия, Швеция, Нидерланды, государство играет большую роль, чем в Англии, Японии и США.

Тема 3. Рыночная система: спрос и предложение

3.1. Рыночная система

Рынок представляет собой систему отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию быстро выравниваться.

Рынок - это, прежде всего, место встречи продавцов и покупателей; между ними осуществляется обмен по цене, о которой удалось договориться. При этом происходит добровольное отчуждение своей собственности и присвоение чужой. Следовательно, рынок означает взаимную передачу прав собственности.

Для осуществления сделки необходимы издержки, связанные с поиском информации, ведением переговоров, определением качественных и ко-

личественных характеристик покупаемого товара или услуги, спецификацией и защитой прав собственности, заключением контракта и т. д. Поэтому рынок можно определить как совокупность транзакций (от англ. *transaction* - сделка). В ходе обмена происходят своеобразный учет и общественная оценка реализуемых благ.

Рынок выступает как специфическая форма взаимосвязи между обособленными в рамках общественного разделения труда производителями, каждый из которых хозяйствует самостоятельно, на свой страх и риск.

Общественные потребности выявляются с помощью системы цен. Они передают информацию, которая служит стимулом к применению наиболее экономных методов производства и наиболее эффективному использованию ограниченных ресурсов. Тем самым рынок способствует перераспределению доходов в пользу лучше хозяйствующих субъектов, использующих передовую технологию и высококачественные ресурсы.

В развитом индустриальном обществе рынок представляет собой не площадь, где случайно встретились отдельные покупатели и продавцы, а социальный механизм, осуществляющий постоянную связь между производителями и потребителями экономических благ. Важную роль в выравнивании спроса и предложения, установлении равновесных цен играют оптовые покупатели и продавцы.

По широте охвата различаются локальные, национальные и международные рынки. Объектом купли-продажи могут быть потребительские товары или ресурсы; соответственно различаются рынки потребительских товаров и услуг и рынки ресурсов (труда, земли, капитала, предпринимательских способностей, информации). Наряду с товарным рынком существует денежный рынок. Цены на рынке могут складываться как в процессе купли-продажи, так и до него.

Мы чаще сталкиваемся с такими товарами и услугами, цены на которые устанавливаются заранее. Это типично для несовершенной конкуренции.

Цены на рынке могут складываться в процессе как личного, так и безличного контакта.

Одна из главных проблем функционирования рынка - это проблема трансакционных издержек - издержек в сфере обмена, связанных с передачей прав собственности.

Понятие трансакционных издержек было введено в экономическую теорию Р. Коузом в статье «Природа фирмы» (1937). Они включают расходы, связанные с поиском информации, затраты на ведение переговоров, работу по измерению свойств товара (услуги), издержки по спецификации и защите прав собственности, а также траты, связанные с преодолением оппортунистического поведения контрагентов. Политическая экономия XIX в. фактически абстрагировалась от трансакционных издержек. Однако в XX в. не замечать их стало просто невозможно.

В условиях рыночной экономики, где субъекты обособлены друг от друга, предпосылкой обмена выступает принадлежность благ агентам экономических отношений. Именно собственник, вступая в рыночные отношения, определяет, как и на каких условиях экономическое благо будет передано другому лицу, то есть что является объектом передачи: права пользования, владения, распоряжения, управления и т. д. Сбор необходимых данных о правомочиях продавца входит в издержки поиска информации и ведения переговоров.

Полное право собственности обычно включает целый набор прав: владения, пользования, распоряжения, управления, право на доход, на капитальную стоимость блага, на безопасность, на переход блага по наследству или завещанию, а также бессрочность, запрещение вредного использования, ответственность в виде взыскания и остаточный характер (классификация А. Оноре).

Значение трансакционных издержек для процесса обмена стало объектом широкого анализа после доказательства Р. Коузом его теоремы (1960).

Удельный вес транзакционных издержек особенно велик в обществе, где права собственности слабо определены (специфицированы). Такие условия характерны для стран, осуществляющих переход к рыночной экономике.

Недостаточно развитая правовая сторона рыночных отношений создает благоприятные условия для жульничества, обмана, искажения информации о потребительских свойствах товаров и их реальной ценности.

Однако и в развитом обществе проблема минимизации транзакционных издержек по-прежнему актуальна. Это связано как с дальнейшим совершенствованием юридических норм, так и (что более важно) с укреплением этического фундамента, честности и ответственности, идеологии консенсуса в обществе. Последнее направление, как считают многие современные исследователи, ведет к созданию мягкой инфраструктуры рынка и является наиболее эффективным и экономичным способом защиты интересов всех и каждого.

3.2. Спрос и предложение

Если мы рассмотрим ситуацию, складывающуюся на рынке какого-нибудь товара, то легко заметим, что между ценой товара и количеством проданного (реализованного) товара существует определенная связь. Чем ниже цена товара, тем большее его количество (при прочих равных условиях) готовы купить покупатели, тем выше на него спрос.

Например, при цене в 60 долл. покупатели готовы купить лишь одну единицу блага X, при цене в 30 долл. - три единицы, при цене в 20 долл. - четыре единицы и т.д.

Обратная зависимость между ценой и величиной спроса называется законом спроса. Эта зависимость количества проданных благ от уровня цен может быть изображена графически.

Кривая спроса - кривая, показывающая, какое количество экономического блага готовы приобрести покупатели по разным ценам в данный момент времени.

В экономической теории принято откладывать независимую переменную (цену) по вертикальной, а зависимую (спрос) - по горизонтальной оси (рис. 6).

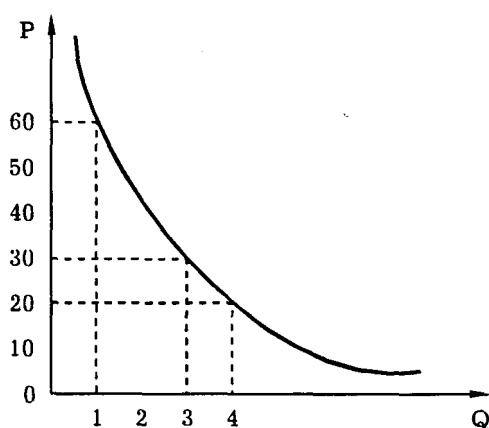


Рис. 6. Зависимость величины спроса от цены

Изображенная кривая характеризует состояние цен и объема покупок продукции X в определенный момент времени (например, на 01 января 2010 г.). Она имеет отрицательный наклон, что свидетельствует о желании потребителей купить большее количество благ при меньшей цене.

В общем виде:

$$Q_D = f(P),$$

где Q_D - величина спроса (*demand*);

P - цена (*price*).

Кроме цены, на спрос влияют и другие факторы. Рассмотрим это влияние подробнее.

Функция спроса - функция, определяющая спрос в зависимости от влияющих на него различных факторов.

Важнейшим из них является цена на единицу блага в данный момент. Мы уже выяснили, что чем ниже цена, тем выше спрос, и наоборот. Изменение цен означает движение по кривой спроса (рис. 7).

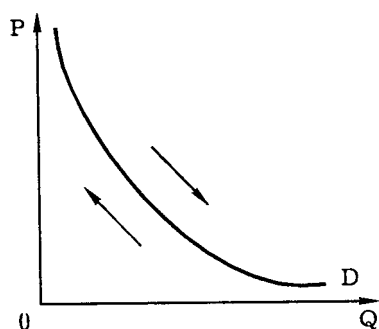


Рис. 7. Кривая спроса

На спрос влияют не только цены, но и иные факторы: 1) увеличение (или сокращение) доходов потребителя, 2) изменение вкусов и предпочтений, 3) ценовые и дефицитные ожидания, 4) колебание расходов на рекламу, 5) изменение цен товаров-субститутов и комплементарных товаров, 6) рост (или уменьшение) количества покупателей и др.

Спрос является функцией всех этих факторов:

$$Q_D = f(P, I, Z, W, P_{sub}, P_{com}, N, B),$$

где Q_D - спрос;

P - цена;

I - доход;

Z - вкусы;

W - ожидания (waiting);

P_{sub} - цена на товары-субституты;

P_{com} - цена на комплементарные товары;

N - количество покупателей;

B - прочие факторы.

Эти факторы способствуют сдвигу кривой спроса вправо или влево (рис. 8).

Например, увеличение денежных доходов потребителей (при отсутствии инфляции) означает повышение спроса, то есть сдвиг кривой D в положение D_2 . При этом спрос может возрастать быстрее или медленнее роста дохода в зависимости от качества товара, его места в бюджете потребителя и ряда других свойств, которые будут выяснены позже.

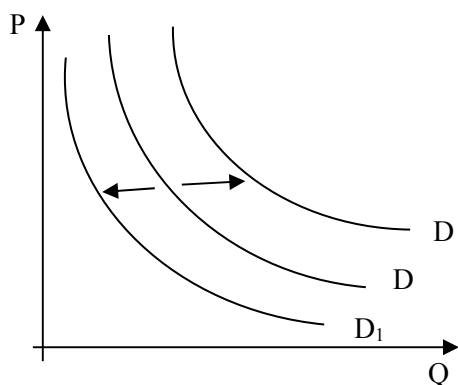


Рис. 8. Функция спроса (сдвиг кривой спроса)

Такая ситуация типична для большинства товаров за исключением низкокачественных. Рост доходов переключает спрос потребителей на товары лучшего качества, спрос же на низкокачественные товары снижается, то есть кривая перемещается из положения D в положение D_1 .

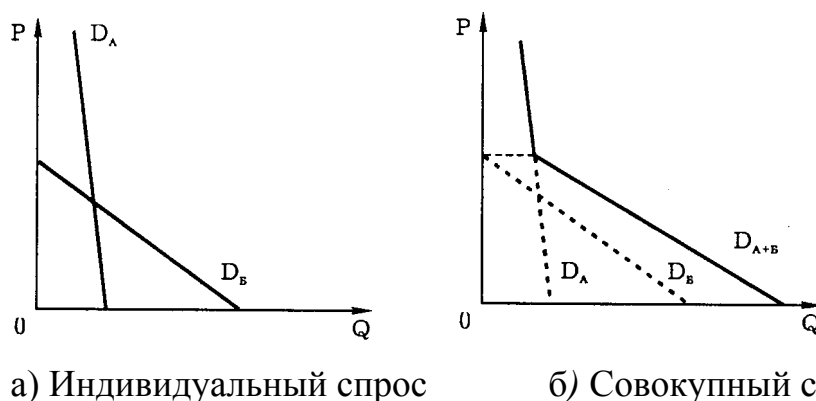
Рост цен на товар, который является субститутутом, данного товара, повышает спрос на данный товар. Например, рост цен на красные гвоздики может переключить часть спроса на розовые (или белые) гвоздики, вследствие чего цена их также начнет расти. Это позволяет сделать вывод о том, что если два товара взаимозаменяемы, (являются товарами-субститутами), то между ценой на один из них и спросом на другой существует прямая связь. Рост цен на красные гвоздики привел к росту спроса на розовые гвоздики.

Наоборот, повышение цен на взаимодополняемое (комплементарное) благо сокращает спрос на него. Например, рост цен на лыжи приведет к уменьшению объема их продаж. Следствием сокращения объема продаж лыж будет падение спроса на лыжные крепления. Падение спроса на них заставит продавцов снизить их цены.

Таким образом, если два товара взаимодополняемы (комплементарны), то между ценой на один из них и спросом на другой существует обратная связь.

В нашем примере рост цен на лыжи привел к падению спроса на лыжные крепления.

Важным фактором, влияющим на спрос, является число покупателей. Поясним это на примере. Допустим, у нас имеются два покупателя - Андреев и Борисов, индивидуальные функции спроса которых известны (рис. 9а). Тогда совокупный спрос может быть определен путем сложения спроса Андреева и Борисова (рис. 9б).



а) Индивидуальный спрос

б) Совокупный спрос

Рис. 9. Индивидуальный и совокупный спрос

В реальной рыночной экономике, когда речь идет о числе покупателей, чрезвычайно важно учитывать их половозрастную структуру, средний размер семей, долю лиц пенсионного возраста и т.д.

На изменение спроса влияют и вкусы потребителей, однако их влияние порой довольно трудно определить однозначно. К тому же один и тот же фактор может оказывать разное (нередко прямо противоположное) влияние на различные группы населения.

Таким образом, движение вдоль кривой спроса отражает изменение величины спроса: чем выше цена, тем ниже (при прочих равных условиях) величина спроса и, наоборот, чем ниже цена, тем выше величина спроса (рис. 7). Сдвиг кривой спроса влево или вправо отражает изменение спроса:

оно происходит под влиянием факторов, определяющих функцию спроса (рис. 8).

Кривая предложения. Если мы рассмотрим ситуацию, складывающуюся на рынке со стороны предложения, то легко заметим, что зависимость величины предложения от цены прямая: чем выше цена, тем большее количество товара (при прочих равных условиях) готовы предложить продавцы. Например, при цене 20 долл. производители согласны продать лишь две единицы блага X, при цене 30 долл. - четыре единицы, а при цене 50 долл. - шесть единиц блага X.

В общем виде: $Q_s = f(P)$,

где Q_s - величина предложения (*supply*);

P - цена (*price*)

Прямая связь между ценой и количеством предлагаемого продукта называется законом предложения.

Зависимость количества произведенных благ от уровня цен может быть изображена графически.

Кривая предложения — кривая, которая показывает, какое количество экономического блага готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени.

В экономической теории принято откладывать независимую переменную (цену) по вертикальной, а зависимую (предложение) — по горизонтальной оси (см. рис. 9).

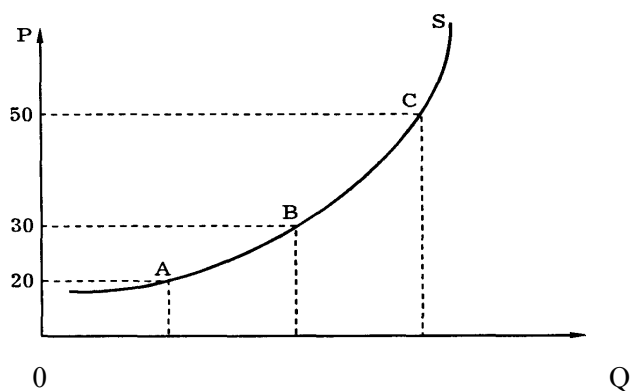


Рис. 9. Зависимость величины предложения от цены

Изображенная кривая S (от англ. *supply*) характеризует уровень цен и объем продаж блага X в определенный момент времени (например, на 1 января 2010 г.). Она имеет положительный наклон, что свидетельствует о желании производителя продать большее количество благ по более высокой цене. Кроме цены, на предложение влияют и другие факторы.

Функция предложения. Функция предложения определяет предложение в зависимости от влияющих на него различных факторов.

Как мы уже выяснили, важнейшим из них является цена на единицу блага в данный момент времени. Изменение цены означает движение по кривой предложения (рис. 10).

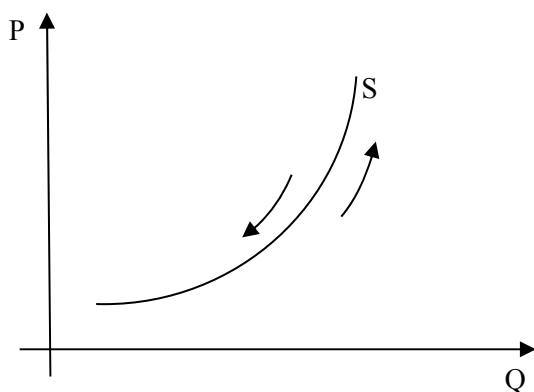


Рис. 10. Кривая предложения (изменение величины предложения)

В действительности на предложение блага влияют не только цены самого блага, но и другие факторы: 1) цены факторов производства (ресурсов), 2) технология, 3) ценовые и дефицитные ожидания агентов рыночной экономики, 4) размер налогов и субсидий, 5) количество продавцов и др. Величина предложения является функцией всех этих факторов:

$$Q_s = f(P, P_r, K, T, N, B),$$

где P_r - цены ресурсов;

K - характер применяемой технологии;

T - налоги и субсидии;

N - количество продавцов;

B - прочие факторы.

Например, повышение цен на факторы производства означает сокращение предложения, то есть сдвиг кривой S в положение S_1 . Наоборот, в случае понижения цен на факторы производства произойдет увеличение предложения, что приведет к сдвигу кривой S в положение S_2 (рис. 118).

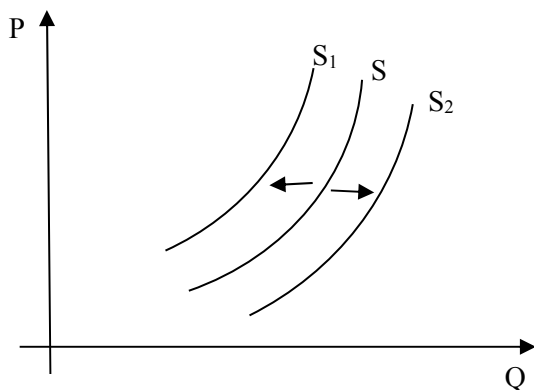


Рис. 11. Функция предложения (сдвиг кривых предложений)

Напомним, что под затратами в микроэкономике понимаются оценки, причем такие оценки, которые отражают ценность данных факторов производства при их наилучшем альтернативном использовании (подробнее см. тему 1). Поэтому функция предложения отражает затраты ресурсов, владельцам которых производитель уплатил по цене лучшей альтернативы. Если бы он не смог этого сделать, то владельцы ресурсов использовали бы их в производстве других товаров.

Движение вдоль кривой предложения отражает изменение величины предложения: чем выше цена, тем выше (при прочих равных условиях) величина предложения и, наоборот, чем ниже цена, тем ниже величина предложения (рис. 10). Сдвиг кривой предложения влево или вправо отражает изменение предложения: оно происходит под влиянием факторов, определяющих функцию предложения (рис. 11).

Для понимания функции предложения важное значение имеет фактор времени. Обычно различают кратчайший, краткосрочный (короткий) и долгосрочный (длительный) рыночные периоды. В кратчайшем периоде все фак-

торы производства постоянны, в краткосрочном некоторые факторы (сырье, рабочая сила и др.) являются переменными, в долгосрочном - все факторы переменны (включая производственные мощности, число фирм в отрасли и т.д.).

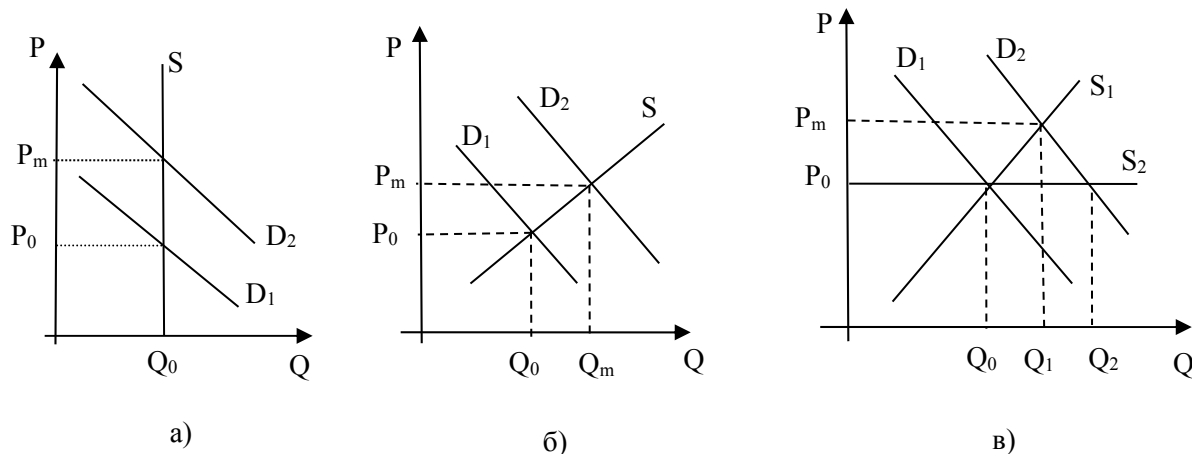


Рис. 12. Изменение цен и объема предложения в кратчайший (а), короткий (б) и длительный (в) периоды

В условиях кратчайшего рыночного периода повышение (понижение) спроса приводит к повышению (понижению) цен, но не отражается на величине предложения (рис. 12а).

В условиях короткого периода повышение спроса обуславливает не только рост цен, но и увеличение объема производства, так как фирмы успевают изменить некоторые факторы производства в соответствии со спросом (рис. 12б).

В условиях длительного периода увеличение спроса приводит к значительному росту предложения при постоянных ценах или несущественном повышении цен (рис. 12в).

3.3. Равновесие спроса и предложения. Эластичность

В условиях рыночной экономики конкурентные силы способствуют синхронизации цен спроса и цен предложения, что приводит к равенству объемов спроса и объемов предложения.

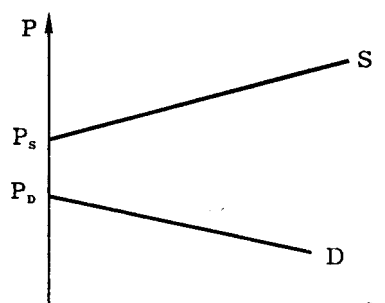


Рис. 13. Цена предложения превышает цену спроса ($P_s > P_D$)

В условиях неразвитой рыночной экономики цена предложения может значительно превышать цену спроса (рис. 13), а объем предложения не соответствовать объему спроса (рис. 14).

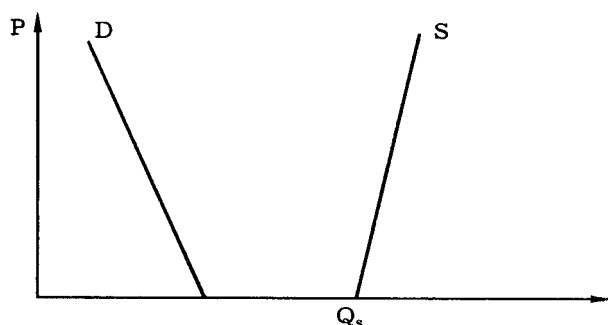


Рис. 14. Объем предложения превышает объем спроса ($Q_s > Q_D$)

В первом случае максимальная цена, которую в состоянии дать за данный товар (или услугу) покупатель, значительно ниже той минимальной цены, которую в состоянии предложить продавцы. Следовательно, рынок для данного товара (услуги) еще не сложился: покупатели еще недостаточно богаты, чтобы предъявить на него спрос.

Во втором случае максимальный объем спроса ниже минимально допустимого объема предложения. Объем спроса настолько мал, что производителям невыгодно поставлять товар в столь микроскопических количествах.

В ходе развития рынка осуществляется процесс взаимного приспособления продавцов и покупателей. Важную роль при этом играют цены, которые способствуют быстрому обмену необходимой информацией. Они делают условия обмена простыми, ясными и стандартизированными для всех участников рыночной экономики (рис. 15). Точка равновесия обозначается E (от латинского *Equilibrium*).

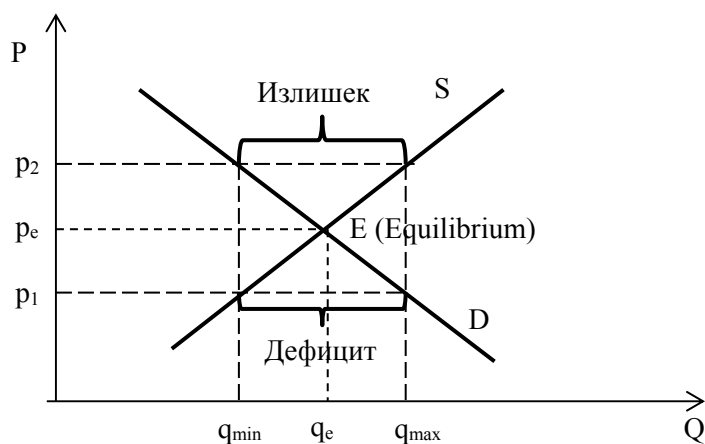


Рис. 15. Цена равновесия и отклонения от нее

В точке равновесия

$$P_E = P_S = P_D$$

где, P_E - равновесная цена;

P_S - цена предложения;

P_D - цена спроса.

Это означает, что $Q_E = Q_S = Q_D$

где Q_E - равновесный объем;

Q_S - объем предложения;

Q_D - объем спроса.

Равновесная цена - цена, уравнивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил.

Образование равновесной цены - процесс, требующий определенного количества времени. В условиях совершенной конкуренции происходит

быстрое взаимное приспособление цен спроса и цен предложения, объема спроса и объема предложения. В результате установления равновесия выигрывают и потребители, и производители.

Поскольку цена равновесия обычно ниже максимально предлагаемой потребителями цены, величину излишка (выигрыша) потребителя графически можно изобразить через площадь $P_{\max}EP_E$ (рис. 16). В свою очередь, равновесная цена обычно выше минимальной цены, которую могли бы предложить наиболее передовые фирмы.

Если E - точка равновесия, то цена, по которой продаются и покупаются товары, равна P_E , а объем проданного товара равен Q_E (рис. 16). Следовательно, совокупная (общая) выручка равна $TR = P_E \times Q_E$. Совокупные издержки (затраты) производителей равны площади фигуры $0P_{\min}EQ_E$.

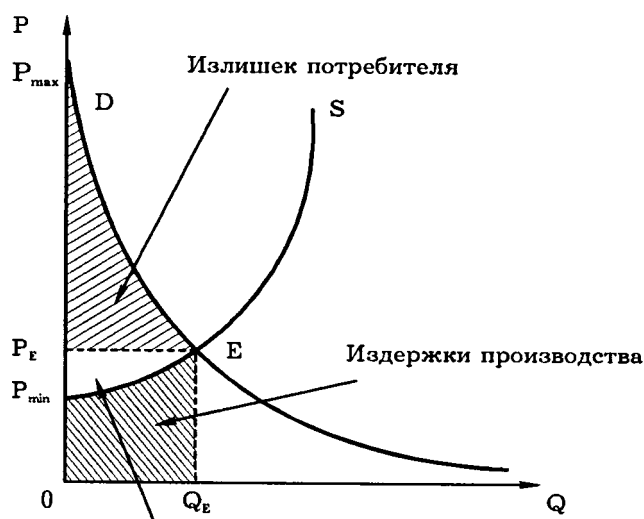


Рис. 16. Излишек потребителя, издержки и излишек производителя

Разница между общей выручкой $P_E \times Q_E$ (площадью прямоугольника $0P_EEQ_E$) и совокупными издержками (площадь $0P_{\min}EQ_E$) и составляет излишек (выигрыш) производителя (площадь P_EEP_{\min}).

Возможны как установление точной равновесной цены, так и небольшие отклонения от нее. Рыночное равновесие существует там и тогда, где и когда уже исчерпаны возможности изменения рыночной цены или количества продаваемых товаров.

Существует два основных подхода к анализу установления равновесной цены: Л. Вальраса и А. Маршалла. Главным в подходе Л. Вальраса является разница в объеме спроса (предложения). Если существует избыток спроса $Q_2 - Q_1$ при цене P_1 (рис. 17а), то в результате конкуренции покупателей происходит повышение цены до тех пор, пока не исчезает избыток. В случае избытка предложения (при цене P_2) конкуренция продавцов приводит к исчезновению избытка.

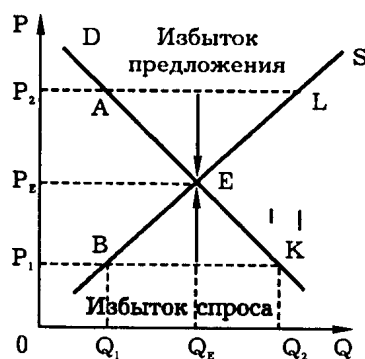


Рис. 17а. Концепция формирования равновесной цены по Л. Вальрасу

Главным в подходе А. Маршалла является разность цен $P_1 - P_2$. Маршалл исходит из того, что продавцы прежде всего реагируют на разность цены спроса и цены предложения. Чем больше этот разрыв, тем больше стимулов для роста предложения. Увеличение (уменьшение) объема предложения сокращает эту разность и тем самым способствует достижению равновесной цены (рис. 17б).

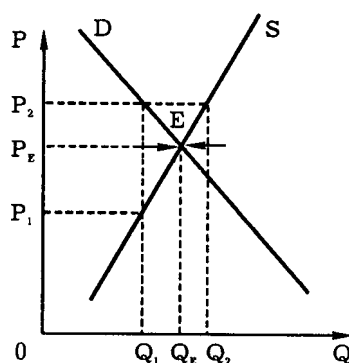


Рис. 17б. Концепция формирования равновесной цены по А. Маршаллу

Короткий период лучше характеризуется моделью Л. Вальраса, длительный - моделью А. Маршалла.

Рынок стихийно, автоматически способствует формированию равновесных цен (этот процесс А. Смит назвал механизмом «невидимой руки»). Превышение цены спроса над ценой предложения способствует перераспределению ресурсов в пользу отраслей с высоким платежеспособным спросом.

Высокие цены свидетельствуют об относительной редкости благ, побуждая к расширению их производства и тем самым к лучшему удовлетворению общественных потребностей. Так как равновесная цена значительно превышает издержки у тех производителей, затраты которых ниже средних, то она способствует перераспределению ресурсов от худших производителей к лучшим, повышая эффективность функционирования национальной экономики в целом.

Тем не менее, потребители далеко не всегда полагают, что существующие цены оптимальны. Дело в том, что несовершенство общественной структуры производства на поверхности выступает как несовершенство системы цен. Общественное недовольство существующими равновесными ценами образует плодотворную почву для государственного вмешательства в рыночное ценообразование.

На практике это выливается в установление максимальных или минимальных цен. Если установленная государством максимальная цена (потолок цены) находится ниже равновесного уровня, то образуется дефицит, если государство устанавливает минимум цены выше равновесного уровня (так называемая субсидируемая цена), то образуется излишек (рис. 16). Фиксация цен означает отключение механизма рыночной координации.

В случаях, когда цена находится ниже равновесного уровня, дефицит не ослабевает, а усиливается, к тому же к денежным затратам потребителя добавляются неденежные (рис. 18).

Последние связаны с поисками товаров, стоянием в очередях и т.д. - все они являются омертвленными затратами (*deadweight cost*), которые не служат расширению производства дефицитного товара. Они оседают в сфере распределения дефицитного товара и не доходят до тех, кто его реально производит.

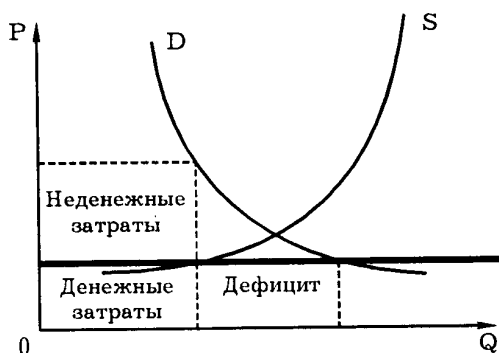


Рис. 18. Затраты потребителя в условиях установленного потолка цен

Потолок цен «подрезает» излишек производителей и тем самым снижает стимулы к его производству на тех предприятиях, у которых издержки производства данного товара минимальны, поэтому дефицит не убывает.

Наоборот, те, кто продает (или распределяет) дефицитный товар, заинтересованы в сохранении его дефицита, потому что он становится источником их доходов (потому что увеличивает размеры неденежных затрат - см. рис. 18). Поэтому они всячески будут пропагандировать государственное регулирование цен под различными «благовидными» предлогами.

В случаях, когда цена находится выше равновесной, возникает необходимость дополнительных мер, стимулирующих ограничение предложения и увеличение спроса, чтобы сократить разрыв между субсидируемой и равновесной ценами. И в том и в другом случае рыночная экономика начинает функционировать менее эффективно, чем в условиях совершенной конкуренции.

Устойчивое равновесие достигается тогда, когда отклонения цен спроса от цен предложения постепенно погашаются, стремясь к равновесной цене

P_E , а объем предложения приспосабливается к объему спроса. В точке равновесия цена спроса совпадает с ценой предложения ($P_D = P_S$) и объем спроса равен объему предложения ($Q_D = Q_S$).

Равновесие может быть устойчивым и неустойчивым, локальным и глобальным. Устойчивое равновесие, в свою очередь, бывает абсолютным и относительным. Если равновесие достигается лишь в определенных пределах колебания цены, то говорят о локальной устойчивости. Если же равновесие устанавливается при любых отклонениях цен от равновесной цены, то устойчивость носит глобальный характер.

Установление равновесия может происходить в результате циклических колебаний. Если колебания носят затухающий характер, равновесие устанавливается по истечении времени. Если колебания носят равномерный или взрывной характер, то цена равновесия не формируется.

Простейшей динамической моделью, показывающей затухающие колебания, в результате которых формируется равновесие, является паутинообразная модель (рис. 19).

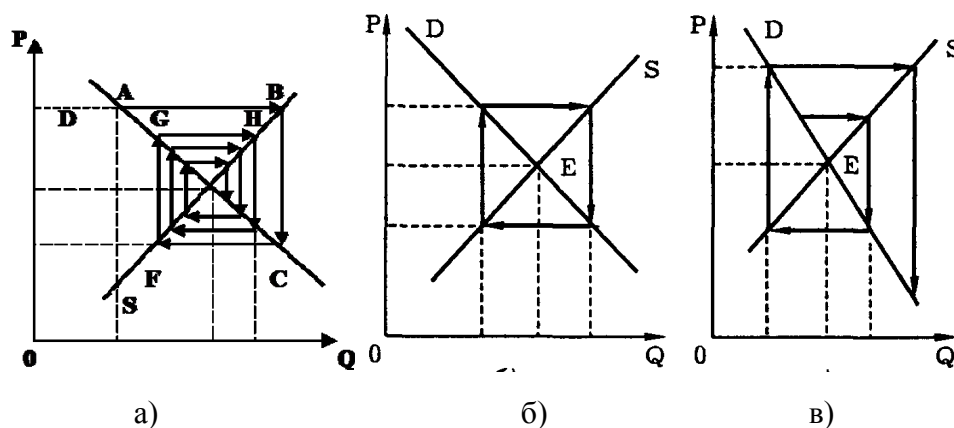


Рис. 19. Устойчивое (а) и неустойчивое (в) равновесие в паутинообразной модели и регулярные колебания (б) вокруг него

Паутинообразная модель отражает формирование равновесия в отрасли с фиксированным циклом производства (например, в сельском хозяйстве), когда производители, приняв решение о производстве на основании существовавших в предыдущий год цен, уже не могут изменить его объем:

$$Q_{st} = S(P_{t-1}),$$

где Q_{st} - объем предложения в период времени t ;

P_{t-1} , - фактическая цена экономического блага в период времени, предшествующий периоду t .

Паутинообразная модель абстрагируется от естественных колебаний урожайности и других стихийных, непредсказуемых явлений, типичных для сельскохозяйственного производства. Другим упрощением является предположение об отсутствии запасов и резервов и их возможной реализации в условиях изменяющейся конъюнктуры рынка.

Равновесие в паутинообразной модели зависит от углов наклона кривой спроса и кривой предложения. Равновесие устойчиво, если угол наклона кривой предложения S круче кривой спроса D (рис. 19а). Движение к общему равновесию проходит ряд циклов.

Избыток предложения (AB) толкает цены вниз (BC), и в результате возникает избыток спроса (CF), который поднимает вверх (FG). Это приводит к новому избытку предложения (GH) и так далее до тех пор, пока не устанавливается равновесие в точке E . Колебания носят затухающий характер.

Движение может, однако, приобрести иное направление, если угол наклона кривой спроса D круче угла наклона кривой предложения S (рис. 19в). В этом случае колебания носят взрывной характер и равновесие не наступает.

Возможен, наконец, и такой вариант (рис. 19б), когда цена совершает регулярные колебательные движения вокруг положения равновесия. Это возможно в том случае, если углы наклона кривых спроса и предложения равны.

Паутинообразная модель свидетельствует о том, что углы наклона кривых спроса и предложения имеют существенное значение для понимания механизма рыночного равновесия, определения закономерностей поведения на

рынке покупателей и продавцов. Чтобы глубже разобраться в законах функционирования и развития рыночной экономики, введем понятие эластичности.

3.4. Эластичность спроса и предложения

Важную роль в изучении возможных реакций со стороны экономических агентов на изменение цены играет понятие эластичности.

Эластичность спроса относительно цены показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения цены на один процент.

Практическое значение при этом имеют не абсолютные величины, а относительные. И это понятно. Когда мы говорим, что цена на «Сникерс» поднялась на 10 рублей - это слишком существенное для «Сникерса» изменение цены, его нельзя не заметить. Оно вызывает значительное изменение величины спроса. Рост цен автомобиля «Вольво» на 10 рублей практически не ощутим для покупателей этой автомашины, поэтому изменение цены и величины спроса дается в формуле эластичности не абсолютно, а относительно:

$$E_P^D = \left| \Delta Q/Q : \Delta P/P \right| = \left| \Delta Q \text{ в } \% / \Delta P \text{ в } \% \right|,$$

где E_P^D - эластичность спроса по цене;

$\Delta Q/Q$ - относительное изменение спроса;

$\Delta P/P$ - относительное изменение цены.

С увеличением цены объем спроса, как правило, снижается и $\Delta Q < 0$. Чтобы избежать отрицательных чисел, вводят знак минус:

$$E_P^D = - \Delta Q/Q : \Delta P/P \text{ или модуль } E_P^D = \left| \Delta Q/Q : \Delta P/P \right|$$

Спрос называют эластичным, когда $E_P^D > 1$ (это означает, что спрос растет или падает быстрее цены), и неэластичным (жестким), когда $E_P^D < 1$, то есть спрос растет (падает) медленнее, чем изменяются цены.

Если изменение цены не вызывает никакого изменения спроса, то $E = 0$, если бесконечно малое изменение цены вызывает бесконечное расширение спроса, то $E_P^D = \infty$ (рис. 20).

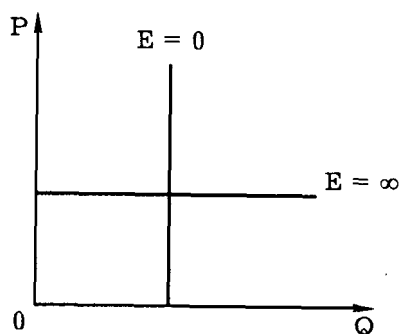


Рис. 20. Крайние случаи эластичности

Различают точечную и дуговую эластичность. Точечная эластичность может быть определена, если провести касательную к кривой спроса. Наклон кривой спроса в любой своей точке, как известно, определяется значением тангенса угла касательной с осью X (рис. 21) и определяется формулой:

$$E_P^D = - \Delta Q / \Delta P \times P / Q$$

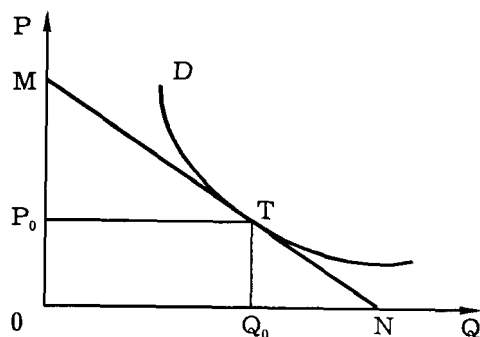


Рис. 21. Точечная эластичность

Значение точечной эластичности обратно пропорционально тангенсу угла наклона.

Дуговая эластичность - показатель средней реакции спроса на изменение цены товара, выраженной кривой спроса на некотором отрезке D_1D_2 .

$$E_P^D = - \Delta Q / \Delta P \times P / Q = - (Q_2 - Q_1) / (P_2 - P_1) \times (P_2 - P_1) / 2 : (Q_2 - Q_1) / 2 = - (Q_2 - Q_1) / (P_2 - P_1) \times (P_2 + P_1) / (Q_2 + Q_1)$$

Если кривая спроса задается линейной функцией $Q = a - bP$, то ее наклон совпадает с наклоном касательной во всех точках на кривой спроса и равен $\Delta Q/\Delta P = -b$. Точечная эластичность линейной функции может выражаться тогда как:

$$E_P^D = -bP/Q,$$

где b - наклон кривой спроса.

Хотя наклон для линейной функции неизменен, значение эластичности E_P^D будет различным в разных точках кривой и принимает любые значения. Эластичность линейной функции спроса изменяется от 0 (в точке D_1) до ∞ (в точке D_2) (рис. 22).

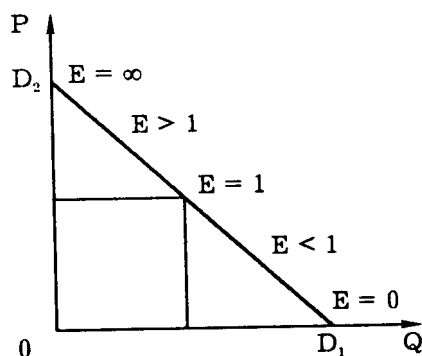


Рис. 22. Свойства эластичности

Это обстоятельство легко объяснить чисто арифметически. Дело в том, что в левом верхнем углу процентное изменение количества продукции велико, каждый шаг означает значительное (в процентном отношении) изменение.

Наоборот, процентное изменение цены представляет довольно скромную величину, так как база, с которой осуществляется сравнение, относительно высока. Отсюда становится понятным, почему первоначально $E_P^D > 1$, а в правом нижнем углу $E_P^D < 1$.

Взаимосвязь изменения эластичности по цене и совокупной общей выручки показана на рис. 23.

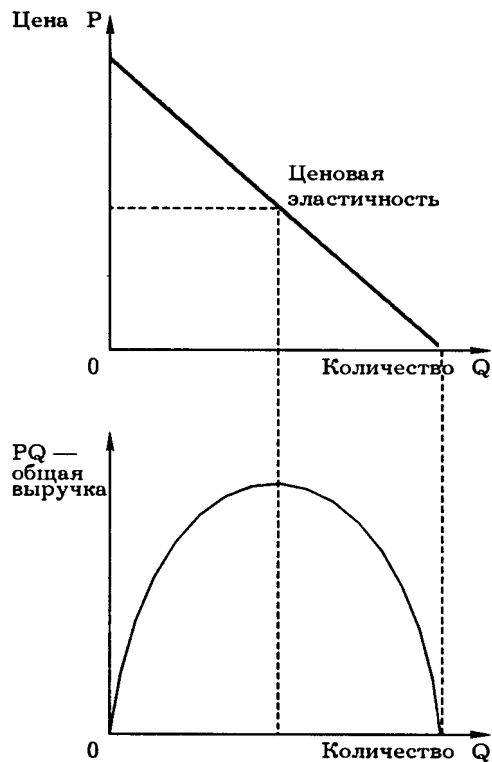


Рис. 23. Эластичность и общая выручка

Совокупная выручка равна произведению количества проданной продукции на ее цену:

$$TR = P \times Q,$$

где TR (total revenue) - совокупная (общая) выручка (доход);

P (price) - цена;

Q (quantity) - количество.

Если спрос по цене эластичный ($E_p^D > 1$), то снижение цены вызывает рост совокупной выручки (TR). И наоборот, если спрос по цене эластичен, то рост цены приведет к снижению совокупной выручки. Противоположная ситуация складывается в нижнем левом углу: процентное изменение количества продукции мало, а процентное изменение цены - велико.

Если спрос по цене неэластичен ($E_p^D < 1$), то снижение цены приведет к падению совокупной выручки. И наоборот, если спрос по цене неэластичен, то рост цены приведет к росту общей выручки. Влияние цены на совокупную выручку в условиях эластичного и неэластичного спроса отражено в табл. 3.

Таблица 3. Эластичность спроса по цене и совокупная выручка

Величина эластичности спроса по цене	Влияние изменения цены на совокупную выручку (TR)	
	Увеличение цены	Уменьшение цены
$E_p^D > 1$	TR↓	TR↑
$E_p^D = 1$	TR = const	
$E_p^D < 1$	TR↑	TR↓

Ценовая эластичность, как мы увидим, имеет важное значение для фирм-ценоискателей, то есть фирм, пытающихся найти такую цену, которая обеспечит максимум прибыли (чистая монополия, монополистическая конкуренция, ценовая дискриминация и др.).

Факторами, влияющими на эластичность являются:

1. Наличие заменителей: чем больше товаров-субститутов, тем эластичнее спрос на данный товар. Однако при этом следует учитывать, насколько узко определены границы данного экономического блага.

Если мы возьмем в качестве примера соль, то ей трудно найти адекватную замену. Однако соль «Экстра» имеет в качестве заменителя соль грубого помола, которая не украшает праздничный стол, но в ней больше йода и она с успехом может использоваться для засолки продуктов.

Таким образом, в первом случае практически отсутствуют товары-заменители, во втором заменителей (отдельной марки соли) можно найти гораздо больше (особенно если учесть разновидности соли, производимые в разных странах).

2. Удельный вес товара в бюджете потребителя (обычно чем выше удельный вес, тем выше ценовая эластичность спроса).

3. Размер дохода и качество товара: является ли данный товар предметом роскоши (спрос на такие товары, как правило, эластичен) или предметом необходимости (спрос на большинство из которых неэластичен).

Расчеты ценовой эластичности, дали следующие результаты: эластичность спроса по цене таких предметов первой необходимости, как хлеб, рав-

на 0,15; электричество, потребляемое в домашнем хозяйстве, - 0,13; одежда и обувь - 0,20. В то же время такие предметы, как автомобили, имели эластичность, равную 1,87; фарфор - 1,54.

4. Размеры запаса: чем больше запас, тем более эластичен спрос.

5. Ожидания потребителя. Если в краткосрочном периоде потребление электроэнергии неэластично ($E_p^D = 0,13$), то в долгосрочном - довольно эластично и равно 1,89.

Такое значительное различие объясняется тем, что в краткосрочном периоде вы не можете быстро отказаться от имеющихся электроприборов (холодильников и другой энергопотребляющей бытовой техники). Однако, если цена за электричество стремительно растет, вы при покупке новых электроприборов будете учитывать их энергоемкость и постепенно замените энергоемкие приборы на более экономные.

Эластичность спроса на одно благо относительно иен на другое благо называется перекрестной эластичностью.

$$E_{x,y}^D = dQ_x/Q_x : dP_y/P_y = dQ_x/dP_y \times P_y/Q_x$$

Если $E_{x,y}^D > 0$, то перед нами взаимозаменяемые блага (субституты), если $E_{x,y}^D < 0$ - взаимодополняемые.

Чем больше эластичность спроса на благо X, тем выше степень заменяемости благ (в крайнем случае, когда $E_{x,y}^D = +\infty$, перед нами совершенные субституты) и, наоборот, чем меньше эластичность, тем больше взаимодополняемость (если $E_{x,y}^D = -\infty$, то мы имеем пример жесткой взаимодополняемости).

Однако это правило, характеризующее взаимозаменяемость и взаимодополняемость благ, может использоваться лишь при небольших ценовых изменениях.

Например, если цена на хлеб значительно снизится, то это повлечет повышение спроса не только на хлеб, бутербродное масло, тостеры, но и на другие товары, в том числе и на мебель. Тогда $E_{x,y}^D < 0$ для хлеба и мебели,

что не характеризует их взаимодополняемость, а отражает лишь эффект дохода.

При исключении эффекта дохода можно получить по значению перекрестной эластичности более точную оценку дополняемости или заменяемости благ (выявить взаимозамещаемые блага по Хиксу). Коэффициент эластичности спроса можно разложить на два компонента, характеризующие эффекты дохода и замещения (уравнение Слуцкого в коэффициентах эластичности).

В современной экономической науке используется также показатель эластичности спроса относительно дохода

$$E_i^D = \Delta Q/Q : \Delta I/I$$

Если показатель эластичности спроса относительно дохода является отрицательным ($E_i^D < 0$), то увеличение дохода приводит к падению спроса на данное благо, и можно сказать, что оно является низкокачественным.

Потребитель, став богаче, считает возможным и необходимым заменить его другим, более качественным товаром. Например, снизить потребление маргарина, заменив его маслом, отказаться от потребления части картофеля, заменив его другими овощами (огурцами, помидорами и т. д.).

Если показатель эластичности спроса относительно дохода положителен ($E_i^D > 0$), благо является нормальным.

Если $0 < E_i^D < 1$, то спрос на благо растет медленнее дохода, что типично для благ первой необходимости (хлеб, соль, спички).

При $E_i^D > 1$ спрос на благо опережает рост доходов и не имеет насыщения (предметы роскоши). Такое деление допустимо при фиксированном уровне дохода по группам потребителей, так как в зависимости от дохода одни и те же блага могут давать численные значения эластичности по доходу как меньше единицы, так и равные единице или больше нее (например, мебель).

Положение, что для каждого блага с эластичностью спроса по доходу, меньшей единицы ($0 < E_i^D < 1$), должно существовать благо с $E_i^D > 1$ для конкретного потребителя, называется законом Энгеля.

Рассмотрим теперь эластичность предложения.

Эластичность предложения по цене показывает относительное изменение объема предложения под влиянием изменения цены на один процент.

$$E_P^S = \Delta S/S : \Delta P/P$$

Как было сказано ранее, для понимания эластичности предложения важное значение имеет фактор времени.

В условиях кратчайшего рыночного периода предложение совершенно неэластично ($E_P^S = 0$). Поэтому повышение (понижение) спроса приводит к повышению (понижению) цен, но не отражается на величине предложения (см. рис. 12а).

В условиях короткого периода предложение более эластично. Это выражается в том, что повышение спроса обуславливает не только рост цен, но и увеличение объема производства, так как фирмы успевают изменить некоторые факторы производства в соответствии со спросом (см. рис. 12б).

В условиях длительного периода предложение почти совершенно эластично, поэтому увеличение спроса приводит к значительному росту предложения при постоянных ценах или несущественном повышении цен (см. рис. 12в).

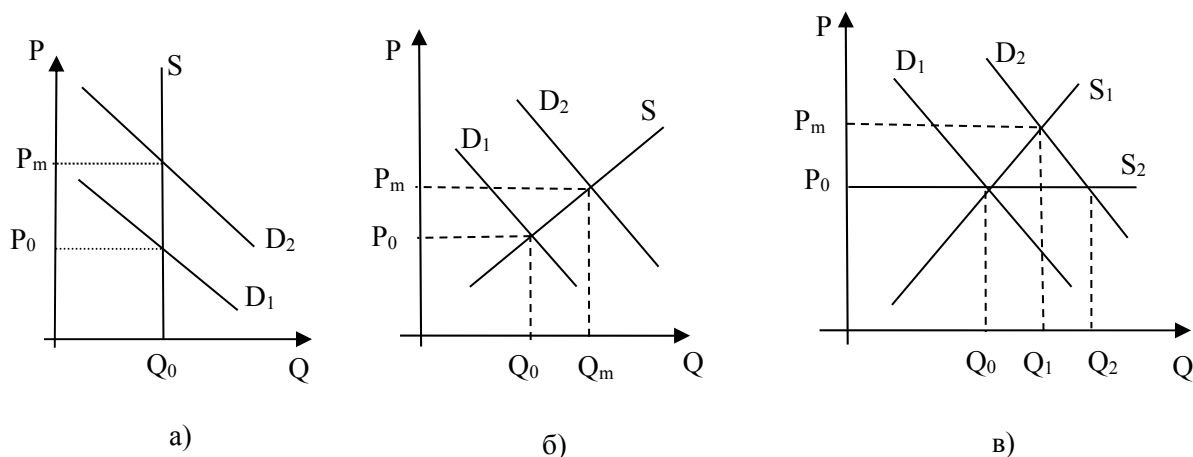


Рис. 12. Изменение цен и объема предложения в кратчайший (а), короткий (б) и длительный (в) периоды

Теория эластичности имеет важное значение для определения экономической политики фирм и значение теории правительства. Это наглядно видно на примере эластичности налоговой политики государства. Допустим, государство вводит определенную (фиксированную) сумму налога на единицу товара, что равносильно смещению кривой предложения S вверх до S' (рис. 24).

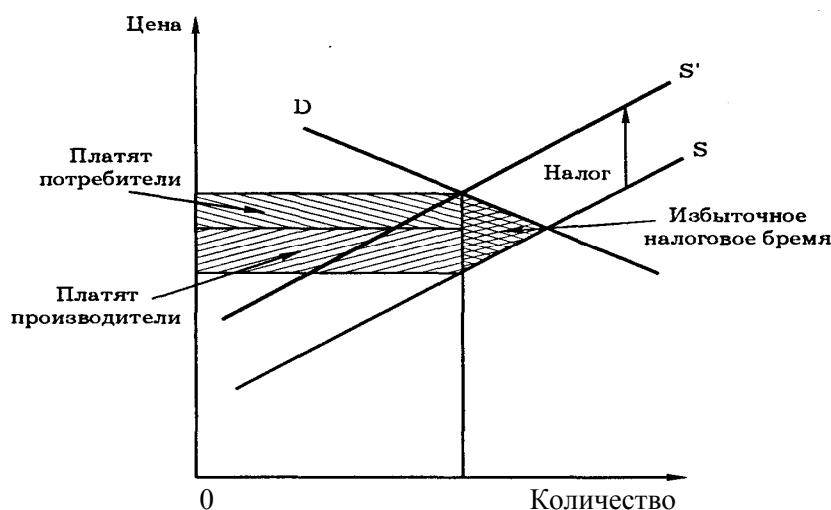


Рис. 24. Распределение налогового бремени

Сумма налога распределяется между потребителями и производителями, а также включает избыточное налоговое бремя, являющееся омертвленными издержками, которые представляют чистую потерю для общества. Эла-

стичность при этом играет большую роль, так как позволяет определить, какую часть налога выплачивают предприниматели, а какую - потребители.

В случае эластичного спроса большая часть налога выплачивается производителем, в случае неэластичного спроса — потребителем (сравним разделение отрезка AE' на AB и BE' в первом случае и во втором на рис. 25).

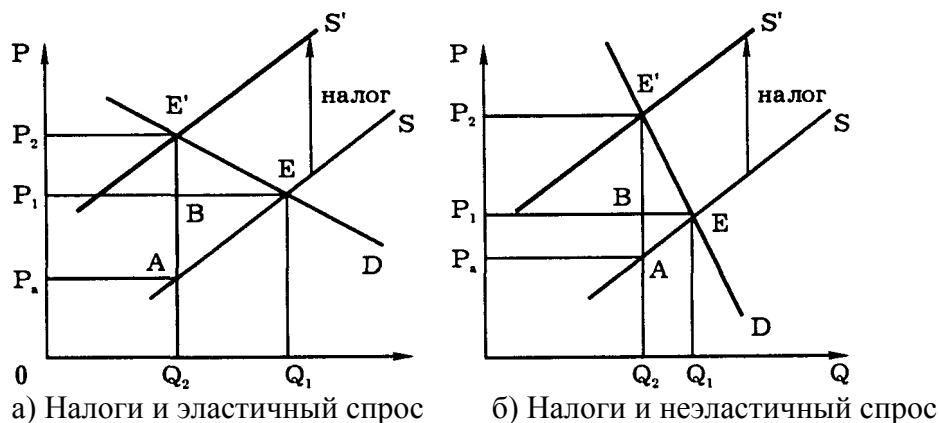


Рис. 25. Эластичность спроса и распределение налога с продаж S'

Подобное явление легко объяснить, так как в случае эластичного спроса потребители при росте цены на данный товар будут стремиться переключить свой спрос на товары-субституты. В случае неэластичного спроса это будет сделать гораздо труднее.

Наоборот, если предложение эластично, большая часть налога падает на потребителей, а если неэластично то на производителей (рис. 3.26).

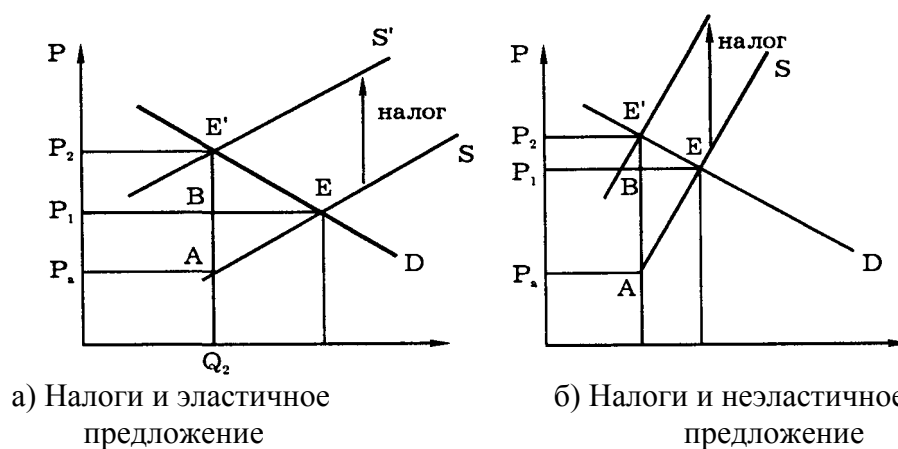


Рис. 26. Эластичность предложения и распределение налога с продаж

Эластичность предложения означает, что производители без труда смогут переключить свои ресурсы на производство какого-либо другого товара или услуги. В случае неэластичного предложения переаллокация ресурсов происходит медленнее и с большим трудом, поэтому больше всего от налога пострадают производители.

Тема 4. Институциональные аспекты рыночного хозяйства

4.1. Правовые предпосылки рыночного хозяйства

Права собственности и их структура. В современной экономической теории под правами собственности понимаются санкционированные поведенческие нормы.

Права собственности (*property rights*) - это совокупность властных прав, санкционированных поведенческих отношений, складывающихся между людьми по поводу использования ими экономических благ.

Существующий ныне набор прав формировался исторически в течение длительного времени. В римском праве ведущую роль играли права владения, пользования, управления и перехода вещи по наследству (или завещанию).

Со становлением капитализма к ним добавились такие существенные характеристики, как, с одной стороны, право на основу или «капитальную стоимость» вещи, а с другой - право на доход, возникающий в результате использования или управления объектом собственности. Национализации, имевшие место в ряде стран в течение XX в., остро поставили вопрос о временных границах использования вещи (бессрочное или с ограниченным сроком) и особенно о праве на безопасность (гарантирующую от экспроприации под тем или иным благовидным предлогом). Защита от отрицательных последствий использования вещи (отрицательных внешних эффектов, возника-

ющих от пользования вещью) стала особенно актуальной с обострением экологических проблем. Она обусловила необходимость запрещения вредного использования вещи. Эти и другие правомочия (например, ответственность в виде взыскания вещи в уплату долга, так называемый остаточный характер неучтенных правомочий) составляют сейчас полное определение права собственности. В реальной действительности возможны их самые различные сочетания.

Англосаксонская правовая традиция (в отличие от правовых систем континентальной Европы) рассматривает право собственности как определенную совокупность частичных правомочий, которая может укрепляться путем добавления к ней (спецификации - *specification*) все новых и новых прав или ослабляться путем отделения от нее некоторых правомочий - размывания (*attenuation*) прав собственности. Процесс спецификации/размывания прав собственности связан с трансакционными издержками.

Трансакционные или операционные издержки (*transaction costs*) – это издержки в сфере обмена, связанные с передачей прав собственности.

Категория трансакционных издержек была введена в экономическую науку в 30-е гг. Рональдом Коузом и ныне получила широкое распространение.

Обычно выделяют пять основных форм трансакционных издержек:

- 1) издержки поиска информации;
- 2) издержки ведения переговоров и заключения контрактов;
- 3) издержки измерения;
- 4) издержки спецификации и защиты прав собственности;
- 5) издержки оппортунистического поведения.

Издержки поиска информации связаны с ее асимметричным распределением на рынке: на поиск потенциальных покупателей или продавцов приходится тратить время и деньги. Неполнота имеющейся информации оборачивается дополнительными расходами, связанными с покупкой товаров по

ценам, выше равновесных (или продажей ниже равновесных), с потерями, возникающими вследствие покупки товаров-субститутов.

Издержки ведения переговоров и заключения контрактов также требуют затрат времени и ресурсов. Издержки, связанные с переговорами об условиях продажи, юридическим оформлением сделки, нередко значительно увеличивают цену продаваемой вещи.

Весомую часть транзакционных издержек составляют издержки измерения, что связано не только с прямыми затратами на измерительную технику и сам процесс измерения, но и с ошибками, которые неизбежно возникают в этом процессе. К тому же по ряду товаров и услуг допускается лишь косвенное измерение или неоднозначное. Как, например, оценить квалификацию нанимаемого работника или качество покупаемого автомобиля? Определенную экономию обуславливают стандартизация выпускаемой продукции, а также гарантии, предоставляемые фирмой (бесплатный гарантийный ремонт, право обмена бракованной продукции на хорошую и т. д.). Однако полностью ликвидировать издержки измерения эти меры не могут.

Особенно велики издержки спецификации и защиты прав собственности. В обществе, где отсутствует надежная правовая защита, нередки случаи постоянного нарушения прав. Затраты времени и средств, необходимых для их восстановления, могут быть чрезвычайно высоки. Сюда же следует отнести расходы на содержание судебных и государственных органов, находящихся на страже правопорядка.

Издержки оппортунистического поведения также связаны с асимметрией информации, хотя и не ограничиваются ею. Дело в том, что поведение после заключения контракта очень трудно предсказать. Нечестные индивиды будут выполнять условия договора по минимуму или даже уклоняться от их, выполнения (если санкции не предусмотрены). Такой моральный риск (*moral hazard*) всегда существует. Он особенно велик в условиях совместного труда - работы командой, когда вклад каждого не может быть четко отделен от

усилий других членов команды, тем более, если потенциальные возможности каждого полностью неизвестны.

Итак, оппортунистическим называется поведение индивида, уклоняющегося от условий соблюдения контракта с целью получения прибыли за счет партнеров.

Оно может принять форму вымогательства или шантажа, когда становится очевидной роль тех участников команды, которых нельзя заменить другими. Используя свои относительные преимущества, такие члены команды могут требовать для себя особых условий работы или оплаты, шантажируя других угрозой выхода из команды.

Таким образом, транзакционные издержки возникают до процесса обмена (*ex ante*), в процессе обмена и после него (*ex post*). Углубление разделения труда и развитие специализации способствуют росту транзакционных издержек. Их величина зависит также и от господствующей в обществе формы собственности. Существуют три основные формы собственности: частная, общая (коммунальная) и государственная. Рассмотрим их с точки зрения теории транзакционных издержек.

Частная, общая (коммунальная) и государственная собственность. В условиях частной собственности всей полнотой прав обладает отдельный человек. В условиях государственной собственности решение принимается на основании установленных правил и процедур, которые регулируют интересы общества в целом.

В условиях общей (коммунальной) собственности все участники организации (коммуны), которой такая собственность принадлежит, обладают общим правом использования блага (до его присвоения) и частным правом на использование после того, как удалось его получить (присвоить) во временное или постоянное владение.

Поскольку при государственной собственности отдельный член общества владеет собственностью не непосредственно (как при частной собствен-

ности), а опосредованно (через установленную в обществе систему правил и процедур), то и контроль за этой собственностью усложняется. Ее, как правило, нельзя продать или передать другому лицу, трудно контролировать тех, кто ею непосредственно управляет (т. е. бюрократию). Сложность процедуры принятия решений также ослабляет функции контроля и оперативного управления ею. Поэтому на практике отсутствует прямая связь между желаниями и стремлениями совладельцев государственной собственности и результатами ее реального использования. К тому же желания и стремления отдельных совладельцев редко совпадают, и согласование интересов превращается в большую проблему, решение которой зависит от соотношения политических сил.

Общая (коммунальная) собственность возникает там и тогда, где и когда издержки по спецификации и защите частных прав собственности чрезвычайно высоки. Выгоды же от установления частных прав собственности или равны нулю (если благо имеется в изобилии), или явно меньше затрат, связанных с их установлением.

Основной проблемой общей собственности является ее сверхиспользование: каждый индивид стремится опередить другого в потреблении того, что достается ему бесплатно. То, что в результате хищнической эксплуатации могут сократиться возможности потребления других собственников, его не интересует. Но, поскольку так поступают все, благо, находящееся в общей собственности, быстро истощается. Поэтому общая (коммунальная) собственность оказывается неустойчивой, нестабильной и с течением времени превращается либо в частную, либо в государственную собственность.

4.2. Внешние эффекты. Теорема Коуза

Внешние эффекты, экстерналии (*externalities*) - издержки или выгоды от рыночных сделок, не получившие отражения в ценах.

Они называются «внешними», так как касаются не только участвующих в данной операции экономических агентов, но и третьих лиц. Возникают они в результате как производства, так и потребления товаров и услуг.

Внешние эффекты делятся на отрицательные и положительные. Отрицательные эффекты связаны с издержками, положительные - с выгодами для третьих лиц. Таким образом, внешние эффекты показывают разность между социальными издержками (выгодами) и частными издержками (выгодами).

$$MSC = MPC + MEC,$$

где MSC - предельные общественные издержки (marginal social cost);

MPC - предельные частные издержки (marginal private cost);

MEC - предельные внешние издержки (marginal external cost).

Отрицательный внешний эффект (*negative externality*) возникает в случае, если деятельность одного экономического агента вызывает издержки других.

Покажем это на примере. Целлюлозно-бумажный комбинат осуществляет сброс недостаточно хорошо очищенной воды в реку. Допустим, что сброс сточной воды пропорционален объему производства. Это означает, что по мере роста производства растет и объем загрязнения окружающей среды. Поскольку целлюлозно-бумажный комбинат не осуществляет полной очистки воды, его предельные частные издержки оказываются ниже предельных общественных издержек, так как не включают расходы на создание дополнительной системы очистных сооружений. Это приводит к тому, что количество выпускаемой продукции превышает эффективный объем выпуска (рис. 27). Без очистных сооружений количество выпускаемой продукции составляет Q_1 т бумаги при цене P_1 . Рыночное равновесие устанавливается в точке E_1 , в которой предложение, равное предельным частным издержкам MPC, пересекается с кривой спроса, равной предельным общественным выгодам MSB, т. е. $MPC = MSB$.

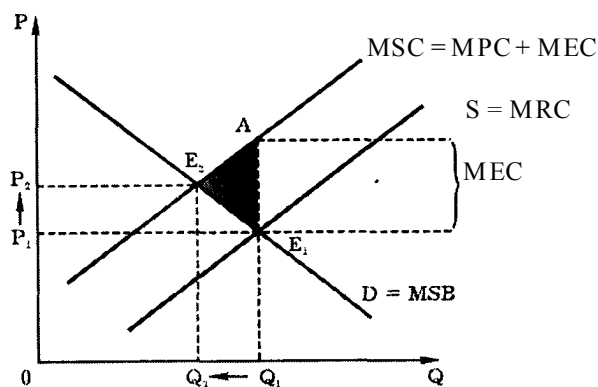


Рис. 27. Отрицательный внешний эффект

Между тем предельные социальные издержки равны сумме предельных частных издержек плюс предельные внешние издержки. Следовательно, если бы удалось превратить внешние издержки во внутренние, эффективный объем выпуска сократился бы до Q_2 при росте цены до P_2 . В точке E_2 предельные общественные выгоды равнялись бы предельным общественным издержкам $MSB = MSC$.

Обратим внимание на то, что и в точке E_2 не устраняются полностью последствия загрязнения окружающей среды (ведь в нашем случае выпуск сточных вод пропорционален объему производства, а объем производства целлюлозно-бумажного комбината в точке Q_2 отнюдь не равен нулю). Однако ущерб от загрязнения существенно уменьшается. Площадь треугольника AE_1E_2 показывает потери эффективности, связанные с тем, что предельные частные издержки оказались ниже предельных социальных издержек.

Таким образом, при наличии отрицательного внешнего эффекта экономическое благо продается и покупается в большем по сравнению с эффективным объеме, т. е. имеет место перепроизводство товаров и услуг с отрицательными внешними эффектами.

Положительный внешний эффект (*positive externality*) возникает в случае, если деятельность одного экономического агента приносит выгоды другим.

$$MSB = MPB + MEB,$$

где MSB - предельные общественные выгоды (marginal social benefit);

MPB - предельные частные выгоды (marginal private benefit);

MEB - предельные внешние выгоды (marginal external benefit).

Развитие образования дает прекрасный пример достижения положительного внешнего эффекта. В обществе каждый его член выигрывает от того, что сограждане получают хорошее образование. Однако каждый из нас, принимая решение о получении образования, вряд ли задумывается о тех выгодах, которые получает общество в целом. Принимая решение, рациональный потребитель соотносит затраты, связанные с получением хорошего образования, и те выгоды, которые могут быть в результате этого получены. Не удивительно, что инвестиции в человеческий капитал могут быть ниже оптимальных для общества (рис. 28). Рыночное равновесие E_1 устанавливается в точке пересечения предельных частных выгод и предельных социальных издержек: $MPB = MSC$.

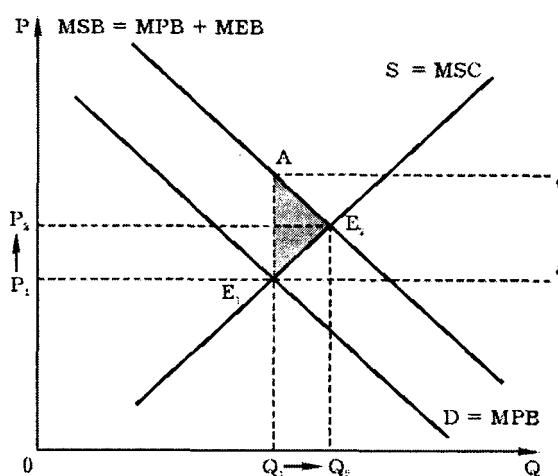


Рис. 28. Положительный внешний эффект

Между тем предельные социальные выгоды больше предельных частных выгод на величину предельных внешних выгод. Поэтому эффективное для общества равновесие достигалось бы в точке пересечения предельных социальных выгод и издержек, т. е. в точке E_2 . Эффективность увеличивается на площади треугольника AE_1E_2 .

Таким образом, при наличии положительного внешнего эффекта экономическое благо продается и покупается в меньшем по сравнению с эффективным объеме, т. е. имеет место недопроизводство товаров и услуг с положительными внешними эффектами.

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

Трансформация внешних эффектов во внутренние (*internalization, of an externality*) может быть достигнута путем приближения предельных частных издержек (и соответственно выгод) к предельным социальным издержкам (выгодам).

А. С. Пигу в качестве решения данной проблемы предложил использовать корректирующие налоги и субсидии.

Корректирующий налог (*corrective tax*) - это налог на выпуск экономических благ, характеризующихся отрицательными внешними эффектами, который повышает предельные частные издержки до уровня предельных общественных.

В нашем примере с целлюлозно-бумажным комбинатом налог (*tax-T*), равный предельным внешним издержкам $T = MEC$, мог бы приблизить рыночное равновесие к эффективному:

$$MSB = MSC.$$

Корректирующая субсидия (*corrective subsidy*) - это субсидия производителям или потребителям экономических благ, характеризующихся положительными внешними эффектами, которая позволяет приблизить предельные частные выгоды к предельным общественным.

В случае с обучением корректирующая субсидия, равная предельным внешним выгодам ($S = MEB$), могла быть предоставлена студентам, что по-

высило бы их спрос на услуги образовательных учреждений до уровня, при котором $MSB = MSC$.

Корректирующие налоги и субсидии не могут решить полностью проблемы, возникающие благодаря существованию внешних эффектов. Во-первых, в реальной практике довольно трудно точно исчислить предельные издержки и выгоды. Во-вторых, размеры ущерба определяются в ходе юридических и политических дискуссий весьма приблизительно. И наконец, отнюдь не последнюю роль играет то обстоятельство, что корректирующие налоги, которые платят производители благ, характеризующихся отрицательными внешними эффектами, отнюдь не всегда достигают поставленной цели. Все это предопределило критику корректирующих налогов и субсидий и попытки нахождения принципиально новых путей решения проблемы. Они связаны прежде всего с работами Р. Коуза.

Теорема Коуза. Р. Коуз исходит из того, что рассматриваемая проблема носит обоюдоострый или, как он говорит, «взаимообязывающий» характер: «При избегании ущерба для В мы навлекаем ущерб на А. Действительный вопрос, который нужно решить, это следует ли позволить А наносить ущерб В или нужно разрешить В наносить ущерб А? Проблема в том, чтобы избежать более серьезного ущерба».

Ответ отнюдь не очевиден до тех пор, пока не удалось определить ценность того, что мы в результате этого приобрели, и ценность того, чем пришлось ради этого пожертвовать. Таким образом, решение, предложенное А. С. Пигу, не использует концепцию альтернативных издержек и подходит к факторам как к вещественным, а не правовым явлениям.

Анализ проблемы социальных издержек привел Коуза к выводу, который Дж. Стиглер назвал «теоремой Коуза» (*Coase theorem*).

Суть ее заключается в том, что, если права собственности всех сторон тщательно определены, а трансакционные издержки равны нулю, конечный

результат (максимизирующий ценность производства) не зависит от изменений в распределении прав собственности (если отвлечься от эффекта дохода).

Эту же мысль Дж. Стиглер выразил следующим образом: «... В условиях совершенной конкуренции частные и социальные издержки равны».

Сравнение системы ценообразования, включающей ответственность за ущерб от отрицательных внешних эффектов, с системой ценообразования, когда такой ответственности нет, привело Р. Коуза к парадоксальному на первый взгляд выводу о том, что если участники могут договориться сами и издержки таких переговоров ничтожно малы (транзакционные издержки равны нулю), то в обоих случаях в условиях совершенной конкуренции достигается максимально возможный результат, максимизирующий ценность производства.

Р. Коуз приводит следующий пример. По соседству расположены земледельческая ферма и скотоводческое ранчо: земледелец выращивает пшеницу, а скотовод разводит скот, который время от времени стравливает посевы на соседних землях. Налицо экстернальный эффект. Однако, как показывает Р. Коуз, эта проблема может быть успешно решена без участия государства.

Если скотовод несет ответственность за ущерб, возможны два варианта: «Либо скотовод уплатит фермеру за необработку земли, либо он решит сам арендовать землю, заплатив фермеру за необработку земли чуть больше, чем платит сам фермер (если фермер сам арендует ферму), но конечный результат будет тем же и будет означать максимизацию ценности производства».

Если нет ответственности за ущерб, размещение ресурсов оказывается таким же, как и раньше. Различие состоит лишь в том, что теперь платежи будет осуществлять фермер. Однако «конечный результат (который максимизирует ценность производства) не зависит от правовой позиции, если предполагается, что ценовая система работает без издержек». При нулевых транзакционных издержках и у фермера, и у скотовода будут экономические

стимулы увеличения ценности производства, так как каждый из них получит свою долю в приросте дохода. Однако при учете транзакционных издержек желаемый результат может быть и не достигнут. Дело в том, что высокая стоимость получения необходимой информации, ведения переговоров и судебных дел может превысить возможные выгоды от заключения сделки. К тому же при оценке ущерба не исключены значительные различия потребительских предпочтений (например, один оценивает тот же самый ущерб гораздо больше, чем другой). Чтобы учесть эти различия, в формулировку теоремы Коуза позднее была введена оговорка относительно эффекта дохода.

Экспериментальные исследования показали, что теорема Коуза верна для ограниченного числа участников сделки (двух-трех). При возрастании численности участников резко увеличиваются транзакционные издержки, и предпосылка об их нулевом значении перестает быть корректной.

Любопытно отметить, что теорема Коуза доказывает значение транзакционных издержек «от противного». В реальной действительности они играют огромную роль, и удивительно то, что неоклассическая экономическая теория до недавнего времени их совсем не замечала.

Теорема Коуза помогает выработать правильную стратегию в борьбе с загрязнением окружающей среды. Эффективная политика в области контроля за загрязнением окружающей среды - это такая политика, которая позволяет сбалансировать предельные общественные выгоды контроля с предельными общественными издержками, необходимыми для его проведения в жизнь.

Пересечение кривой предельных общественных выгод MSB с кривой предельных общественных издержек MSC позволяет определить эффективный для данного общества уровень вредных выбросов (рис. 29). Дело в том, что по мере снижения процента загрязняющих окружающую среду выбросов предельные социальные затраты резко возрастают, поэтому каждый дополнительный процент снижения обходится все дороже и дороже.

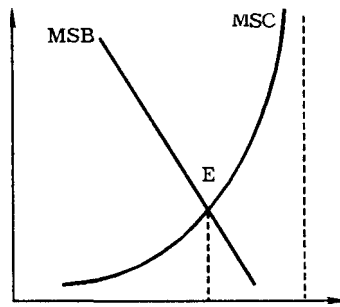


Рис. 29. Определение эффективного уровня выбросов

Существуют три основных пути сокращения вредных выбросов в окружающую среду:

- 1) установление норм или стандартов по вредным выбросам;
- 2) введение платы за выбросы;
- 3) продажа временных разрешений на выбросы.

Стандарты по вредным выбросам (*emissions standards*) - это установленные законом пределы концентрации вредных веществ в промышленных отходах.

Такие стандарты приняты во многих странах. В США, например, за их выполнением следит Управление по охране окружающей среды. Превышение установленных правительственными органами стандартов влечет крупный штраф или уголовное наказание.

Практика установления стандартов имеет, однако, свои очевидные недостатки. Прежде всего, они разрешают в определенных пределах бесплатно сбрасывать вредные вещества. При установлении единых для страны норм не учитываются разная степень остроты экологических проблем в разных регионах, а также существенные различия предельных частных издержек отдельных фирм. Поэтому затраты, связанные с достижением единого уровня загрязнения, могут приводить к значительным потерям отдельных фирм и общества в целом, так как игнорируются существующие в частном секторе сравнительные преимущества. И наконец, что особенно важно, стандарты не стимулируют производителей к снижению существующего уровня загрязнения.

Большой гибкостью обладает плата за выбросы. Плата за выбросы - это плата, взимаемая с фирмы за каждую единицу загрязняющих окружающую среду выбросов.

Такая система способствует сокращению общего объема вредных выбросов, однако полной уверенности в том, что стандарты загрязнения не будут нарушены, при такой системе нет.

В последнее время получают все более широкое применение новые методы борьбы с загрязнением окружающей среды. Среди них такая своеобразная форма, как продажа прав на загрязнение природной среды. Государство определяет объем вредных выбросов, допустимый в данной области, и продает его в форме лицензий с аукциона. Предположим, оно желает сократить объем вредных выбросов с 1500 до 1000 кг, тогда государство продает лицензий не 1500, а 1000 шт., каждая из которых дает право на выброс 1 кг. Поскольку предложение абсолютно неэластично, в этом случае цена одной лицензии на право сброса 1 кг загрязняющего вещества в день будет равна 100 тыс. руб. Если местное общество партии защитников окружающей среды («зеленых») решит улучшить экологическую ситуацию в области, оно может купить часть лицензий, с тем чтобы изъять их из обращения. Если эта часть составит 100 лицензий, то цена одной лицензии повысится до 120 тыс. руб. Таким образом, продажа прав на загрязнение является гибким средством в борьбе за улучшение экологической ситуации в стране.

4.3. Общественные блага. Роль государства в рыночной экономике

Чисто общественное благо (*pure public good*) - это такое благо, которое потребляется коллективно всеми гражданами независимо от того, платят люди за него или нет.

Чисто общественное благо характеризуется двумя свойствами: неизбирательностью и неисключаемостью в потреблении. Такими свойствами обладает, например, национальная оборона.

Свойство неизбирательности в потреблении означает, что потребление чисто общественного блага одним человеком не уменьшает его доступности для других. Такие блага неконкурентны, так как предельные издержки для дополнительного потребителя равны нулю.

Свойство неисключаемости в потреблении означает, что ни один человек не может быть не допущен к потреблению блага, даже если он отказывается за это платить. Чисто общественное благо обладает своеобразным положительным внешним эффектом: как только кто-нибудь начинает его потреблять, оно становится доступным для всех.

Чтобы глубже понять особенности чисто общественного блага, сравним его с чисто частным благом.

Чисто частное благо (*pure private good*) - это такое благо, каждая единица которого может быть продана за отдельную плату.

В отличие от чисто частного блага чисто общественное благо не может быть разделено на единицы потребления (его нельзя выпускать «мелкими» партиями) и быть продано по частям. Невозможность определения цены на отдельные единицы чисто общественного блага объясняет особенности определения совокупного спроса на чисто общественное благо (рис. 30). Цена в данном случае не является переменной величиной. Поэтому кривая спроса на чисто общественное благо отражает предельную полезность всего имеющегося его наличного объема. Все потребители (в нашем примере их трое: Андреев, Борисов и Васильев - рис. 30) должны потребить весь объем выпущенного блага целиком. В отличие от совокупного спроса частных благ (который получается путем сложения кривых индивидуального спроса по горизонтали) совокупный спрос чисто общественных благ опреде-

ляется путем суммирования предельных выгод (получаемых от имеющегося наличного объема) по вертикали.

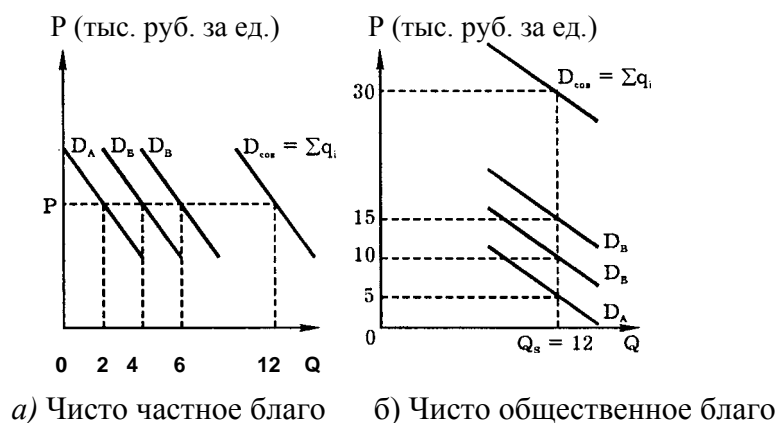


Рис. 30. Определение совокупного спроса на чисто частное благо и чисто общественное благо

Проблема безбилетника. Потребление чисто общественных благ происходит коллективно, однако индивидуальная польза от этого потребления различна. В нашем примере (рис. 30) индивиды получают различную выгоду: наименьшую - Андреев, наибольшую - Васильев. Такая ситуация предполагает наличие точной информации о предельных выгодах каждого человека. Однако в реальной действительности наличие такой информации - большая редкость.

Если оплата чисто общественных благ будет осуществляться в соответствии с предельными выгодами от их использования, появляются мощные стимулы для сокрытия истинной информации и преуменьшения реальных размеров получаемых выгод. Действительно, поскольку потребители получают выгоды от чисто общественного блага независимо от того, платят они за него или нет, то возникает желание обойтись без лишних выплат, получить это благо даром. Такая ситуация получила название проблемы безбилетника, «зайца» (*free-rider problem*).

Проблема безбилетника чаще возникает в больших, чем в малых группах потребителей, так как там труднее получить необходимую информацию

о положении плательщиков. В результате существования проблемы безбилетника производство чисто общественных благ бывает ниже эффективного. Рынок оказывается не в состоянии справиться с этой проблемой, терпит фиаско. Исправить «провалы» рынка помогает государство.

«Провалы» (фиаско) рынка (*market failures*) - это случаи, когда рынок оказывается не в состоянии обеспечить эффективное использование ресурсов.

Обычно выделяют четыре типа неэффективных ситуаций, свидетельствующих о «провалах» рынка:

- 1) монополия;
- 2) несовершенная (асимметричная) информация;
- 3) внешние эффекты;
- 4) общественные блага.

Во всех этих случаях государство пытается решить эти проблемы, осуществляя антимонопольную политику, социальное страхование, ограничивая производство товаров с отрицательными внешними эффектами и стимулируя производство и потребление экономических благ с положительными внешними эффектами. Эти направления деятельности государства составляют как бы нижнюю границу вмешательства государства в рыночную экономику. Однако в современном мире экономические функции государства гораздо шире. В их числе: развитие инфраструктуры, дотации на школьное обучение, пособия по безработице, различные виды пенсий и пособий малообеспеченным членам общества и др. Лишь небольшое число этих услуг обладает свойствами чисто общественных благ. Большинство из них потребляется не коллективно, а индивидуально. Тем не менее, доля государственных расходов в валовом национальном продукте во всех развитых странах в XX в. имеет тенденцию к росту. К тому же обычно государство проводит антиинфляционную и антимонопольную политику, стремится сократить безработицу. В последние десятилетия все более активно оно участвует в регулирова-

нии структурных изменений, стимулирует научно-технический прогресс, стремится поддерживать высокие темпы развития национальной экономики. Если к этому добавить региональное и внешнеэкономическое регулирование, то станет очевидно, почему роль государства в течение XX в. неуклонно возрастала.

Государственный аппарат стремился решить две взаимосвязанные задачи: обеспечить нормальную работу рынка и решить (или хотя бы смягчить) острые социально-экономические проблемы.

Между тем стремительное увеличение государственного сектора и государственного регулирования в условиях рыночной экономики не может быть беспредельным. Рыночная экономика накладывает на функции государства определенные ограничения.

Прежде всего, недопустимы такие методы вмешательства государства, которые разрушают рыночный механизм, подменяют его прямым администрированием. Гораздо эффективнее действуют косвенные регуляторы (налоги, субсидии и т. д.), особенно те из них, которые органично встроены в рыночную экономику. Поэтому государственное регулирование должно не заменять силы рынка, а скорее ослаблять или усиливать действие рыночных сил. Следует помнить, что все экономические регуляторы противоречивы. Краткосрочные выгоды могут обернуться долгосрочными потерями. Более того, применяя целый набор экономических мер, не следует забывать, что многие из них противоречивы, действуют в разные, нередко прямо противоположные стороны. Поэтому необходимо своевременно выявлять их негативные эффекты и заблаговременно принимать меры по их ликвидации. Вообще сфера действия прямых и косвенных административных методов должна быть строго определена. Тенденция к огосударствлению экономики не должна быть единственной. Время от времени необходимо предпринимать энергичные шаги по разгосударствлению экономики.

Способы разгосударствления могут быть различны. Это, прежде всего поощрение конкуренции и либерализация рынков, снижение барьеров для вступления в отрасль, активная антимонопольная политика. Эффективной мерой может стать и стимулирование смешанного предпринимательства. Наконец, сильной мерой является денационализация государственной собственности, развитие процессов приватизации.

Опыт показывает, что приватизация может быть успешной лишь при наличии определенных условий. Прежде всего, к ним относятся:

- наличие надежной правовой базы проведения денационализации;
- создание развитой рыночной инфраструктуры (и фондового рынка прежде всего);
- хорошо продуманная процедура продажи государственных предприятий;
- предварительная оценка величины спроса на денационализируемый сектор (или отрасли) экономики.

Лишь при наличии этих условий денационализация экономики может быть эффективной. Следует помнить, однако, что этот процесс во многом зависит от самого государства. Между тем разрастание бюрократического аппарата усложняет сам процесс принятия решений. Поэтому «провалы» рынка могут быть дополнены, а иногда и усилены «провалами» государства. Однако о них мы расскажем в следующей части.

Тема 5. Теория потребительского поведения

5.1. Потребительский выбор и его особенности

Перед каждым потребителем стоят три вопроса: 1) Что купить? 2) Сколько стоит? 3) Хватит ли денег, чтобы осуществить покупку?

Чтобы ответить на первый вопрос, надо выяснить полезность вещи для потребителя, чтобы ответить на второй – исследовать цену, чтобы решить третий вопрос – определить доход потребителя.

Эти три проблемы – полезность, цена и доход – и составляют содержание теории поведения потребителя.

Полезность блага (*utility of good*) – это способность экономического блага удовлетворять одну или несколько человеческих потребностей.

В результате исследований в XIX в. была выявлена закономерность: потребляемые последовательно части какого-либо блага обладают убывающей полезностью для потребителя.

Это означает, что любому бесконечно малому увеличению количества блага Q соответствует прирост общей полезности (total utility) – TU (рис. 31а).

Хотя общая полезность с увеличением количества благ постепенно возрастает, предельная полезность (marginal utility) - MU - каждой дополнительной единицы блага неуклонно уменьшается (рис.31б).

Закон убывающей предельной полезности лежит в основе определения спроса.

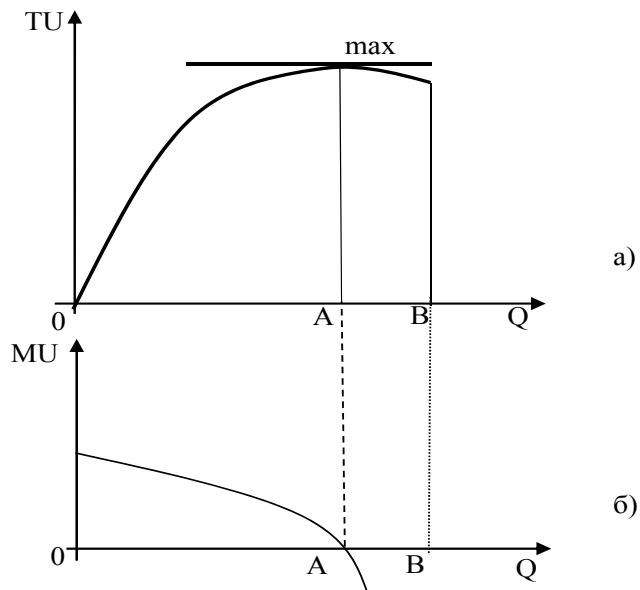


Рис. 31. Общая (а) и предельная (б) полезность

Представителями австрийской школы К. Менгером, Е. Бем-Баверком, Ф. Визе была выявлена закономерность, что последовательно потребляемые количества какого-либо блага обладают убывающей полезностью для потребителя (рис. 32).

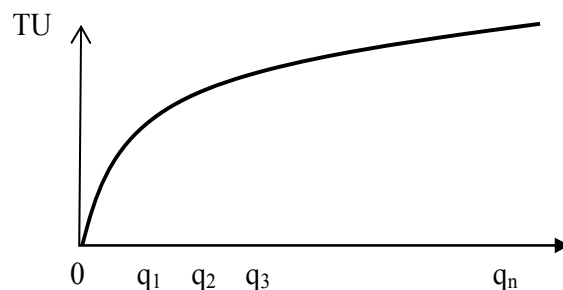


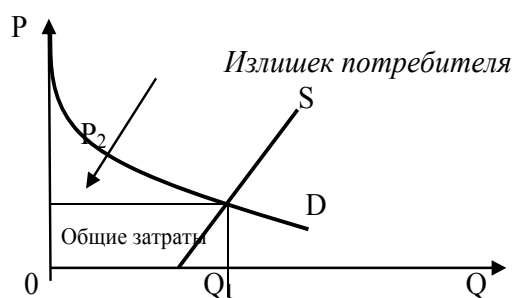
Рис. 32. Зависимость общей полезности блага и его количества.

Функция полезности – функция, показывающая убывание предельной полезности блага с ростом его количества:

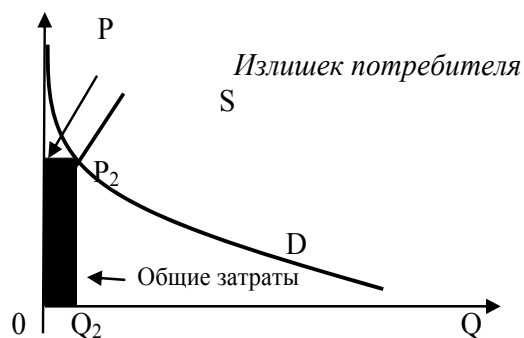
$$MU = d(TU) / dQ$$

Но еще в XVIII в. А. Смит сформулировал парадокс стоимости воды и алмаза. «Почему вода, которая так необходима для жизни человека, стоит так дешево, а алмазы, которые практически бесполезны, стоят так дорого?»

Общая полезность воды большая, а предельная – маленькая; у алмазов – наоборот, общая полезность мала, а предельная – велика. Цены же определяются не общей, а предельной полезностью.



а) вода



б) (алмаз)

Рис. 33. Парадокс воды и алмаза

В современной теории потребительского выбора предполагается, что:

- 1) денежный доход потребителя ограничен;
- 2) цены не зависят от количества благ, покупаемых отдельными домохозяйствами;
- 3) все покупатели прекрасно представляют предельную полезность всех продуктов;
- 4) потребители стремятся максимизировать совокупную полезность.

Теория потребительского выбора основывается на следующих постулатах:

1) Множественность видов потребления. Каждый потребитель желает потреблять множество разнообразных индивидуальных благ.

2) Ненасыщенность. Потребитель стремится иметь большее количество любых товаров и услуг, он не пересыщен ни одним из них. Предельная полезность всех экономических благ всегда положительна.

3) Транзитивность. Теория потребительского выбора исходит из постоянства и определенной согласованности вкусов потребителя.

4) Субституция. Потребитель согласен отказаться от небольшого количества блага А, если ему предложат взамен большее количество блага-субститута.

5) Убывающая предельная полезность. Предельная полезность какого-либо блага зависит от его общего количества, которым располагает данный потребитель.

Таблица 2

Условия равновесия потребителя. Предельная полезность и цена благ

Блага	Предельная полезность	Цена руб.	Взвешенная предельная полезность
	(MU)	(P)	(MU/P)
A	100	10	10
B	80	4	20
C	45	3	15

Перераспределяя наш доход, мы постараемся достичь ситуации, при которой наши взвешенные предельные полезности будут равны, например, как в табл. 3. В этой точке потребитель достигает положения равновесия.

Таблица 3

Положение равновесия потребителя (в кардиналистской теории)

Блага	Предельная полезность	Цена руб.	Взвешенная предельная полезность
	(MU)	(P)	(MU/P)
A	150	10	15
B	60	4	15
C	45	3	15

$$MU_1/P_1 = MU_2/P_2 = \dots = MU_n/P_n$$

Потребительский выбор - это выбор, максимизирующий функцию полезности рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов (денежного дохода).

Функция полезности максимизируется в том случае, когда денежный доход потребителя распределяется таким образом, что каждый последний рубль (доллар, марка, фунт и т.д.), затраченный на приобретение любого блага, приносит одинаковую предельную полезность.

Правило максимизации полезности позволяет сделать ряд выводов.

Действительно, если

$$MU_1/P_1 = MU_2/P_2 = \dots = MU_n/P_n, \text{ то и}$$

$$MU_1/MU_2 = P_1/P_2; \dots MU_1/MU_n = P_1/P_n \text{ и т.д.}$$

Следовательно, соотношение между предельными полезностями любых благ равно соотношению их цен, то есть

$$MU_1 : MU_2 : \dots : MU_n = P_1 : P_2 : \dots : P_n .$$

Обозначим взвешенную предельную полезность через:

$$MU_1/P_1 = MU_2/P_2 = \dots = MU_n/P_n = \lambda,$$

где λ - предельная полезность денег.

Таким образом, в равновесии предельные полезности денежных единиц при разных вариантах использования равны. В общем виде можно записать так:

$$MU_i = P_i \lambda.$$

Наряду с общими принципами выбора рационального потребителя существуют особенности, которые определяются влиянием на него вкусов и предпочтений.



Рис. 34. Классификация потребительского спроса (по Х. Лейбен-стайну)

Функциональным спросом является такая часть спроса, которая обусловлена потребительскими свойствами, присущими самому экономическому благу (товару или услуге).

Нефункциональным спросом является такая часть спроса, которая обусловлена такими факторами, которые непосредственно не связаны с присущими экономическому благу качествами.

Эффект присоединения к большинству. Потребитель, стремясь не отставать от других, приобретает то, что покупают другие. Он зависит от мнения других потребителей, и эта зависимость прямая.

Эффект присоединения к большинству – эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что потребитель, следуя общепринятым нормам, покупает тот же самый товар, который покупают другие.

Эффект сноба. В этом случае у потребителя доминирует стремление выделиться из толпы. И здесь отдельный потребитель зависит от выбора других, но это зависимость обратная.

3. Эффект Веблена – эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что товар имеет более высокую (а не более низкую) цену.

Спекулятивный спрос возникает в обществе с высокими инфляционными ожиданиями, когда опасность повышения цен в будущем стимулирует дополнительное потребление (покупку) товаров в настоящем.

Нерациональный спрос – это незапланированный спрос, возникающий под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза, спрос, который нарушает предпосылку о рациональном поведении человека.

5.2. Закономерности развития потребительских предпочтений

Кривая безразличия. Попытки измерения субъективной полезности с помощью абсолютной шкалы не увенчались успехом, поэтому ряд ученых предложили заменить абсолютную шкалу относительной и описать поведение потребителя с помощью предпочтения или ранжирования.

Ученые предложили измерять субъективную полезность с помощью не абсолютной (кардиналистская теория), а относительной шкалы, показывающей предпочтение потребителя или ранг потребляемого блага (ординалистская, или порядковая, теория полезности).

При этом потребителю необходимо лишь сделать выбор между двумя наборами потребительских благ. Кривая безразличия показывает различные комбинации двух экономических благ, имеющих одинаковую полезность для потребителя. Допустим, что X является молоком, а благо Y - булочкой. Допустим, что потребителю все равно, съесть ли три булочки, запив их стаканом молока (точка R_1), или съесть одну булочку, запив ее тремя стаканами молока (точка R_2) (рис. 35).

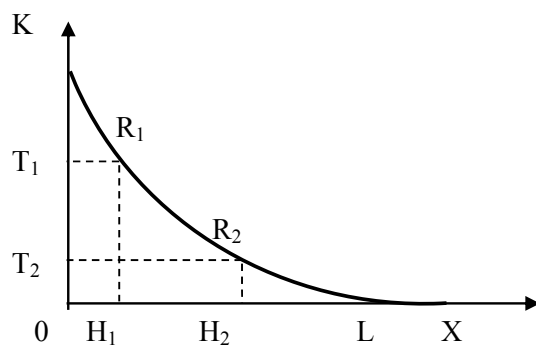


Рис. 35. Кривая безразличия

Множество кривых безразличия называется картой кривых безразличия (рис. 36).

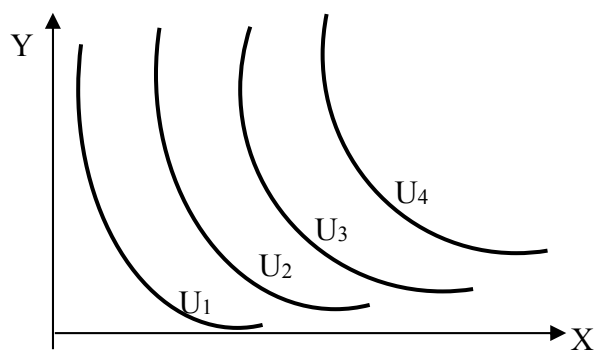


Рис. 36. Карта кривых безразличия

Зона замещения. Зона замещения (субституции) – участок кривой безразличия, в котором возможна эффективная замена одного блага другим. Рассмотрим кривую безразличия (рис.37).

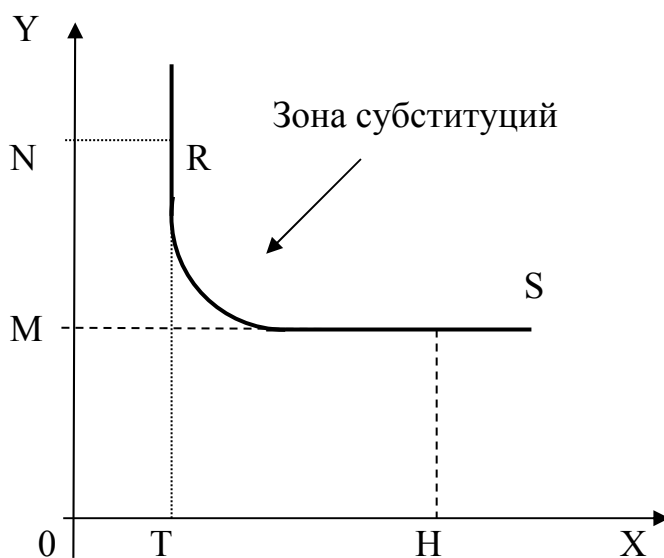


Рис. 37. Зона замещения (субституции)

Предельная норма замещения. Предельная норма замещения (marginal rate of substitution - MRS) – количество, на которое потребление одного из двух благ должно быть увеличено (или уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю уменьшение (или увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную (предельную) единицу.

Если на оси абсцисс мы отложим количество единиц блага X, а на оси ординат – количество единиц блага Y, то отношение $-\Delta Y/\Delta X$ или dy/dx характеризует предельную норму замещения (или субституции) Y на X (рис. 38).

$$MRS_{xy} = - \Delta y/\Delta x \text{ или для непрерывного случая } MRS_{xy} = - dy/dx,$$

где MRS_{xy} – предельная норма замещения y на x.

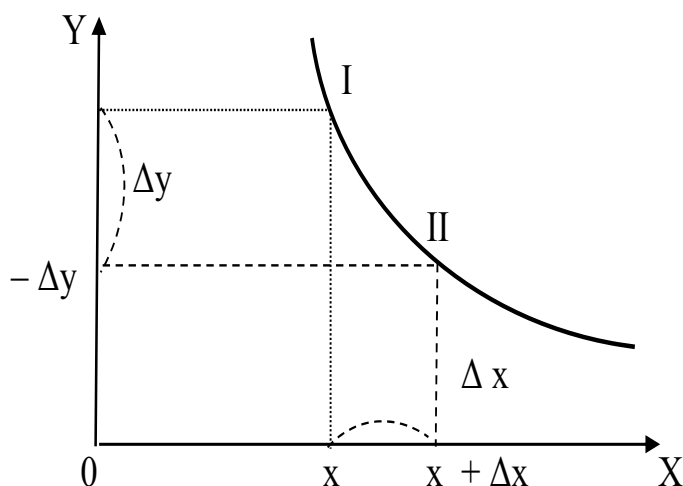


Рис. 38. Предельная норма субституции

Бюджетное ограничение. Кривые безразличия позволяют выявить потребительские предпочтения. Однако при этом не учитываются два важных обстоятельства: цены товаров и доход потребителей. Кривы безразличия лишь показывают возможность замены одного блага другим. Однако они не определяют, какой именно набор товаров потребитель считает для себя наиболее выгодным. Эту информацию дает нам бюджетное ограничение (линия цен, прямая расходов).

Бюджетное ограничение показывает, какие потребительские наборы можно приобрести за данную сумму денег.

Если I - доход потребителя, P_x - цена блага X , P_y - цена блага Y , а X и Y составляют соответственно купленные количества благ, то уравнение бюджетного ограничения можно записать следующим образом:

$$I = P_x X + P_y Y$$

или в более привычном виде:

$$Y = I/P_y - P_x/P_y \cdot X$$

где $-P_x/P_y$ - угловой коэффициент бюджетной линии, который измеряет наклон этой линии к оси абсцисс.

При $X = 0$, $Y = I/P_y$, то есть весь доход потребителя расходуется на благо Y . Его количество легко подсчитать, разделить доход на цену этого блага. При $Y = 0$, $X = I/P_x$, то есть мы находим количество блага X , которое потребитель может купить по цене (рис. 39).

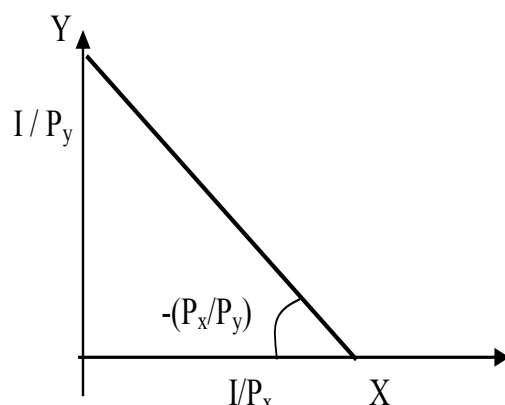


Рис. 39. Бюджетное ограничение

Точка касания кривой безразличия с бюджетным ограничением означает положение равновесия потребителя.

На рис. 40 показаны несколько кривых безразличия – U_1 , U_2 , U_3 . Кривая U_1 пересекает бюджетную линию и поэтому является неоптимальным решением для потребителя.

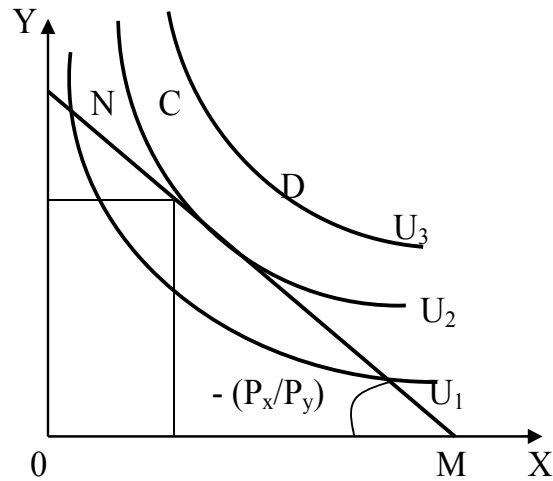


Рис. 40. Положение равновесия потребителя
(в ординалистской теории полезности)

Кривая «доход – потребление». Увеличение денежного дохода означает смещение бюджетной линии вправо вверх. Аналогичный результат может быть достигнут при снижении цен обоих продуктов, что также означает увеличение реального дохода.

При уменьшении денежного дохода или росте цен бюджетная линия сдвигается влево вниз. С ростом реального дохода бюджетное ограничение сдвигается последовательно в положение $V_1, V_2, V_3, \dots, V_n$. Точки касания кривых безразличия с бюджетными ограничениями $K_1, K_2, K_3, K_4, \dots, K_n$ показывает последовательное положение равновесия потребителя в соответствии с ростом его дохода (рис. 41). Эта кривая, названная Дж. Хиксом «доход – потребление», в американской литературе получила название кривой уровня жизни.

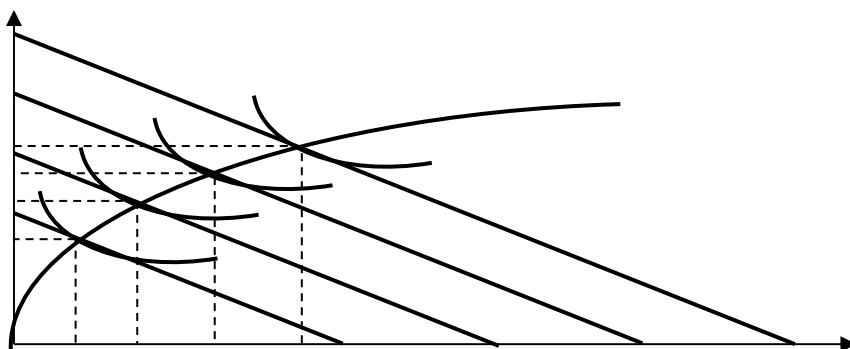


Рис. 41. Кривая «доход – потребление» (уровня жизни)

Первым исследователем, занимавшимся вопросами влияния изменения дохода на структуру потребительских расходов, был немецкий статистик Эрнст Энгель. Кривые Энгеля в современной интерпретации представлены на рис. 42.

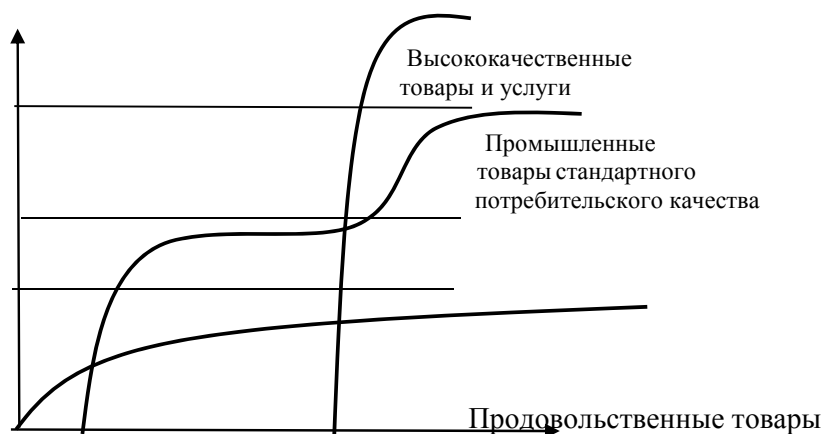


Рис. 42. Кривые Энгеля в интерпретации Торнквиста

Кривая «цена – потребление». Рассматривая кривую «доход – потребление», мы исходили из постоянства цен благ. Изменялся только доход.

Теперь предположим в качестве постоянной величины доход, а в качестве переменной возьмем цену одного из благ, например, блага X . Допустим, что цена блага X снижается, т.е. $P_x^1 > P_x^2 > P_x^3 > P_x^4$ и т.д. Например, 1 единица блага X стоила 100 руб., а теперь она стоит 50 руб. Это значит, что за 100 руб. покупатель может купить 2 единицы блага X .

Графически это выглядит как сдвиг бюджетного ограничения из положения NX_2 в положение NX_3 (рис. 43а).

Дальнейшее снижение цены соответственно отражают прямые NX_4 , NX_5 и т.д. Обозначив точки касания кривых безразличия U_1, U_2, U_3, U_4 , с бюджетными ограничениями точками R_1, R_2, R_3, R_4 и соединив их, мы получим кривую «цена – потребление». На базе этой кривой может быть легко построена кривая спроса (см. рис. 43б), в этом случае на оси ординат откладывается цена товара $X(P_x)$, а на оси абсцисс – количество блага X .

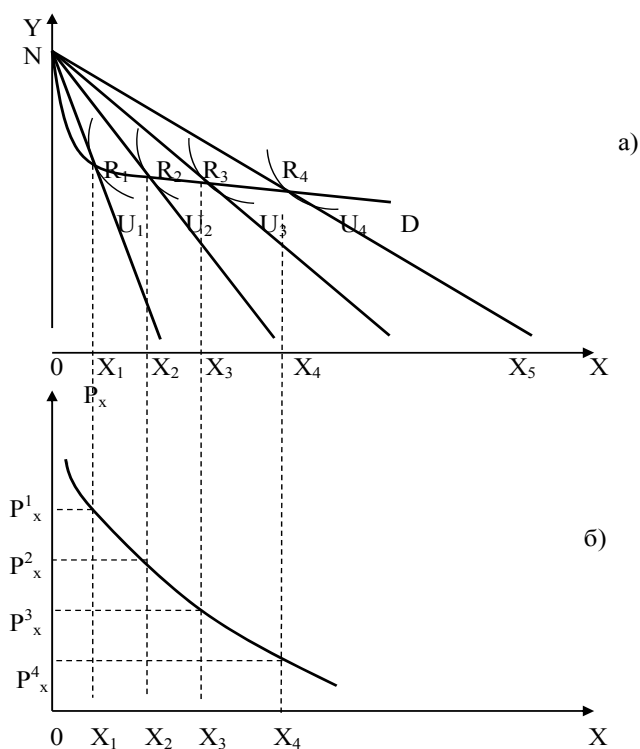


Рис. 43. Кривая «цена – потребление (а) и построение кривой спроса (б)

Эффект дохода и эффект замещения. Допустим, цена блага X снижается с P_x^1 до P_x^2 , а цена на благо Y остается неизменной ($P_y = \text{const}$). В этом случае происходят два процесса: возрастает реальный доход индивида и осуществляется относительная замена одного блага (Y) другим (X).

Допустим, что в результате снижения цен на благо X положение равновесия потребителя переместилось из точки E_0 в точку E_1 (рис. 44).

Эффект замещения – изменение структуры потребительского спроса (соотношения средств, выделенных на покупку товаров) в результате изменения цены одного из товаров, входящих в потребительский набор без учета эффекта дохода.

Эффект дохода – это воздействие, оказываемое на спрос потребителя за счет изменения реального дохода, вызванного изменением цены блага без учета эффекта замещения.

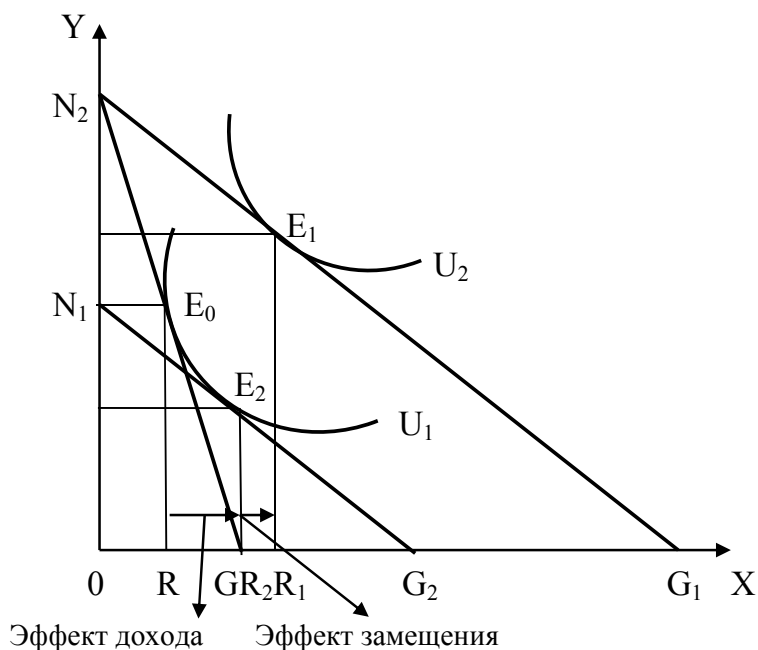


Рис. 44. Эффект дохода и эффект замещения для нормальных благ (при понижении цены P_x)

Некачественные блага. Парадокс Гиффена. Существует группа благ, спрос на которые изменяется необычным образом. Впервые на них обратил внимание, как гласит научная традиция, английский экономист Роберт Гиффен.

Мы знаем, что если цена на товар повышается с P_1 до P_2 , то количество покупаемого блага должно сократиться с Q_1 до Q_2 (рис.45).

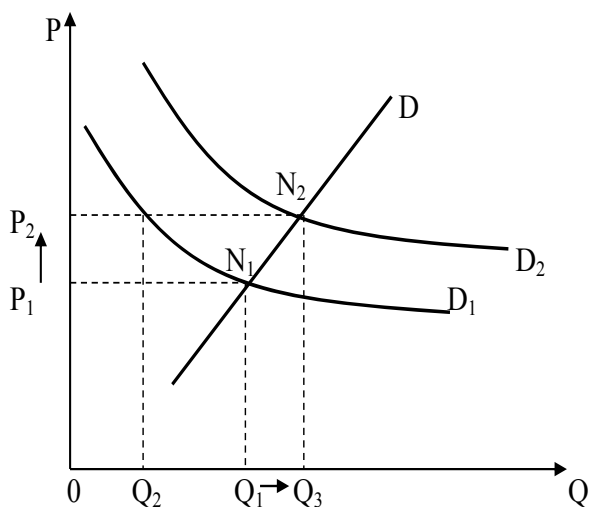


Рис. 45. Парадокс Гиффена

Однако в результате неурожая с ростом цены на картофель спрос на него не упал, а возрос при цене P_2 с Q_1 до Q_3 . Это означает сдвиг кривой спроса из положения D_1 в состояние D_2 . Если соединить точки N_1 , N_2 и так далее, то в долговременном плане получится, что спрос на картофель (кривая D) изменяется в том же направлении, что и цена, т.е. кривая долговременного спроса имеет не отрицательный, а положительный наклон.

Малоценный или низкокачественный товар – благо, спрос на которое растет при росте цен и падает при их снижении.



Рис 46. Эффект дохода и эффект замещения (субституции) при снижении цены товара X ($P_x \downarrow$)

Если имеется низкокачественный товар, занимающий в бюджете потребителя скромное место, то положительный эффект замещения перекрывает отрицательный эффект дохода (в случае снижения цен).

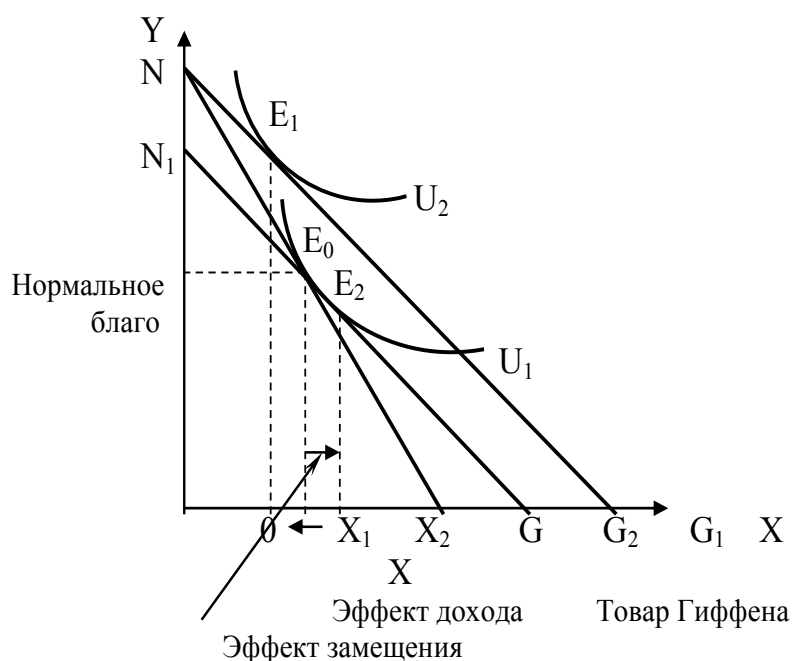


Рис. 47. Эффект дохода и эффект замещения для товаров Гиффена

Товар Гиффена – это товар, занимающий большое место в бюджете малоимущих потребителей, спрос на который при прочих равных условиях изменяется в том же направлении, что и цена, поскольку эффект дохода превышает эффект замещения.

5.3. Взаимодополняемость и взаимозаменяемость товаров и услуг

Взаимодополняемость благ – свойство товаров или услуг удовлетворять потребности (личные или производственные) лишь в комплексе друг с другом.

Взаимодополняемые блага называются комплементарными товарами.

Взаимодополняемость бывает абсолютной (жесткой), когда одному благу соответствует определенное количество другого блага, например лыжи и крепления к ним, и относительной, например чай и сахар, автомобиль и бен-

зин. График жесткой взаимодополняемости имеет одну точку пересечения кривых безразличия с любой бюджетной линией (рис. 18).

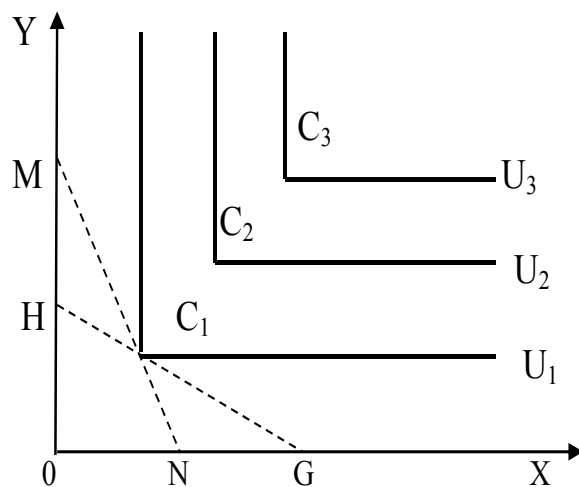


Рис. 48. Абсолютная (жесткая) взаимодополняемость

Однако чаще имеет место относительная взаимодополняемость, которая может быть выражена кривыми безразличия, изображенными на рис. 49.

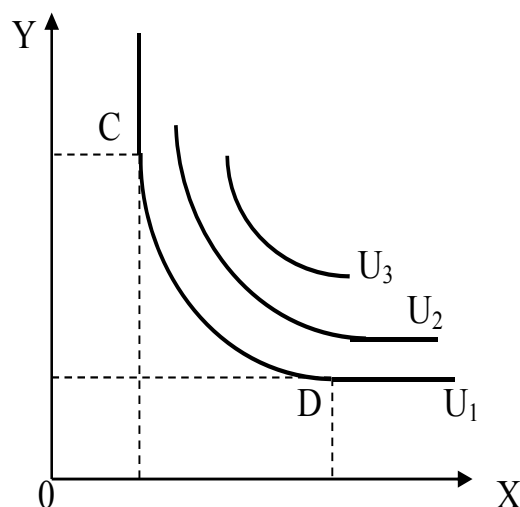


Рис. 49. Относительная взаимодополняемость

Если два продукта взаимодополняемы, между ценой на один из них и спросом на другой существует обратная связь.

Величину обратной связи можно подсчитать с помощью коэффициента перекрестной эластичности E_{xy}^D , показывающего эластичность спроса на одно благо относительно цен на другое благо:

$$E_{xy}^D = (dQ_x/Q_x)/(dP_y/P_y)$$

Отрицательная перекрестная эластичность комплементарных благ - ($E_{xy}^D < 0$) означает, что спрос на благо У изменяются в противоположных направлениях. Чем меньше эластичность, тем больше взаимодополняемость.

Поэтому жесткая взаимодополняемость имеет коэффициент перекрестной эластичности $E_{xy}^D = -\infty$. это означает, что бесконечно малое увеличение цен на благо У приводит к полному исчезновению спроса на благо Х.

Взаимодополняемость благ – свойство благ (товаров или услуг) удовлетворять потребности (личные или производственные) за счет друг друга.

Взаимозаменяемые блага называются товарами-субститутами.

Графически совершенная взаимозаменяемость изображается параллельными кривыми безразличия (рис. 50). Предельная норма замещения в этом случае постоянна: $MRS = \text{const}$.

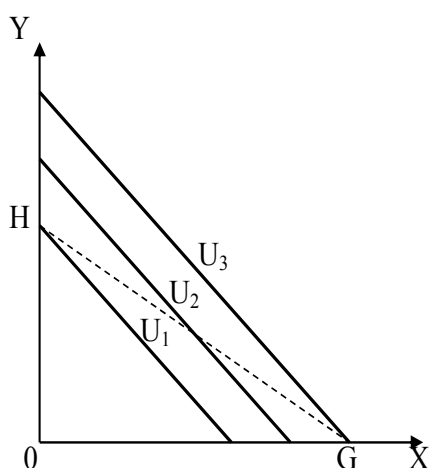


Рис. 50. Совершенная взаимозаменяемость

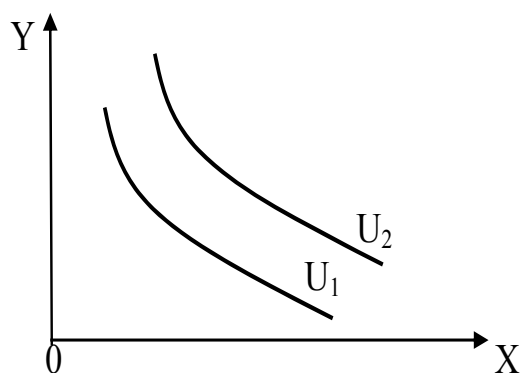


Рис. 51. Относительная взаимозаменяемость

Если два продукта взаимозаменяемы, между ценой на один из них и спросом на другой существует прямая связь.

Ее величину можно подсчитать с помощью коэффициента перекрестной эластичности E_{xy}^D .

Положительная перекрестная эластичность товаров-субститутов ($E_{xy}^D > 0$) означает, что спрос на благо X и цена на благо Y изменяются в одном направлении. Чем больше эластичность спроса на благо X по отношению к цене блага Y , тем выше степень взаимозаменяемости двух благ.

Поэтому совершенная субституция имеет коэффициент перекрестной эластичности $E_{xy}^D = +\infty$. Это означает, что бесконечно малое увеличение цен на благо Y приводит к почти полному перемещению спроса на благо X .

Теория взаимозаменяемости ресурсов аналогична теории взаимозаменяемости потребительских благ.

Понимание взаимодополняемости и взаимозаменяемости благ имеет важное значение для анализа правил поведения агентов и закономерностей ценообразования в условиях рыночной экономики.

Эффективная ценовая стратегия не может осуществляться без учета взаимодополняемости и взаимозаменяемости благ.

Тема 6. Производство экономических благ

6.1. Производство с одним переменным фактором

Производство и факторы производства. Как уже отмечалось в теме 2, под производством в современной микроэкономике понимается деятельность по использованию факторов производства (ресурсов) с целью достижения наилучшего результата. Если объем использования ресурсов известен, то максимизируется результат, если известен результат (которого необходимо

достичь), то минимизируется объем ресурсов. Понятия «затраты», «выпуск», «деятельность фирмы» трактуются в современной экономической науке довольно широко.

Под затратами понимается все, что производитель (фирма) закупает для использования в целях достижения необходимого результата.

Выпуском может быть любое благо (продукция или услуга), изготовленное фирмой для продажи.

Деятельность фирмы может обозначать как производственную, так и коммерческую деятельность, например транспортировку, хранение и даже покупку продукции с целью ее последующей перепродажи. В современном обществе любая фирма производит, как правило, не одно, а целый ряд экономических благ, однако мы в целях упрощения будем пренебрегать этим обстоятельством; предполагается, что производится лишь один товар (или услуга).

Экономическая деятельность фирмы может быть описана производственной функцией:

$$Q = f(F_1, F_2, \dots, F_n),$$

где Q - максимальный объем производства при заданных затратах;

F_1 - количество использованного фактора f_1 ;

F_2 - количество использованного фактора f_2

F_n - количество использованного фактора f_n .

Закон убывающей предельной производительности. Предположим сначала, что F_1 является переменным фактором, тогда как остальные ($n - 1$) факторов (F_2, \dots, F_n) постоянны:

$$Q = f(F_1, \underbrace{F_2 \dots F_n}_{const}).$$

Для того чтобы отразить влияние переменного фактора на производство, вводятся понятия совокупного (общего), среднего и предельного продукта.

Совокупный продукт - это количество экономического блага, произведенное с использованием некоторого количества переменного фактора.

Разделив совокупный продукт на израсходованное количество переменного фактора, можно получить средний продукт:

$$AP = Q/F_1$$

Предельный продукт (*marginal product*) обычно определяется как прирост совокупного продукта, полученный в результате бесконечно малых приращений количества использованного переменного фактора:

$$MP = \Delta Q/\Delta F_1$$

Совокупный продукт (Q) с ростом использования в производстве переменного фактора (F₁) будет увеличиваться, однако этот рост имеет определенные пределы в рамках заданной технологии (рис. 52).

При неизменном состоянии техники, например, рост использования труда ограничен. На первой стадии производства (0A) увеличение затрат труда способствует все более полному использованию капитала: предельная и общая производительность труда растут. Это выражается в росте предельного и среднего продукта, при этом MP > AP (рис. 52б). В точке A' предельный продукт достигает своего максимума.

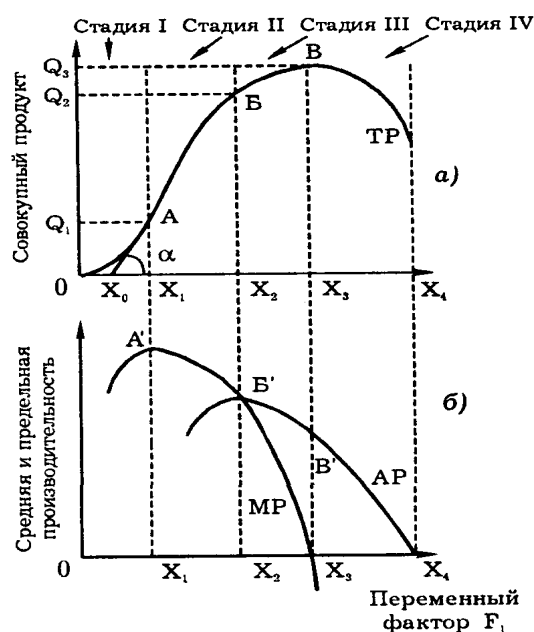


Рис. 52. Рост переменного фактора: стадии производства

На второй стадии (АБ) величина предельного продукта уменьшается и в точке Б' становится равной среднему продукту ($MP = AP$). Если на первой стадии (0А) совокупный продукт возрастает медленнее, чем использованное количество переменного фактора, то на второй стадии (АБ) совокупный продукт растет быстрее, чем использованное количество переменного фактора (рис. 52а).

На третьей стадии производства (БВ) $MP < AP$, в результате чего совокупный продукт растет медленнее затрат переменного фактора и, наконец, наступает четвертая стадия (после точки В), когда $MP < 0$. В результате прирост переменного фактора F_1 приводит к уменьшению выпуска совокупной продукции (конечно, при условии, что все единицы переменного фактора качественно однородны и добавление все новых и новых единиц не ведет к качественному изменению технологии).

В этом и заключается закон убывающей предельной производительности. Он утверждает, что с ростом использования какого-либо производственного фактора (при неизменности остальных) рано или поздно достигается такая точка, в которой Дополнительное применение переменного фактора ведет к снижению относительно и далее абсолютного объемов выпуска продукции. Увеличение использования одного из факторов (при фиксированности остальных) приводит к последовательному снижению отдачи его применения.

Закон убывающей производительности никогда не был доказан строго теоретически, он выведен экспериментальным путем (сначала в сельском хозяйстве, а потом и применительно к другим отраслям производства). Он отражает реально наблюдаемый факт определенных пропорций между различными факторами. Нарушение их, выражающееся в чрезмерном росте применения одного из ресурсов, может довольно быстро исчерпать границы взаимозаменяемости ресурсов и в конечном итоге приведет к недостаточно эф-

фактивному его использованию (если другие факторы производства остаются неизменными).

Закон убывающей предельной производительности носит не абсолютный, а относительный характер.

Во-первых, он применим лишь на краткосрочном отрезке времени, когда хотя бы один из факторов производства остается неизменным.

Во-вторых, технический прогресс постоянно раздвигает его границы.

Проиллюстрируем эту мысль на графике.

Максимально возможное использование переменного фактора в технологии I обозначим через X_1 . Очевидно, что переход к технологии II позволяет увеличить количество переменного фактора до X_2 ($X_2 > X_1$), переход к технологии III - до X_3 и т. д.

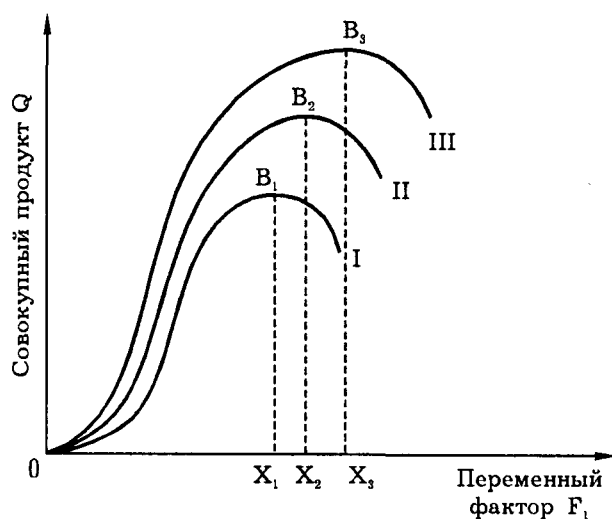


Рис. 53. Рост совокупного продукта и использование переменного фактора в процессе перехода к новым технологиям

В заключение скажем несколько слов о взаимосвязи предельного и среднего продукта. Предельный продукт для какой-либо точки на кривой совокупного выпуска равен тангенсу угла наклона касательной к кривой в этой точке. Для точки А (рис. 52а)

$$tg\alpha = AX_1/X_0X_1$$

В точке В совокупный продукт достигает своего максимума, а предельный продукт равен 0 ($MP = 0$). До точки В $MP > 0$, после этой точки $MP < 0$.

В пятой теме мы уже отмечали, что потребительское благо не является экономическим, если его предельная полезность (и соответственно цена) меньше или равна нулю. Поэтому и факторы производства используются в производстве только тогда, когда их производительность представляет собой положительную величину.

Спрос на ресурсы является производным от спроса на потребительские блага. Если обозначить предельный продукт в денежном выражении через MRP (*Marginal Revenue Product*), а предельные издержки - через MRC (*Marginal Resource Cost*), то правило использования ресурсов может быть выражено равенством:

$$MRP = MRC.$$

Это означает, что для того, чтобы максимизировать прибыль, каждый производитель (фирма) должен использовать дополнительные (предельные) единицы любого ресурса до тех пор, пока каждая дополнительная единица ресурса дает прирост совокупного дохода, превышающий прирост совокупных издержек.

Правило наименьших издержек. В пятой теме мы выяснили, что равновесие потребителя достигается при равенстве взвешенных предельных полезностей (в кардиналистской теории) или при равенстве предельной нормы замещения благ и соотношения цен на эти блага (в ординалистской теории).

Равновесие производителя обеспечивается тогда, когда он достигает максимума производства, точно так же, как и потребитель оказывается в положении равновесия, когда максимизирует свое благосостояние (удовольствие от потребляемых благ).

Предположим, что цены ресурсов, готовой продукции и количество денег, которым располагает производитель для организации производства, яв-

ляются фиксированными (заданными) и что производитель использует два фактора производства F_1 и F_2

Допустим, что их предельная производительность составляет соответственно $MRP_1 = 60$ и $MRP_2 = 70$, а цены - $P_1 = 5$ долл. и $P_2 = 10$ долл. Взвешенные предельные производительности равны $MRP_1 / P_1 = 12$, $MRP_2 / P_2 = 7$.

Очевидно, что использование первого ресурса более эффективно, чем второго, поэтому целесообразно отказаться от одной единицы фактора F_2 (что сэкономит нам 10 долл.) и купить соответственно две единицы фактора F_1 что повысит нашу прибыль.

При этом мы потеряли 70 единиц продукции, так как $MRP_2 = 70$, но приобрели при этом 120 (60×2). Чистый выигрыш составил 50 единиц. Так мы будем перераспределять ресурсы до тех пор, пока взвешенные предельные производительности не будут равны друг другу. Это правило применимо для любого количества факторов производства (ресурсов):

$$MRP_1/P_1 = MRP_2/P_2 = \dots = MRP_n/P_n$$

Правило наименьших издержек - это условие, согласно которому издержки минимизируются в том случае, когда последний доллар (марка, рубль и так далее), затраченный на каждый ресурс, дает одинаковую отдачу - одинаковый предельный продукт.

Правило наименьших издержек обеспечивает равновесие положения производителя. Когда отдача всех факторов одинакова, задача их перераспределения отпадает, так как уже нет ресурсов, которые приносят больший доход по сравнению с другими. Производитель находится в положении равновесия. В этом положении достигается оптимальная комбинация факторов производства, обеспечивающая максимизацию издержек.

Правило наименьших издержек касается не только набора всех ресурсов, но и использования одного и того же ресурса в разных производственных процессах и аналогично правилу максимизации полезности для потреби-

теля. Оно имеет важное значение для рационального ведения хозяйства, обеспечивающего максимизацию выпуска при имеющихся ресурсах.

Правило максимизации прибыли. Предельная производительность ресурса является мерой его вклада в производство благ. Этот вклад зависит не только от его свойств, но и тех пропорций, которые существуют между ним и другими ресурсами.

В какой степени нужен тот или иной ресурс в производстве? Чем определяется степень его использования? Прежде всего разницей между доходом (выручкой), которую он приносит, и издержками, связанными с его использованием. Рациональный производитель стремится максимизировать эту разность.

При совершенной конкуренции цены благ и цены ресурсов являются заданными, независимыми от данного производителя величинами. Отсюда можно сделать вывод, что предельная производительность какого-либо ресурса в денежном выражении будет иметь ту же динамику изменения, что и предельная производительность в натуральном («физическом») выражении, поскольку, чтобы получить первую, достаточно вторую умножить на постоянную цену. Ресурс поэтому будет находить применение в производстве до тех пор, пока его предельная производительность в денежном выражении будет не ниже его цены $MRP \geq P$ (рис. 54). Это означает, что цена ресурсов измеряет предельную производительность этих факторов. Если цена ресурсов равна P , а кривая BC является стоимостным выражением предельной производительности MRP , то производство будет продолжаться до тех пор, пока MRP не будет равно P (см. рис. 54). В этом случае производитель будет максимизировать свой доход.

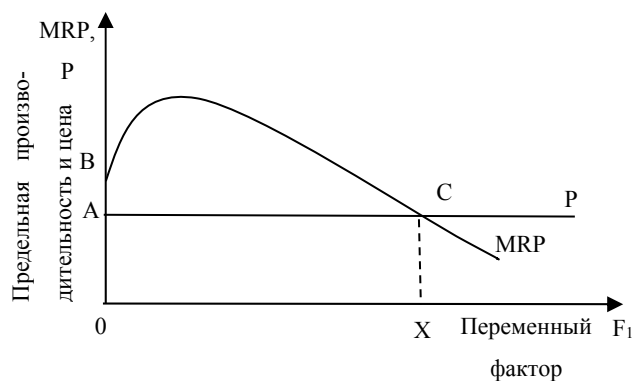


Рис. 54. Предельная производительность, цена и степень использования ресурса в производстве

Правило максимизации прибыли является дальнейшим развитием правила минимизации издержек. Если правило минимизации издержек отражало, что:

$$MRP_1/P_1 = MRP_2/P_2 = MRP_n/P_n,$$

то правило максимизации прибыли утверждает, что это соотношение равно единице для всех $i = 1, 2, \dots, n$.

$$MRP_1/P_1 = MRP_2/P_2 = MRP_n/P_n = 1 \text{ или } MRP_i = P_i.$$

Правило максимизации прибыли на конкурентных рынках означает, что предельные продукты всех факторов производства в стоимостном выражении равны их ценам, или что каждый ресурс используется до тех пор, пока его предельный продукт в денежном выражении не станет равен его цене. Поэтому, согласно теории предельной производительности, каждому фактору производства полагается тот доход, который он создает.

Распределение всех доходов можно было бы назвать в известном смысле справедливым, если бы первоначальное распределение факторов производства характеризовалось равенством, одинаковой оплатой каждого фактора и господством совершенной конкуренции. Однако в условиях современной рыночной экономики нет ни того, ни другого, ни третьего.

Распределение ресурсов характеризуется значительным неравенством; каждый фактор оплачивается по-разному (труд - заработной платой, земля - рентой, капитал - процентом, предпринимательская способность - прибылью) и подчиняется разным законам распределения. Рынки факторов производства весьма далеки от условий совершенной конкуренции.

6.2. Выбор производственной технологии. Техническая и экономическая эффективность

Вернемся к производственной функции. Сначала мы рассматривали изменение объема производства, предполагая изменение единственного ресурса F_1 . Остальные ресурсы (F_2, F_3, \dots, F_n) были постоянными. Теперь предположим, что производственная функция состоит не из одного, а из двух переменных факторов (от других ресурсов мы пока абстрагируемся), а объем производства является величиной постоянной.

На 1-м этапе: $Q = f(F_1, F_2, \dots, F_n)$; Q и F_1 – переменные величины, $F_2 \dots F_n$ – постоянные величины.

На 2-м этапе: $Q = f(F_1, F_2)$; Q – переменная величина, F_1, F_2 – постоянные величины.

Предположим, что в производстве жевательной резинки используются только два ресурса F_1 и F_2 , например труд и капитал (рис. 55).

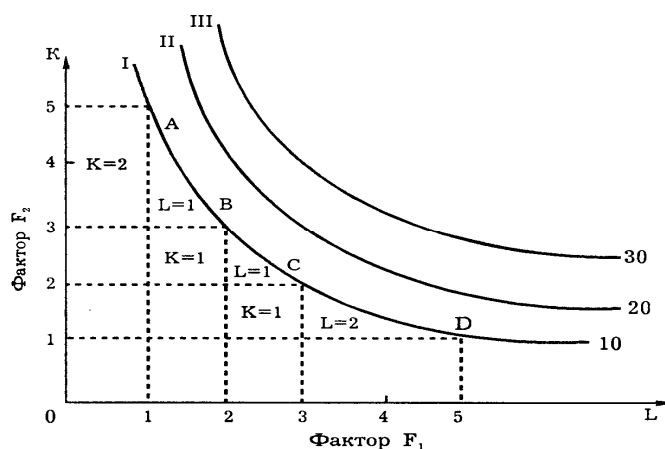


Рис. 25. Изокванты (арта изоквант)

При заданной технологии один и тот же выпуск продукции (10 тыс. жевательных резинок) может быть обеспечен с большим применением капитала (как в точке А) или с большим привлечением труда (как в точке D).

Возможны и промежуточные варианты (точки В и С). Если мы соединим все сочетания ресурсов, использование которых обеспечивает одинаковый объем выпуска продукции, то получатся изокванты. Если изокванта является непрерывной линией, то число возможных комбинаций ресурсов будет бесконечным, что обеспечивает чрезвычайную гибкость принимаемых фирмой решений по организации производства продукции.

Изокванта, или кривая постоянного (равного) продукта - кривая, представляющая бесконечное множество комбинаций факторов производства (ресурсов), обеспечивающих одинаковый выпуск продукции. Изокванты для процесса производства означают то же, что и кривые безразличия для процесса потребления. Они обладают аналогичными свойствами: имеют отрицательный наклон, выпуклы относительно начала координат и не пересекаются друг с другом.

Изокванта, лежащая выше и правее другой, представляет собой больший объем выпускаемой продукции, например 20 тыс. жевательных резинок, 30 тыс. штук и т.д. Однако, в отличие от кривых безразличия, где суммарное удовлетворение потребителя точно измерить нельзя, изокванты показывают реальные уровни производства: 10 тыс., 20 тыс., 30 тыс. и т.д.

Совокупность изоквант, каждая из которых показывает максимальный выпуск продукции, достигаемый при использовании определенных сочетаний ресурсов, называется картой изоквант.

Зона технического замещения. Мы будем рассматривать изокванты лишь в зоне технического замещения (или субституции), где изокванты низшего порядка не пересекаются с изоквантами более высокого уровня. Чтобы нагляднее проанализировать эту мысль, предположим обратное – пересечение изоквант (рис. 56).

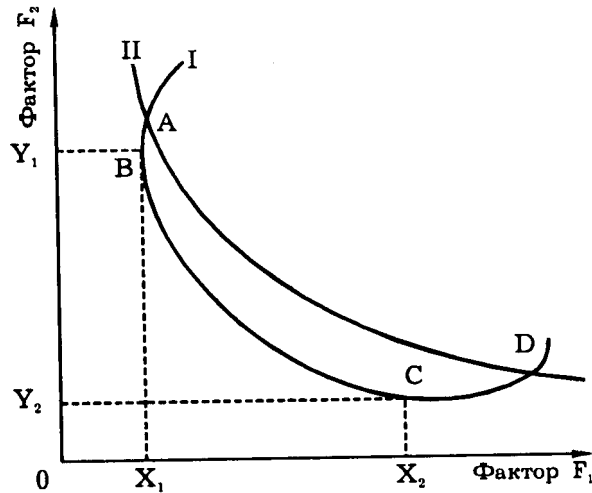


Рис. 56. Зона технического замещения (субституции)

Допустим, изокванта I пересекает изокванту II в точках A и D. Это означает, что для производства меньшего количества продукции (например, 10 тыс. жевательных резинок) требуется столько же ресурсов, сколько было бы достаточно для производства большего количества продукции (например 20 тыс. резинок).

Очевидно, что такая производственная комбинация неэффективна. Для рационального производителя проблема выбора оптимального сочетания ресурсов может быть поставлена лишь в пределах зоны технического замещения (субституции), т. е. в пределах кривой BC. Именно эта область и будет предметом нашего анализа в дальнейшем.

Рассмотрим рис. 56. Увеличение затрат фактора F_1 (труда) компенсирует уменьшение затрат фактора F_2 (капитала). Угловой коэффициент изокванты показывает нам, как происходит техническое замещение (субституция) одного ресурса (капитала) другим (трудом).

Поэтому абсолютное значение этого коэффициента характеризует предельную норму технического (или технологического) замещения (*marginal rate of technical substitution*) - MRTS.

Предельная норма технического замещения MRTS аналогична предельной норме замещения (MRS) в теории потребительского поведения:

$$MRTS_{LK} = dy/dx = \Delta K/\Delta L.$$

В табл. 3 показано изменение предельной нормы технического замещения при росте затрат труда с 1 до 5. С увеличением затрат труда уменьшаются затраты капитала. Это означает, что уменьшается предельная производительность труда и увеличивается предельная производительность капитала, т. е.

$$MRTS_{LK} = \Delta K/\Delta L = MP_L/MP_K.$$

Таблица 4

Измерение нормы технического замещения капитала трудом
(данные условные, рис. 56)

Затраты труда	MRTS _{LK} = ΔK/ΔL
С 1 до 2	2
С 2 до 3	1
С 3 до 5	2

Уменьшение предельной нормы технического замещения одного фактора другим (в данном случае капитала трудом) свидетельствует о том, что эффективность использования любого ресурса ограничена. По мере замены капитала трудом отдача последнего (т.е. производительность труда) снижается. Аналогичная ситуация происходит и в ходе замены труда капиталом. Это означает, что

$$MP_L \times \Delta L + MP_K \times \Delta K = 0$$

Равновесие производителя. Анализ с помощью изоквант имеет для производителя очевидные недостатки, так как использует только натуральные показатели затрат ресурсов и выпуска продукции.

Максимизировать выпуск при данных издержках позволяет прямая равных издержек, или изокоста (*isocost line*). Если P₁ - цена фактора производства F₁ а P₂ - цена F₂, то, располагая определенным бюджетом С, наш производитель может купить Х единиц фактора F₁ и Y единиц фактора F₂:

$$C = P_1X + P_2Y \text{ или } Y = - P_1/P_2 \times X + C/P_2.$$

Для труда и капитала:

$$C = wL + rK \text{ или } K = C/r - w/r \times L$$

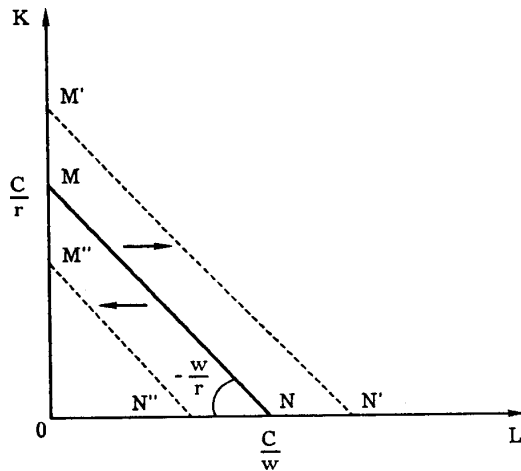


Рис. 57. Изокоста

Это уравнение прямой представляет комбинации ресурсов, использование которых ведет к одинаковым затратам, израсходованным на производство (рис. 57). Рост бюджета производителя или снижение цен ресурсов сдвигает изокосту вправо, а сокращение бюджета или рост цен – влево (рис. 57).

Касание изокванты с изокостой определяет положение равновесия производителя, поскольку позволяет достичь максимального объема производства при имеющихся ограниченных средствах, которые можно затратить на покупку ресурсов.

Учитывая, что в точке Т (рис. 58) изокванта и изокоста имеют одинаковый наклон и что наклон изокванты измеряется предельной нормой технического замещения, можно записать условие равновесия как:

$$MRTS_{LK} = - dK/dL = - w/r$$

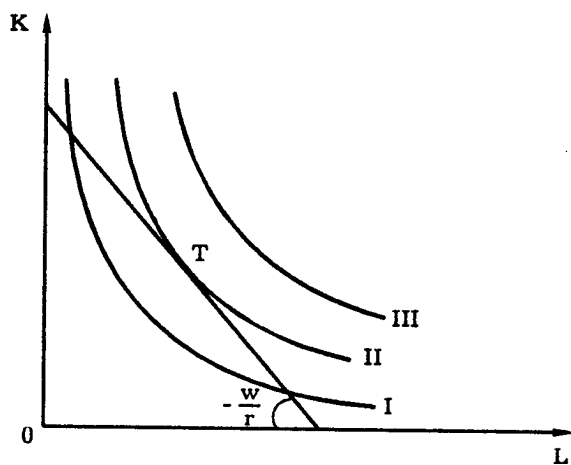


Рис. 58. Равновесие производителя

Путь развития и экономия от масштаба производства. Предположим, что цены ресурсов остаются неизменными, тогда как бюджет производителя постоянно растет.

Соединив точки пересечения изоквант с изокостами, мы получим линию OS - «путь развития» (аналогичную линии уровня жизни в теории поведения потребителя). Эта линия показывает темпы роста соотношения между факторами в процессе расширения производства. На рис. 29, например, труд в ходе развития производства используется в большей мере, чем капитал. Форма кривой «путь развития» зависит, во-первых, от формы изоквант и, во-вторых, от цен на ресурсы (соотношение между которыми определяет наклон изокост). Линия «путь развития» может быть или кривой, исходящей из начала координат.

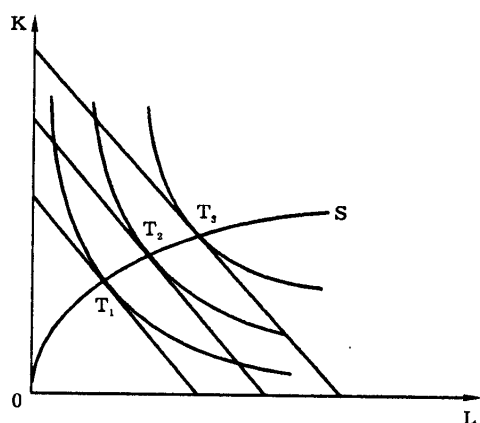


Рис. 59. Кривая «путь развития»

Если расстояния между изоквантами уменьшаются, это свидетельствует о том, что существует возрастающая экономия от масштаба, т. е. увеличение выпуска достигается при относительной экономии ресурсов (рис. 60).

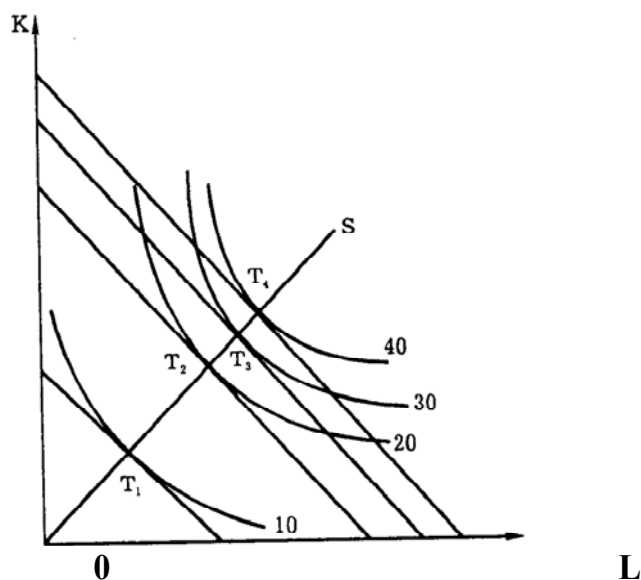


Рис. 60. Возрастающая экономия от масштаба

Если расстояния между изоквантами увеличиваются, это свидетельствует об убывающей экономии от масштаба (рис. 61).

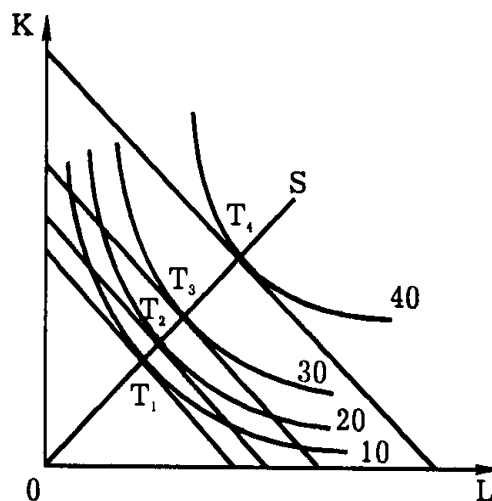


Рис. 61. Убывающая экономия от масштаба

В случае, когда увеличение производства требует пропорционального увеличения ресурсов, говорят о постоянной экономии от масштаба (рис. 62).

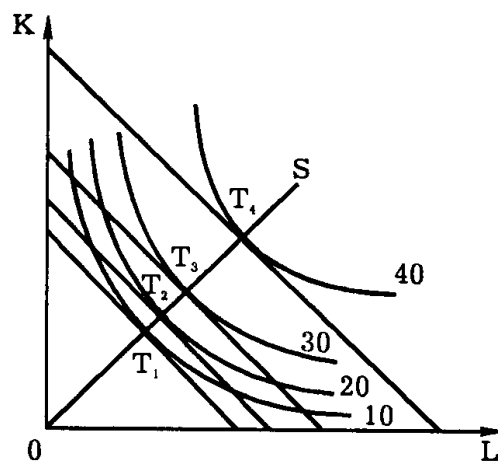


Рис. 62. Постоянная экономия от масштаба

Таким образом, изокванта позволяет не только экономно использовать имеющиеся ресурсы для достижения данного объема производства, но и определить минимально эффективный размер предприятия в отрасли.

В случае возрастающей экономии от масштаба фирме необходимо наращивать объем производства, так как это приводит к относительной экономии имеющихся ресурсов. Убывающая экономия от масштаба свидетельствует о том, что минимально эффективный размер предприятия уже достигнут и дальнейшее наращивание производства нецелесообразно. Тем самым анализ выпуска с помощью изоквант позволяет определить техническую эффективность производства. Пересечение изоквант с изокостой позволяет определить не только технологическую, но и экономическую эффективность, т. е. выбрать технологию (трудо- или капиталосберегающую, энерго- или материалосберегающую и т. д.), позволяющую обеспечить максимальный выпуск продукции при тех денежных средствах, которыми располагает производитель для организации производства.

Тема 7. Фирма как совершенный конкурент

7.1. Экономическая природа фирмы

Одним из основных элементов рыночного хозяйства является фирма.

Фирма (*firm*) - это экономический субъект, который занимается производственной деятельностью и обладает хозяйственной самостоятельностью (в принятии решений о том, что, как и в каких размерах производить, где, кому и по какой цене продавать свою продукцию).

Фирма объединяет ресурсы для производства определенных экономических благ с целью максимизации прибыли.

Существуют две основные формы организации экономической деятельности: стихийный порядок и планомерный порядок, предполагающий создание иерархических структур.

Оба обуславливают разделение функций и координацию деятельности между экономическими агентами. Однако в первом случае такая координация осуществляется через рынок, а во втором - путем объединения (кооперации) индивидуальных действий на основе инструкций и распоряжений предпринимателя.

Рынок предполагает обособление средств производства, фирма - их концентрацию. В условиях рынка господствуют косвенные методы контроля, на фирме - прямые.

Рынок исключает диктат, он основывается на экономических стимулах; фирма, наоборот, предполагает единоначалие, основывается на административных формах управления.

Существование фирм в рыночной экономике требует научного объяснения. Если рыночный механизм является достаточно совершенным, то почему возникают фирмы?

Вопрос этот можно сформулировать с точностью до наоборот: если основу современной рыночной экономики составляют фирмы, то почему все общество с течением времени не превращается в одну огромную фирму, которая вытеснила бы рыночный порядок?

Согласно Р. Коузу и его последователям, основу фирмы составляет пучок контрактов между владельцами определенных факторов производства.

Основные типы контрактов. В теории экономических организаций выделяются три основных типа контрактов.

1. Классический.
2. Неоклассический.
3. Отношенческий, или имплицитный.

Классический контракт (*classical contract law*) - это двусторонний контракт, основанный на существующих юридических правилах, четко фиксирующий условия сделки и предполагающий санкции в случае невыполнения этих условий.

Неоклассический контракт (*neoclassical contract law*) - это долгосрочный контракт в условиях неопределенности, когда невозможно заранее предвидеть все последствия заключаемой сделки.

Отношенческий, или имплицитный, контракт (*relational contracting*) - это долгосрочный взаимовыгодный контракт, в котором неформальные условия преобладают над формальными.

В современной неинституциональной теории под *фирмой (firm)* понимается коалиция владельцев факторов производства, связанных между собой сетью контрактов, в результате чего достигается минимизация транзакционных издержек.

Система контрактов заключается между владельцами определенных ресурсов.

Общие ресурсы - это ресурсы, ценность которых не зависит от нахождения в данной фирме: и внутри, и вне ее они оцениваются одинаково.

Специфические ресурсы - это ресурсы, ценность которых внутри фирмы выше, чем вне ее.

Интерспецифические ресурсы - взаимодополняемые, взаимоуникальные ресурсы, максимальная ценность которых достигается только в данной фирме и посредством нее.

Если фирма распадается, то каждый из интерспецифических ресурсов не сможет найти адекватной замены на рынке или в рамках другой организации.

Сердцевину фирмы составляет долговременный отношенческий контракт, заключенный между собственниками интерспецифических ресурсов. Наличие интерспецифических и специфических ресурсов в фирме позволяет экономить транзакционные издержки, а их владельцам - получать экономическую прибыль (квазиренду).

Такая трактовка природы фирмы позволяет объяснить многообразие форм современных фирм. Уникальность вступающих в коалицию интерспецифических ресурсов и многообразие транзакционных издержек объясняют специфику форм контрактов, лежащих в основе разнообразных видов современных фирм.

Многообразие способов минимизации транзакционных издержек предопределяет, по мнению сторонников неинституционального подхода, многообразие фирм.

Анализ экономических организаций: основные концепции. Рассмотрим основные современные подходы к анализу экономических организаций.

Все существующие экономические теории с известной долей условности можно вслед за О. Уильямсоном разделить на две большие группы: технологические и организационные.

Первую составляют те, которые подходят к фирме как к конкретизации теории производства и рассматривают ее через призму производственных функций, X-эффективности и других производственных связей.

Вторая группа теорий рассматривает фирму прежде всего как сеть контрактов, как организацию, как институт (см. рис. 62).

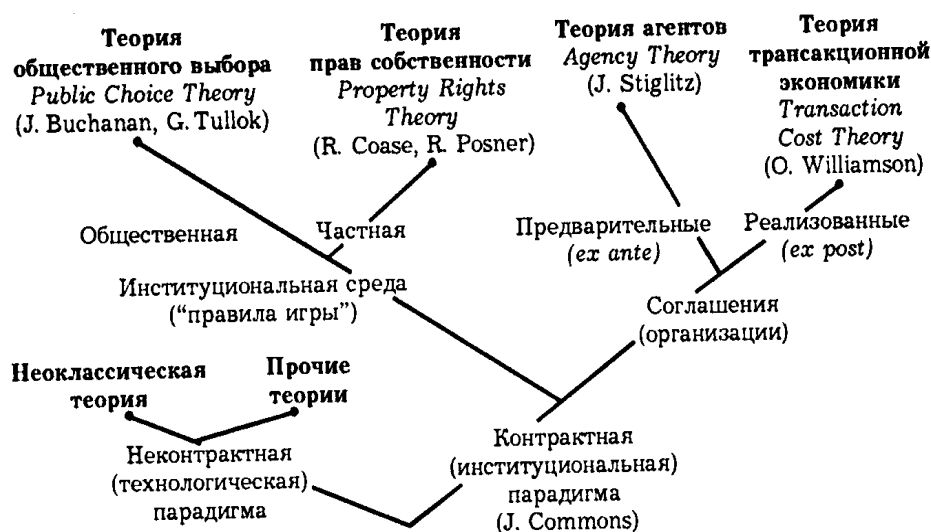


Рис. 62. Основные подходы к анализу экономических организаций («дерево институционализма»)

Институциональная парадигма может быть представлена в виде двух основных направлений.

Первое анализирует организации «извне» через институциональную среду, т. е. исследует социальные, юридические и политические «правила игры», без которых невозможно понять особенности функционирования и развития экономических организаций, их роль в производстве, распределении, обмене и потреблении товаров и услуг. В рамках этого направления теория прав собственности изучает институциональную среду деятельности экономических организаций в частном секторе экономики, а теория общественного выбора - институциональную среду деятельности индивидов и организации в общественном секторе (такой подход, естественно, является упрощением, концентрирующим внимание на главном направлении исследований указанных теорий).

Второе направление институционализма исследует организации прежде всего «изнутри», т. е. через систему соглашений, контрактов. Теория аген-

тов (принципала-агента) концентрирует свое внимание на предварительных предпосылках (побудительных мотивах) контрактов (*ex ante*), а теория трансакционной экономики - на уже реализованных соглашениях (*ex post*), выражающихся в различных управленческих структурах.

7.2. Основные формы деловых предприятий

Основными формами деловых предприятий являются частнопредпринимательские фирмы и корпорации, регулируемые и государственные фирмы, потребительские кооперативы и неприбыльные организации, партнерства и самоуправляющиеся фирмы. Наиболее распространенными из них являются частнопредпринимательские фирмы, партнерства и корпорации.

Частнопредпринимательская фирма (индивидуальное предпринимательство) - это фирма, владелец которой самостоятельно ведет дела в собственных интересах; управляет ею, получает всю прибыль (остаточный доход) и несет персональную ответственность по всем ее обязательствам (т. е. является субъектом неограниченной ответственности).

Собственник классической фирмы является центральной фигурой, с которой владельцы всех остальных ресурсов заключают контракты. Он обладает правом найма и увольнения, т. е. контролирует поведение всех остальных членов команды. Поэтому он получает весь остаточный доход - всю прибыль за вычетом издержек по ведению дела. Наконец, он вправе продать все, чем он обладает, передать все свои права другому лицу.

Обычно собственником классической фирмы является владелец наиболее важного (интерспецифического) ресурса. Таким интерспецифическим ресурсом может быть как физический, так и человеческий капитал. Например, в проектно-конструкторских организациях или в рекламном бюро и т. д. роль человеческого капитала чрезвычайно высока, поэтому владельцами фирмы являются талантливые работники.

Несомненными достоинствами частнопредпринимательской фирмы являются:

- 1) простота организации (учреждения, управления и т. д.);
- 2) свобода действий (не связанная с необходимостью согласования в принятии решений и т. д.);
- 3) сильный экономический стимул (получение всей прибыли одним лицом).

Среди очевидных недостатков частнопредпринимательской фирмы следует назвать в первую очередь:

- 1) ограниченность финансовых и материальных ресурсов (связанная как с недостатком средств собственника фирмы, так и с трудностью получения кредитов);
- 2) отсутствие развитой системы внутренней специализации производственных и управленческих функций (особенно в условиях мелкого и среднего производства, наиболее типичного для данной формы собственности);
- 3) существование неограниченной ответственности (когда собственник в случае банкротства рискует не только капиталом, вложенным в дело, но и всей своей личной собственностью).

Партнерство – это фирма, организованная рядом лиц, совместно владеющих и управляющих предприятием.

Основные права здесь принадлежат всем партнерам. Они осуществляют эффективный контроль за деятельностью друг друга. Партнерства типичны для различных сфер интеллектуальной деятельности, таких, как искусство, юриспруденция, медицина и т. д. Они, как правило, жизнеспособны при ограниченном числе участников.

Бывает, что все партнеры принимают активное участие в работе фирмы, но чаще наряду с активными членами встречаются и партнеры, играющие пассивную роль.

В ряде случаев возникают партнерства с ограниченной ответственностью. Это означает, что наряду с основными участниками, полностью отвечающими за деятельность фирмы, имеются партнеры, ответственность которых ограничивается суммой, вложенной в дело (партнеры с ограниченной ответственностью).

Партнерства разделяют большинство достоинств частнопредпринимательской фирмы (в частности, их легко организовать и ими несложно управлять). В то же время они обладают рядом преимуществ по сравнению с частнопредпринимательской фирмой. Здесь уже в большей мере можно использовать разделение труда и специализацию в производстве и управлении, легче преодолеть финансовые барьеры для начала и продолжения деятельности.

Как и частнопредпринимательская фирма, партнерства обладают рядом недостатков (скудность финансовых средств, неограниченная ответственность и др.). К ним, однако, добавляются новые. Главными из них являются разделение функций (в результате которого может возникнуть несогласованность действий и даже несовместимость интересов) и угроза потенциального распада партнерства (в результате возникающих противоречий или выхода из дела одного из партнеров).

Иногда по типу партнерства организованы большие трудовые коллективы. Так возникли самоуправляющиеся фирмы югославского типа. В этом случае владельцами предприятия являются все - владельцы как интерспецифических, так и общих ресурсов. Все они имеют одинаковые права.

Поскольку все стратегические вопросы решаются совместно, нередким является распределение прибыли в пользу настоящего (повышения зарплаты) и в ущерб будущему (инвестициям в производство). «Проедание» средств создает недостаточность инвестиционных ресурсов и, как следствие, медленные темпы научно-технического прогресса и развития производства.

Третьим, основным видом делового предприятия является современная (открытая) корпорация.

Корпорация - это фирма, имеющая форму юридического лица, где ответственность каждого собственника ограничена его вкладом в данное предприятие. Корпорация - общество, основанное на паях. Покупая ценные бумаги (акции и облигации), индивиды (домохозяйства) становятся собственниками корпорации.

Через рынок ценных бумаг возможно быстрое привлечение финансовых средств огромного числа людей. Держатели акций получают часть дохода (дивиденд) и рискуют только той суммой, которую они заплатили при покупке акций (облигаций). Кредиторы предъявляют иск к корпорации в целом, но не к акционерам как частным лицам (право ограниченной ответственности).

Более глубокая специализация, широкое привлечение высококвалифицированных кадров способствуют росту эффективности корпорации. Благодаря корпорациям стало возможным внедрение достижений научно-технического прогресса, постоянное обновление ассортимента выпускаемой продукции, освоение технологий массового производства.

Корпорация - это специфический тип деловых предприятий, который имеет форму существования, отличную от физических лиц (форма юридического лица).

Корпорация существует независимо от ее владельцев - акционеров. Если им не нравится проводимая корпорацией политика, они вправе продать свой пай, но, как правило, не в состоянии ликвидировать компанию как таковую. Поэтому современные корпорации характеризуются известной стабильностью. Они сохраняют свои специфические ресурсы независимо от воли и желания отдельных акционеров.

Наряду с несомненными достоинствами корпорации обладают и вполне ощутимыми недостатками.

Корпорации открывают широкий простор для всевозможных злоупотреблений, в результате возникает разрыв между функцией собственности и

функцией управления. Мелкие и средние держатели обычно не обладают необходимой и достаточной информацией для осуществления действенного контроля. В корпорации происходит размывание прав собственности, поскольку возможности контроля за деятельностью команды ослабляются.

Держатели контрольного пакета акций могут осуществлять контроль лишь за высшими управляющими. Возможности оппортунистического поведения расширяются. Стремясь к личному обогащению, высшие менеджеры участвуют в чрезвычайно рискованных операциях, а иногда идут и на прямые злоупотребления властью (махинации с ценными бумагами, перелив капитала в дочерние компании, сомнительная производственная деятельность и т.д.).

Однако, как правило, такие злоупотребления возможны лишь в определенных пределах. Сдерживающим фактором выступает сам рынок. Если корпорация начинает работать плохо, опасность вмешательства акционеров в повседневные дела компании возрастает. Возникает угроза «поглощения» данной фирмы другой и полной смены команды (во всяком случае, ее верхнего эшелона).

К тому же снижается престиж менеджеров компании на рынке менеджерского труда, что может в перспективе привести к резкому сокращению доходов.

Другим крупным недостатком деятельности современной корпорации является двойное налогообложение. Дело в том, что часть дохода корпорации, которая выплачивается акционерам в виде дивидендов, сначала облагается налогом как прибыль корпорации, а потом как часть дохода держателя акций. В результате большая часть прибыли превращается в налоги, уплачиваемые государству.

Деятельность ряда фирм регулируется государством. В этом случае государство вводит ограничения на размеры прибыли, т. е. регулирует остаточный доход. Такая политика государства приводит к тому, что часть при-

были либо превращается в издержки (путем повышения заработной платы, дополнительного премирования и т. д.), либо дарится потребителям путем снижения цены выпускаемой продукции.

Государство не только регулирует деятельность частных фирм. Ряд фирм находится в собственности государства. Государственная собственность означает отсутствие права на свободную продажу имеющихся правомочий.

Таким образом, деятельность менеджеров не получает прямой рыночной оценки. Менеджеры государственных предприятий контролируются собственниками (гражданами государства) в меньшей степени, чем менеджеры частных компаний.

Ослабление контроля открывает широкие возможности для оппортунистического поведения и различных злоупотреблений. Срок службы управляющих, как правило, дольше, чем в частном секторе. Они меньше рискуют, меньше заботятся о прибыли. Государство нередко занижает цены на продукцию своих предприятий, ведь убытки могут быть покрыты за счет налогоплательщиков.

Неприбыльные (некоммерческие) организации – широко распространенная форма в условиях современной рыночной экономики.

К ним относятся профсоюзы, клубы, церкви, госпитали, колледжи, общества милосердия и другие организации, которые не стремятся к получению прибыли.

Некоторые из них полностью зависят от пожертвований, другие получают доходы от своей деятельности - продажи товаров и услуг. Многие из этих организаций имеют статус корпораций.

Однако это специфический вид корпораций. Это корпорации без акционеров. Обычно они управляются советом попечителей, выбранных или сформированных в соответствии с уставом данной организации. Если в ре-

результате деятельности такой организации появляется прибыль, то она обычно вкладывается в дело.

Кооперативы образуются путем объединения части ресурсов своих членов с целью извлечения взаимной выгоды. Кооперативы могут быть потребительскими или сбытовыми.

В первом случае покупатели приобретают возможность получать товары по оптовым ценам, во втором - контролировать продажу произведенной ими продукции. Прибыль обычно не является самоцелью деятельности таких организаций, хотя появление ее не исключено.

7.3. Фирма: издержки производства и прибыль

Прибыль - экономическая категория, сущность которой может быть определена через ее функции.

1. Регулирующая. Прибыль позволяет регулировать денежные потоки в организации, она распределяет все денежные средства по различным направлениям развития и фондам, среди которых основными являются: фонд накопления, который создает запасы для будущего использования, фонд потребления, необходимый для удовлетворения текущих нужд фирмы, а также валютный, фонд развития производства, фонд материальных поощрений и пр.

2. Стимулирующая. Получение прибыли дает организации возможность осуществления изменений, инноваций и внедрения последних достижений научно-технического прогресса. Если фирма в достаточной степени обеспечена финансовыми ресурсами, это значит, что она стимулирована на развитие, расширение сферы деятельности.

3. Контролирующая - представляет собой не что иное, как характеристику экономического эффекта деятельности предприятия. Прибыль позволяет наблюдать и анализировать внутренние процессы в организации, по-

сколько характеризует структуру потребления и сбережения, величину издержек и потенциальные возможности на перспективу.

4. Прибыль - источник финансирования расширения масштаба производства. Фирмы, которые получают прибыль, имеют возможность осуществлять воспроизводственный процесс, т. е. вести непрерывную производственную деятельность. Они обладают инвестиционным запасом и могут направить его снова в производство, при этом не только для расширения его масштаба, но также и в целях совершенствования предприятия.

Экономическая теория выделяет экономическую и бухгалтерскую прибыль. В общем виде прибыль (*profit*) определяется как разность между совокупной выручкой (*total revenue*) и совокупными издержками (*total cost*):

$$TR - TC = Pr,$$

Где, *TR* (total revenue) - совокупная выручка (доход);

TC (total cost) - совокупные издержки;

Pr (profit) - прибыль.

Однако сами издержки бывают внешними (явными) и внутренними (неявными). К внешним издержкам относятся платежи внешним (по отношению к данной фирме) поставщикам. Вычтя из совокупной выручки (дохода) внешние издержки, мы получаем бухгалтерскую прибыль.

Бухгалтерская прибыль, однако, не учитывает внутренние (или скрытые) издержки. Внутренними издержками являются:

1) издержки на ресурсы, принадлежащие самому предпринимателю, а также

2) нормальная прибыль, которая приходится на такой важнейший ресурс, каким является предпринимательская способность.

Вычтя из бухгалтерской прибыли внутренние издержки, мы получаем экономическую прибыль (рис. 63).

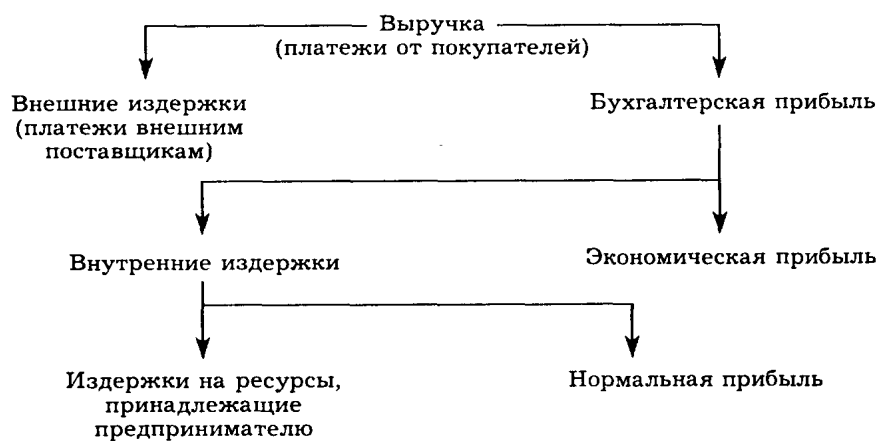


Рис. 63. Структура выручки предпринимателя

Таким образом, в отличие от бухгалтерской прибыли, которая учитывает только внешние издержки, экономическая прибыль определяется путем вычета из выручки как внешних, так и внутренних издержек (включая нормальную прибыль). Внешние и внутренние издержки в сумме образуют экономические, или альтернативные, издержки. Это значит, что при определении объема реальной прибыли следует исходить из такой цены ресурса, которую получил бы его владелец при наилучшем его использовании.

Экономические издержки позволяют понять различие между подходами бухгалтера и экономиста к оценке деятельности фирмы.

Бухгалтера интересуют прежде всего результаты деятельности фирмы за определенный (отчетный) период. Он анализирует прошлое, имеющийся опыт в деятельности фирмы.

Экономиста, наоборот, интересуют перспективы деятельности фирмы, ее будущее. Именно поэтому он пристально следит за ценой наилучшей альтернативы использования ресурсов, которыми он располагает.

Для более детального анализа экономической деятельности фирмы введем понятия совокупного, среднего и предельного дохода (выручки).

Совокупный доход (*total revenue - TR*) – это сумма дохода, получаемого фирмой от продажи определенного количества блага:

$$TR = P \times Q,$$

Где, *TR (total revenue)* – совокупный доход;

P (*price*) - цена;

Q (*quantity*) - проданное количество благ.

Средний доход (*average revenue - AR*) - доход, приходящийся на единицу проданного блага.

В условиях совершенной конкуренции средний доход равен рыночной цене:

$$AR = TR/Q = P \times Q/Q = P.$$

Предельный доход (*marginal revenue - MR*) - приращение дохода

$$MR = dTR/dQ = d(P \times Q)/dQ = PdQ/dQ = P.$$

Если отложить на оси абсцисс количество продукта, а на оси ординат - совокупную выручку (доход), то зависимость дохода от продукции изображается в форме луча, выходящего из начала координат (рис. 64).

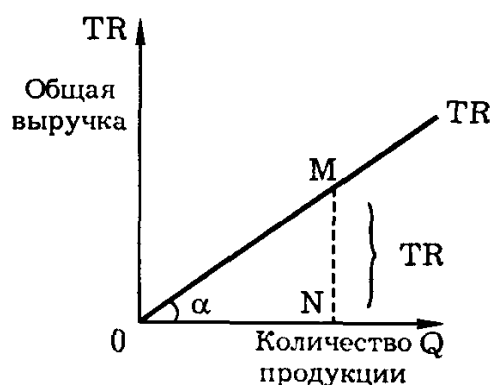


Рис. 64. Совокупная выручка (доход)

Согласно графику $AR = TR/Q = MN/ON = = MR = P$.

В условиях совершенной конкуренции, когда производителей бесконечно много, никто из них не может оказать существенного влияния на цену производимой продукции.

Для фирм цена складывается объективно, независимо от их воли и желания, в результате чего каждая из фирм выступает как ценополучатель.

Поэтому если отложить на оси абсцисс количество продукции Q , а на оси ординат - цену P , то их взаимосвязь изображается прямой, параллельной

оси абсцисс (см. рис. 65). С экономической точки зрения это означает, что эластичность спроса по цене бесконечно велика.



Рис. 65. Цена, средний и предельный доход в условиях совершенной конкуренции

Совместив эти графики, мы получаем элементарные условия равновесия для отдельной фирмы: пересечение кривой предельного дохода с совокупной выручкой показывает равновесный объем производства при данной цене (рис. 66).

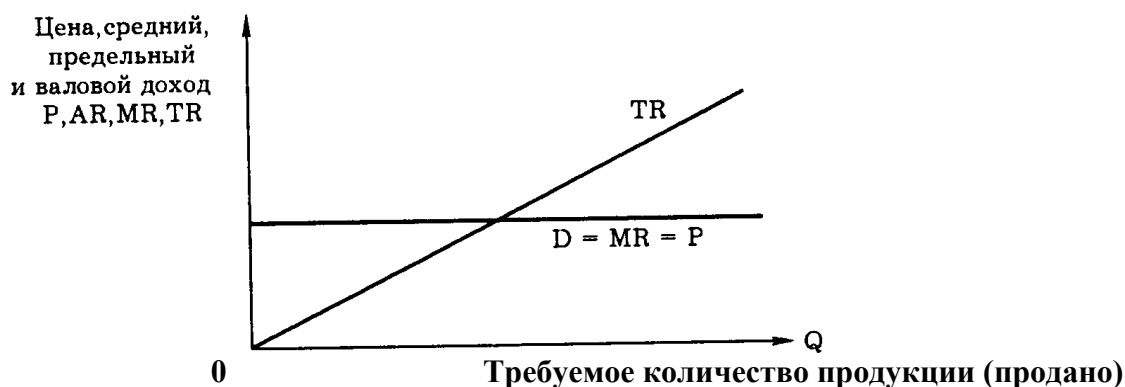


Рис. 66. Спрос, предельный и совокупный доход в условиях совершенной конкуренции

Перейдем теперь к анализу издержек. В теории фирмы важную роль играет фактор времени. Поэтому, прежде чем охарактеризовать издержки, введем понятия краткосрочного и долгосрочного периодов времени.

Краткосрочный (или короткий) (*short-run*) период - это отрезок времени, в течение которого одни факторы производства являются постоянными, а другие - переменными.

К постоянным факторам производства относятся такие ресурсы, как общие размеры зданий и сооружений, количество используемых машин и оборудования и т. д., а также количество фирм, функционирующих в отрасли. Предполагается, что возможности свободного доступа новых фирм в отрасль в краткосрочном периоде весьма ограничены.

В краткосрочный период фирма имеет возможность варьировать только степень загрузки производственных мощностей (путем изменения протяженности рабочего времени, количества использованного сырья и т. д.).

Долгосрочный (длительный) (*long-run*) период – это отрезок времени, в течение которого все факторы являются переменными.

В долгосрочном периоде фирма имеет возможность изменить общие размеры зданий и сооружений, количество используемых машин и оборудования и т. д., а отрасль - число функционирующих в ней фирм.

Долгосрочный период - это период, в течение которого преодолеваются барьеры для входа и выхода из отрасли. В отличие от кратчайшего периода, в котором все факторы производства постоянны, и краткосрочного, где часть факторов является постоянной, а часть переменной, в долгосрочном периоде фирма может изменять все параметры производства.

Разграничение трех периодов имеет важное значение для анализа издержек и особенностей поведения фирмы в условиях совершенной конкуренции, чистой монополии, олигополии, монополистической конкуренции и других типов рыночных структур.

Постоянные издержки (*fixed cost*) - это издержки, величина в краткосрочном периоде не изменяется с увеличением или сокращением объема производства.

К постоянным издержкам относятся издержки, связанные с использованием зданий и сооружений, машин и производственного оборудования, арендой, капитальным ремонтом, а также административные расходы.

Следует учесть, однако, что административные расходы и расходы по ремонту могут быть отнесены к постоянным издержкам с известной долей условности, так как они в некоторой степени зависят от размеров производства.

Понятие постоянных издержек может быть проиллюстрировано на графике (рис. 67).

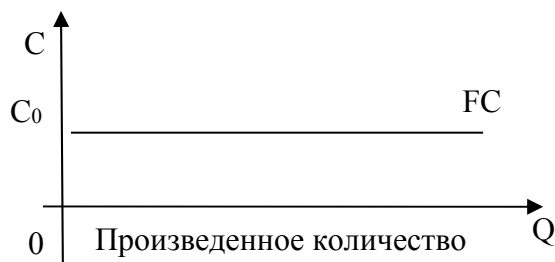


Рис. 67. Постоянные издержки

Отложим на оси абсцисс количество выпускаемой продукции, а на оси ординат - издержки. Тогда прямая постоянных издержек, представляющая собой константу, параллельна оси абсцисс. Она обычно обозначается FC. Поскольку с увеличением объема производства растет общая выручка, то средние постоянные издержки представляют собой все меньшую и меньшую величину, приходящуюся на единицу изделий (рис. 68). Средние постоянные издержки обозначаются AFC (*Average Fixed Cost*):

$$AFC = FC/Q,$$

где Q - объем производства.

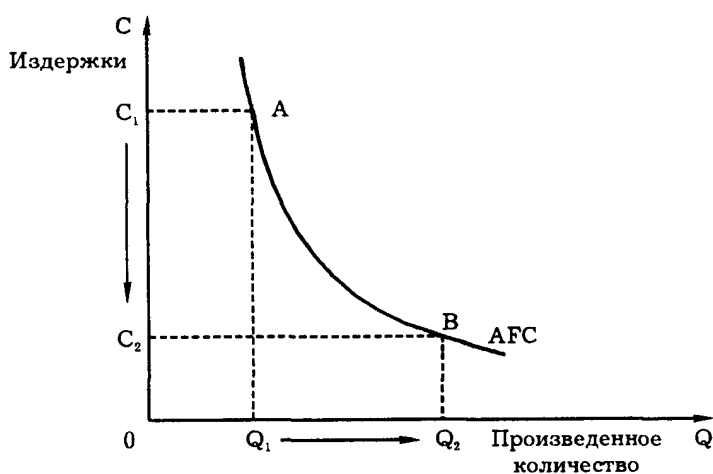


Рис. 68. Кривая средних постоянных издержек

Наряду с постоянными издержками выделяют переменные издержки, которые зависят от изменения объема производства.

Переменные издержки (*variable cost*) - это издержки, величина которых изменяется в зависимости от увеличения или уменьшения объема производства.

К переменным издержкам относятся затраты на сырье, электроэнергию, вспомогательные материалы, оплату труда. Они обозначаются VC .

В отличие от постоянных издержек, величина которых не зависит от изменения производства, переменные издержки увеличиваются или уменьшаются пропорционально выпуску продукции. В начальный период организации производства переменные издержки растут более быстрыми темпами, чем произведенная продукция (рис. 69).

По мере достижения оптимальных размеров производства (в точке Q_1) происходит относительная экономия переменных издержек. Однако дальнейшее расширение производства приводит к новому росту переменных издержек, когда увеличение выпуска требует более быстрого роста издержек по сравнению с ростом производства.

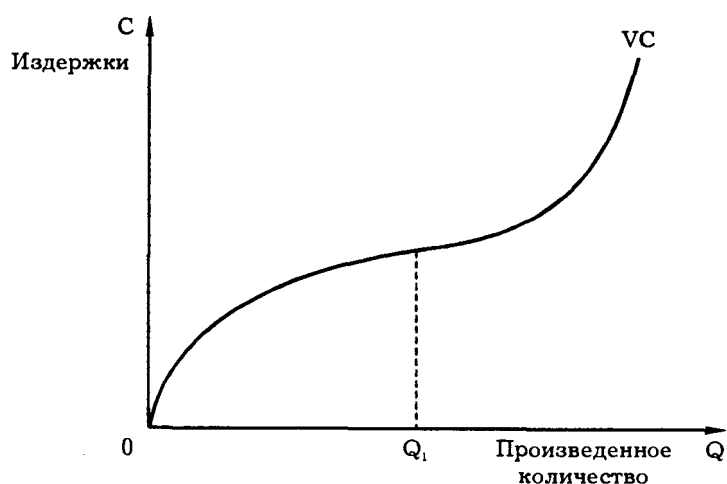


Рис. 69. Кривая переменных издержек

Средние переменные издержки AVC (*Average Variable Cost*) определяются путем деления переменных издержек на объем продукции Q :

$$AVC = VC/Q.$$

Они достигают своего минимума, когда достигнут технологически оптимальный размер предприятия (рис. 70).

Понятие средних переменных необходимо для определения эффективности хозяйствования фирмы, положения равновесия и определения ближайших перспектив развития - расширения, сокращения производства или ухода из отрасли. Разграничение постоянных и переменных издержек имеет важное значение для анализа процесса производства и поведения фирмы в условиях разных рыночных структур.

Общие издержки (*total cost*) - совокупность постоянных и переменных издержек фирмы в связи с производством продукции в краткосрочный период. Они обозначаются *ТС* или *С*.

Общие издержки являются функцией от произведенной продукции (*Q*):

$$TC = f(Q).$$

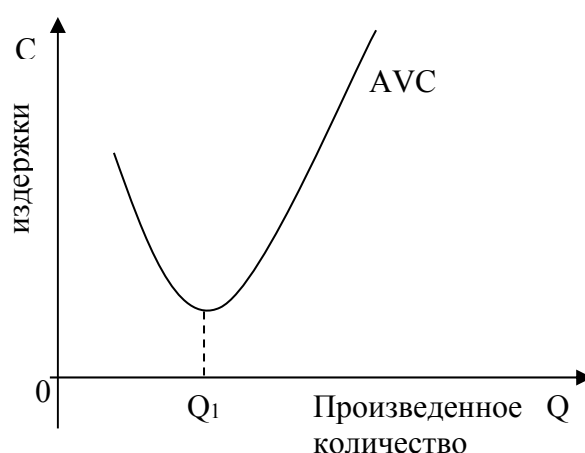


Рис. 70. Кривая средних переменных издержек

Часть издержек, не изменяющаяся с увеличением или сокращением производства, называется постоянными издержками, другая часть, зависящая от размеров производства, - переменными.

Общие издержки представляют собой их сумму:

$$TC = FC + VC,$$

где, *FC (Fixed Cost)* - постоянные издержки;

VC (Variable Cost) - переменные издержки.

Графически это означает суммирование кривых постоянных и переменных издержек (рис. 71).

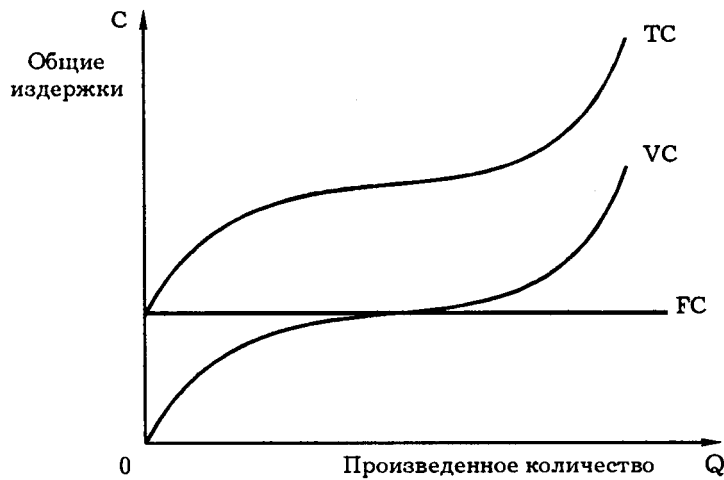


Рис. 71. Кривая общих издержек

Средние общие издержки можно получить путем деления общих издержек на количество выпущенной продукции:

$$ATC = TC/Q$$

или путем сложения средних постоянных (*AFC*) и средних переменных издержек (*AVC*):

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

Иногда средние общие издержки (*ATC*) обозначаются сокращенно как *АС*. Графически *ATC* могут быть получены путем суммирования кривых *AFC* и *AVC* (рис. 72).

Понятие средних общих издержек имеет важное значение для теории фирмы. Сравнение средних общих издержек с уровнем цен позволяет определить величину прибыли. Прибыль определяется как разность между общей выручкой *TR (Total Revenue)* и общими издержками *TC (Total Cost)*. Эта разница позволяет выбрать правильную стратегию и тактику в деятельности фирмы.

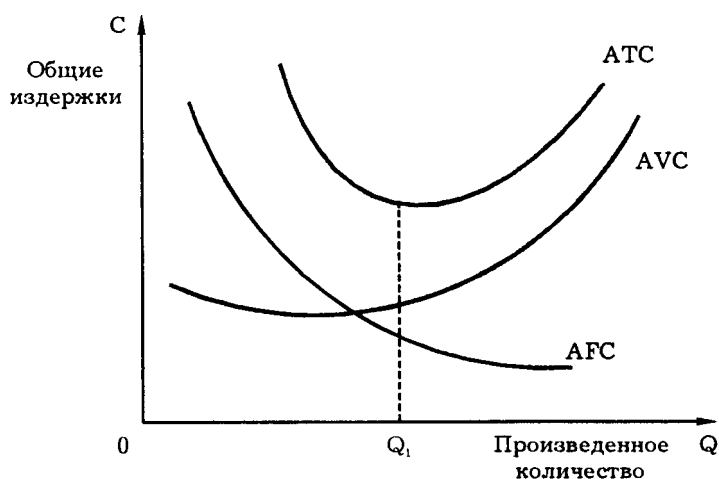


Рис. 72. Средние общие издержки

В заключение введем понятие предельных издержек. Предельные издержки (*marginal cost*) - это приращение совокупных издержек, вызванное бесконечно малым увеличением производства.

Под предельными издержками обычно понимают издержки, связанные с производством последней единицы продукции:

$$MC = dTC/dQ = d(FC + VC)/dQ = dFC/dQ = dVC/dQ = f(Q).$$

Из формулы видно, что постоянные издержки не влияют на величину предельных издержек. Предельные издержки - производная функция только от переменных издержек:

$$MC = dVC/dQ$$

Когда $MC < AC$, кривая средних издержек идет вниз: производство каждой новой единицы продукции уменьшает средние издержки.

Когда $MC > AC$, кривая средних издержек идет вверх: производство новой единицы продукции увеличивает средние издержки.

Когда $AC = \min$, то $MC = AC$.

Кривая предельных издержек пересекает кривую средних переменных издержек и кривую совокупных издержек в точках их минимального значения (рис. 73).

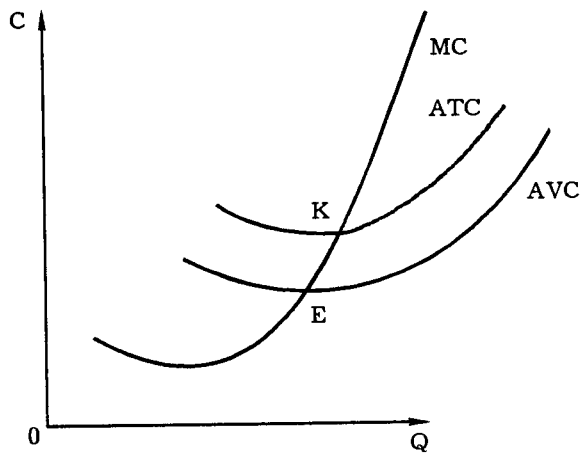


Рис. 73. Предельные и средние издержки

Графики, характеризующие взаимосвязь предельной и средней производительности, а также предельных и средних переменных издержек, зеркально симметричны по отношению друг к другу (см. рис. 74).

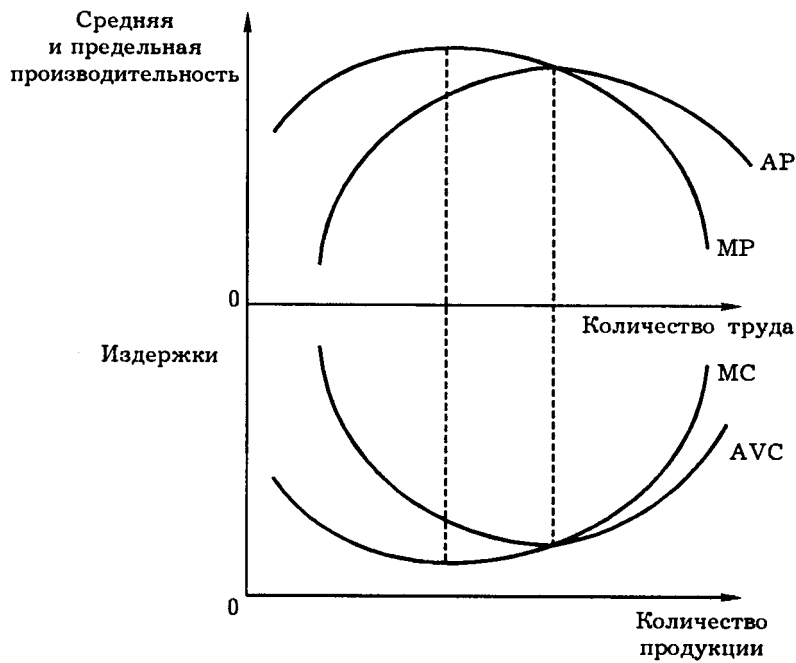


Рис. 74. Взаимосвязь средних и предельных издержек и средней и предельной производительности

7.4. Фирма: условия равновесия

Равновесие фирмы в краткосрочном периоде. Попытаемся выяснить, при каком уровне производства достигается максимальная прибыль, т.е. максимизируется разница между совокупным доходом и совокупными издержками.

Современная экономическая теория утверждает, что максимизация прибыли или минимизация издержек достигается тогда и только тогда, когда предельный доход равен предельным издержкам ($MR = MC$).

Рассмотрим это условие подробнее. Отложим на оси абсцисс количество продукции, а на оси ординат - совокупные Доходы и издержки (рис.75).

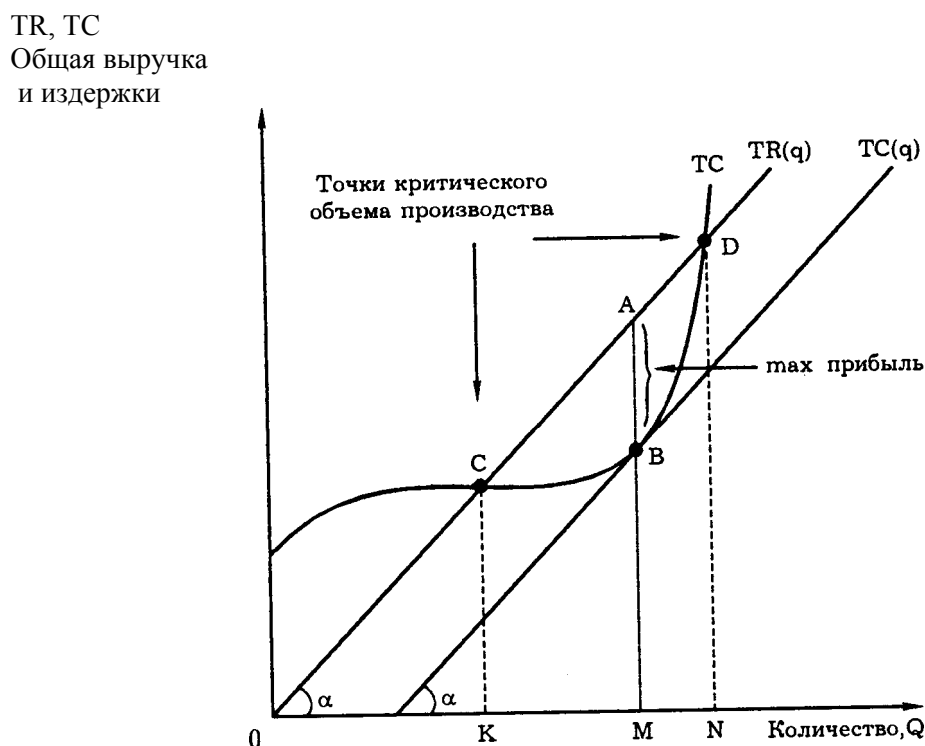


Рис. 75. Производство фирмы и достижение максимальной прибыли

Совокупный доход представляет собой прямую, выходящую из начала координат (см. рис. 64), а совокупные издержки получаются суммированием кривых постоянных и переменных издержек (рис. 71).

Соединив оба графика, легко понять, в каких пределах варьируется деятельность предприятия, приносящая доход. Максимальная прибыль производится, когда разрыв между TR и TC наиболее велик (отрезок АВ). Точки С и D являются точками критического объема производства. До точки С и после точки D совокупные издержки превышают совокупный доход ($TC > TR$), такое производство экономически убыточно и потому нецелесообразно. Именно в интервале производства от точки К до точки N предприниматель получает прибыль, максимизируя ее при выпуске, равном OM. Его задача - закрепиться в ближайшей окрестности точки В. В этой точке угловые коэффициенты предельного дохода (MR) и предельных издержек (MC) равны: $MR = MC$. Таким образом, условием максимизации прибыли является равенство предельного дохода предельным издержкам.

Сопоставление предельного дохода с предельными издержками можно осуществить и непосредственно (рис. 76).

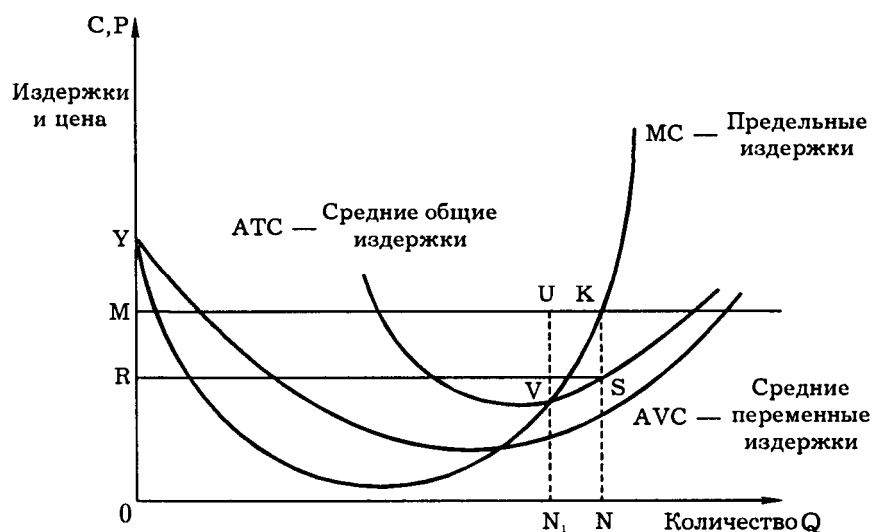


Рис. 46. Издержки и прибыль в конкурентной фирме в краткосрочном периоде

Производство следует продолжать до точки пересечения кривой предельных издержек с уровнем цен ($MC = P$). Поскольку в условиях совершенной конкуренции цена складывается независимо от фирмы и воспринимается

как заданная, фирма может увеличивать производство до тех пор, пока предельные издержки не сравняются с их ценой.

Если $MC < P$, то производство можно увеличивать, если $MC > P$, то такое производство осуществляется в убыток и его следует прекратить. На рис. 46 общий доход ($TR = PQ$) равен площади прямоугольника $OMKN$. Общие издержки TC равны площади $ORSN$, максимум общей прибыли ($Pr_{max} = TR - TC$) представляет площадь прямоугольника $MRSK$.

В условиях краткосрочного равновесия можно выделить четыре типа фирм (рис. 77).

Та фирма, которой удастся покрывать лишь средние переменные издержки ($AVC = P$), называется предельной фирмой.

Такой фирме удастся быть «на плаву» лишь недолгое время (краткосрочный период). В случае повышения цен она сможет покрыть не только текущие (средние переменные издержки), но и все издержки (средние общие издержки), т. е. получать нормальную прибыль (как обычная допредельная фирма, где $ATC = P$).

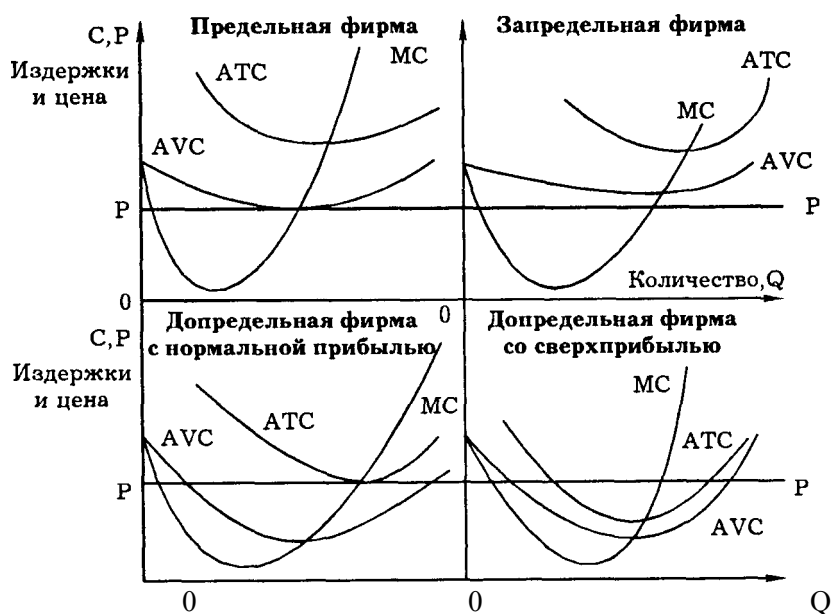


Рис. 77. Классификация фирм в условиях краткосрочного равновесия

В случае снижения цен она перестает быть конкурентоспособной, так как не может покрывать даже текущие издержки и вынуждена будет покинуть отрасль, оказавшись за ее пределами (запредельная фирма, где $AVC > P$). Если цена больше средних общих издержек ($ATC < P$), то фирма наряду с нормальной прибылью получает сверхприбыль.

Равновесие фирмы в долгосрочном периоде. В условиях долгосрочного периода фирма может изменить все свои ресурсы (все факторы становятся переменными), а отрасль может менять число своих фирм. Поскольку фирма может изменить все свои параметры, то она стремится расширить производство, снижая средние издержки.

В случае возрастающей производительности средние общие издержки уменьшаются (переход от ATC_1 к ATC_2 на рис. 78) при убывающей производительности - растут (переход от ATC_3 к ATC_4).

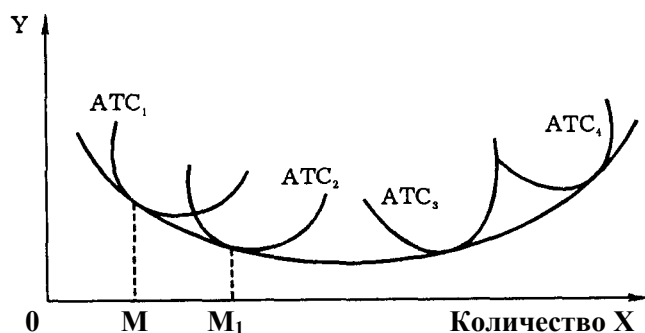


Рис. 78. Средние совокупные издержки в долгосрочном периоде

Соединив точки минимума $ATC_1, ATC_2, ATC_3, \dots, ATC_n$, получим средние совокупные издержки в долгосрочном периоде ATC_L .

Если имеет место положительный эффект масштаба, то кривая долгосрочных средних издержек имеет значительный отрицательный наклон; если имеет место постоянная отдача от роста масштаба, то она горизонтальна; наконец, в случае увеличения издержек от роста масштабов производства

кривая устремляется вверх (см. рис. 79 а). В разных отраслях это происходит по-разному (см. рис. 79 б, в).

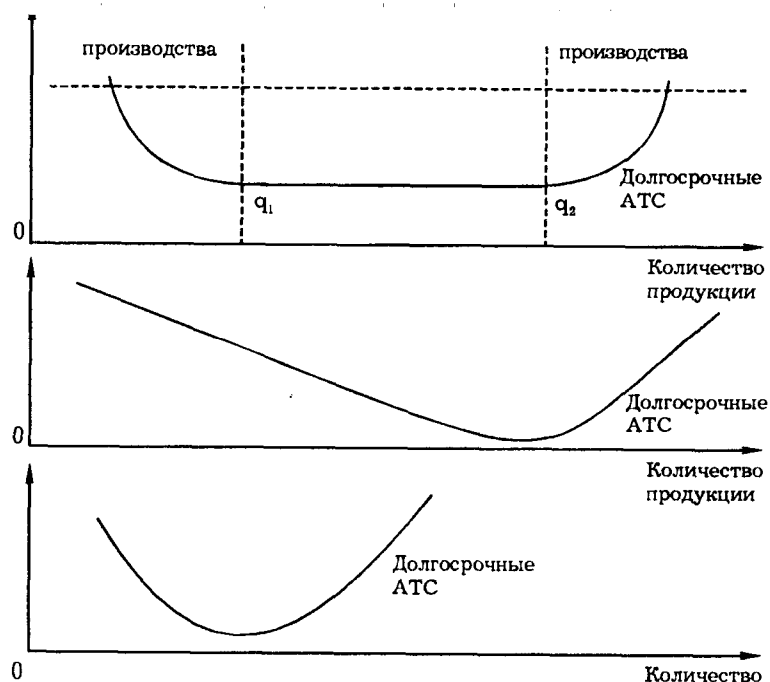


Рис. 79. Различные типы кривых долгосрочных средних общих издержек

Рост производства в долгосрочном периоде, вхождение в отрасль новых фирм могут отразиться на ценах ресурсов. Если отрасль использует неспецифические ресурсы (на которые предъявляют спрос и многие другие отрасли), то цена на ресурс может не подняться. В этом случае издержки остаются неизменными (рис. 80).

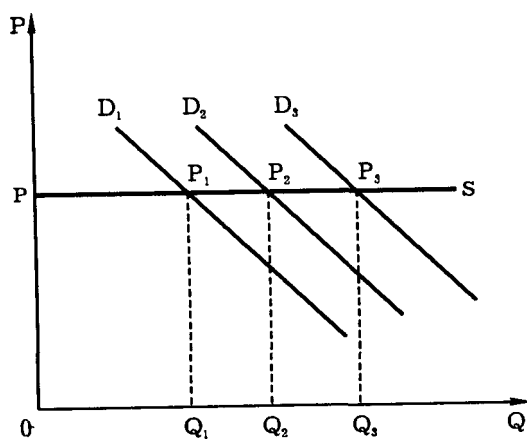


Рис. 80. Кривая предложения отрасли с постоянными издержками в долгосрочном периоде совершенно эластична

Однако в большинстве отраслей дополнительный спрос на ресурс вызывает рост его цены (рис. 81).

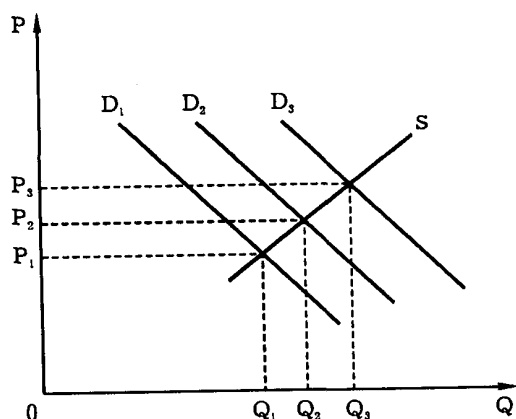


Рис. 81. Кривая предложения отрасли с возрастающими издержками в долгосрочном периоде является восходящей

Наконец, бывают отрасли и со снижающимися издержками в долгосрочном периоде. Такое снижение обычно связано с ростом масштабов производства, благодаря которому спрос на ресурсы относительно уменьшается. В этом случае происходит снижение цены ресурса (читатель, надеемся, без труда сможет построить аналогичный график самостоятельно).

Подведем итоги. В условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде (рис. 82.) максимум прибыли достигается тогда когда выполняется равенство:

$$MR = MC = P = AC.$$

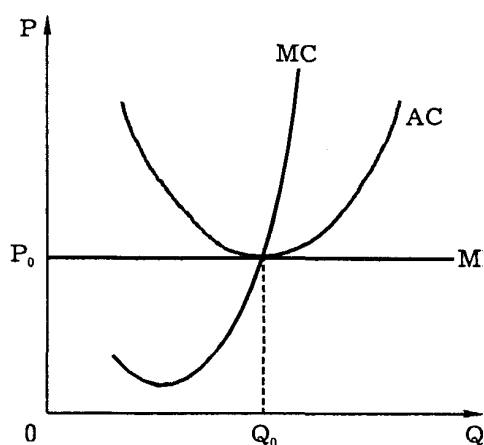


Рис. 82. Положение равновесия конкурентной фирмы в долгосрочном периоде

Его экономический смысл станет ясен после сравнения совершенно конкурентного рынка с рынком, где условия совершенной конкуренции в большей или меньшей степени нарушаются. Но об этом мы расскажем в следующей теме.

Тема 8. Совершенная конкуренция и чистая монополия

8.1. Совершенная конкуренция

Ранее мы исходили из предпосылки о совершенной конкуренции и предполагали наличие большого числа фирм, множества покупателей и продавцов, отсутствие ценовой дискриминации, что означает - доля каждой фирмы на рынке отрасли незначительна, так что ни одна из них не способна сколько-нибудь существенно влиять на цену продукта. Поэтому в условиях совершенной конкуренции кривая спроса на продукцию фирмы всегда горизонтальна (т. е. абсолютно эластична).

Важной предпосылкой выступала и полная мобильность всех ресурсов, предполагающая свободу вступления в отрасль и выхода из нее, и рассматривали в качестве предпосылки однородность товаров и услуг, т. е. предполагали производство стандартной продукции и абсолютную информированность производителей и потребителей.

В действительности совершенная конкуренция является довольно редким случаем и лишь некоторые из рынков приближаются к ней (например, рынок зерна, ценных бумаг, иностранных валют.). Однако, необходимо отметить, что совершенная конкуренция является простейшей ситуацией и дает исходный, эталонный образец для сравнения и оценки эффективности реальных экономических процессов.

Как мы уже отмечали в предыдущей теме, в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде соблюдается равенство $MR = MC = AC = P$ (рис. 83).

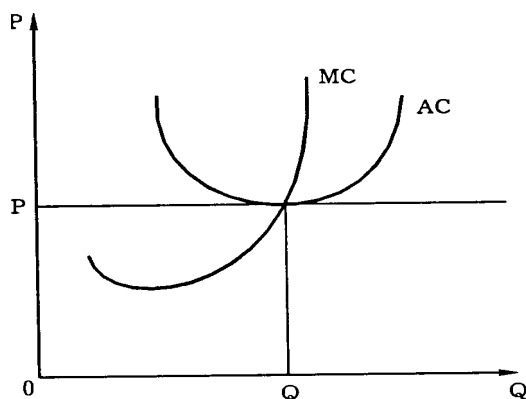


Рис. 83. Положение равновесия конкурентной фирмы в долгосрочном периоде

Конечно, в течение короткого отрезка времени в условиях совершенной конкуренции фирма может получать сверхприбыли или нести убытки. Однако для длительного периода такая предпосылка нереальна, так как в условиях свободного входа и выхода из отрасли слишком высокая прибыль привлекает в данную отрасль другие фирмы, а убыточные фирмы разоряются и уходят из отрасли.

Совершенная конкуренция помогает распределить ограниченные ресурсы таким образом, чтобы достичь максимального удовлетворения потребностей. Это обеспечивается при условии, когда $P = MC$. Данное положение означает, что фирмы будут производить максимально возможное количество продукции до тех пор, пока предельные издержки ресурса не будут равны цене, за которую его удалось купить.

При этом достигается не только высокая эффективность распределения ресурсов, но и максимальная производственная эффективность. Совершенная конкуренция заставляет фирмы производить продукцию с минимальными средними издержками и продавать ее за цену, соответствующую этим издержкам.

Графически это означает, что кривая средних издержек только касается кривой спроса. Если бы издержки на производство единицы продукции были выше цены ($AC > P$), то любая продукция была бы экономически убыточной и фирмы вынуждены были бы покинуть данную отрасль.

Если бы средние издержки были ниже кривой спроса и соответственно цены ($AC < P$), это означало бы, что кривая средних издержек пересекала кривую спроса и образовался некий объем производства, приносящий сверхприбыль. Приток новых фирм рано или поздно свел бы эту прибыль на нет. Таким образом, кривые только касаются друг друга, что и создает ситуацию длительного равновесия: ни прибыли, ни убытков.

Возникает своеобразный парадокс: в условиях равновесия на всех фирмах данной конкурентной отрасли издержки должны быть одинаковы. Такая предпосылка кажется нереальной, ведь мы знаем, что одни фирмы работают на лучшем сырье, другие имеют более современное и эффективное оборудование, третьи - более квалифицированных работников, четвертые - наилучших менеджеров, т. е. не может быть двух одинаковых фирм.

Очевидно, что в фирмах, использующих лучшие ресурсы, издержки будут более низкими. Как же согласовать этот очевидный факт с положением о том, что средние издержки для всех фирм в условиях совершенно конкурентной отрасли одинаковы?

В экономической теории существует следующее объяснение этого парадокса: предполагается, что владельцы более совершенных ресурсов получают большее вознаграждение. Например, более квалифицированные рабочие - большую заработную плату, за более совершенные машины приходится платить более высокую цену и т. д.

Таким образом, вся экономия, полученная за счет более эффективных ресурсов, расходуется на их оплату. Это объясняет тенденцию к равенству издержек, существующих в конкурентной отрасли.

Совершенная конкуренция, как и рыночная экономика в целом, обладает рядом недостатков.

Говоря о том, что совершенная конкуренция обеспечивает эффективное распределение ресурсов и максимальное удовлетворение потребностей покупателей, не следует забывать, что она исходит из платежеспособных потребностей, из распределения денежных доходов, которые сложились ранее.

Это создает равенство возможностей, однако отнюдь не гарантирует равенство результатов. Совершенная конкуренция учитывает лишь те издержки, которые окупаются. Однако в условиях недостаточной спецификации прав собственности существуют такие выгоды (издержки), которые не учитываются фирмами: их осуществляет общество.

В этом случае говорят о побочных внешних выгодах или издержках (положительных или отрицательных экстерналиях). Поэтому в условиях недостаточной спецификации прав собственности возможно недопроизводство положительных и перепроизводство отрицательных экстерналий.

Совершенная конкуренция не предусматривает производство общественных благ, которые хотя и приносят удовлетворение потребителям, однако не могут быть четко разделены, оценены и проданы каждому потребителю в отдельности (поштучно). Это относится к таким общественным благам, как противопожарная безопасность, национальная оборона и т. д.

Совершенная конкуренция, предполагающая огромное число фирм, не всегда способна обеспечить концентрацию ресурсов, необходимую для ускорения научно-технического прогресса. Это, прежде всего, касается фундаментальных исследований (которые, как правило, бывают убыточными), наукоемких и капиталоемких отраслей.

Совершенная конкуренция способствует унификации и стандартизации продукции. Она не учитывает в полной мере широкий диапазон потребительского выбора. Между тем в современном обществе, достигшем высокого уровня потребления, развиваются разнообразные вкусы.

Потребители все больше не только учитывают утилитарное назначение вещи, но и обращают внимание на ее оформление, дизайн, возможность приспособить ее к индивидуальным особенностям каждого человека. Все это возможно лишь в условиях дифференциации продуктов и услуг, что связано, однако, с повышением издержек их производства.

Ограниченность совершенной конкуренции преодолевается в условиях различных типов рыночных структур.

Конкуренция, при которой не соблюдается хотя бы один из признаков совершенной конкуренции, называется несовершенной. Крайним случаем является чистая монополия (*pure monopoly*), когда в отрасли господствует только одна фирма и где границы фирмы и отрасли совпадают.

Когда в отрасли существует ограниченное число фирм, возникает ситуация олигополии. Противоположная ситуация складывается тогда, когда фирм много, но каждая из них обладает хотя бы небольшой частичкой монопольной власти. Такую ситуацию называют монополистической конкуренцией (рис. 84).



Рис. 84. Классификация основных рыночных структур

Кроме основных типов рыночных структур, существует еще множество других. Наличие на рынке одного покупателя называется монопсонией. Фирма, которой удается разным категориям потребителей продавать товар по разной цене, называется фирмой, использующей ценовую дискриминацию.

Когда сталкиваются монополист-покупатель с монополистом-продавцом, мы имеем двустороннюю монополию. Если в отрасли функционируют лишь две фирмы, то этот частный случай олигополии называется дуополией.

Если перейти к изучению различных вариантов сочетаний форм рыночного предложения и спроса, то количество возможных рыночных структур сильно возрастет (табл. 5).

Таблица 5

Классификация форм рынка

Формы спроса	Формы предложения		
	Конкуренция (полиполия)	Олигополия	Монополия
Конкуренция (полисония)	Совершенная конкуренция	Олигополия	Монополия
Олигопсония	Олигопсония	Олигополия, ограниченная олигопсонией	Монополия, ограниченная олигопсонией
Монопсония	Монопсония	Монопсония, ограниченная олигополией	Двусторонняя монополия

При анализе, однако, обычно исходят из предположения, что спрос является конкурентным, ограничиваясь изучением различных форм предложения.

8.2. Чистая монополия

Противоположностью совершенной конкуренции является чистая монополия (от греч. «моно» - один, «полио» - продаю).

В условиях чистой монополии отрасль состоит из одной фирмы, т. е. понятия «фирма» и «отрасль» совпадают. На первый взгляд, такая ситуация малореальна и, действительно, в масштабах страны встречается весьма редко. Однако, если взять более скромный масштаб, например маленький город, то мы увидим, что ситуация чистой монополии довольно типична. В таком

городе существует одна электростанция, одна железная дорога, единственный аэропорт, один банк, одно крупное предприятие, один книжный магазин и т. д. В США 5% ВВП создается в условиях, близких к чистой монополии.

Чистая монополия возникает обычно там, где отсутствуют реальные альтернативы, нет близких заменителей, выпускаемый продукт в известной степени уникален. Это в полной мере можно отнести к естественным монополиям, когда увеличение числа фирм в отрасли вызывает рост средних издержек.

Типичным примером естественной монополии являются муниципальные коммунальные службы. В этих условиях монополист обладает реальной властью над продуктом, в известной мере контролирует цену и может влиять на нее, изменяя количество товара.

Монополия возникает там и тогда, где и когда велики барьеры для вступления в отрасль. Это может быть связано с экономией от масштаба (как в автомобильной и сталелитейной промышленности), с естественной монополией (когда какие-либо компании - в сфере почты, связи, газо- и водоснабжения - закрепляют свое монопольное положение, получая привилегии от правительства).

Государство создает официальные барьеры, выдавая патенты и лицензии. Согласно патентному праву США, изобретатель имеет исключительное право контроля над своим изобретением в течение 17 лет. Патенты сыграли огромную роль в развитии таких компаний, как «Ксерокс», «Истман Кодак», «Интернэшнл Бизнес Машин» (IBM), «Сони» и т. д.

Монопольное положение, закрепленное патентом, служит стимулом капиталовложений в НИОКР и, тем самым, фактором усиления монопольной власти. Вступление в отрасль может быть существенно ограничено и путем выдачи лицензий. В США подлежат лицензированию свыше 500 профессий (врачи, таксисты, трубочисты и многие другие). Лицензия может быть предо-

ставлена как частной фирме, так и государственной организации (классический пример - история водочной монополии в России).

Монополия может иметь своей основой исключительное право на какой-либо ресурс (например, на естественные факторы производства). Хрестоматийным примером является деятельность компании «Де Бирс», которая уже давно монополизировала крупнейшие алмазные рудники в Южной Африке и потому контролирует мировой рынок алмазов.

На рубеже прошлого и нынешнего веков публицисты социалистического направления дали массу красочных описаний агрессивной деятельности монополий. Их можно встретить, например, в работах Дж. А. Гобсона «Империализм» (1902 г.), Р. Гильфердинга «Финансовый капитал» (1910 г.), Н. И. Бухарина «Мировое хозяйство и империализм» (1915 г.) и В. И. Ленина «Империализм как высшая фаза капитализма» (1916 г.).

Однако в настоящее время жесткие (до динамита включительно) действия монополий, как и «нечестная конкуренция» в целом, строго запрещены в странах развитой рыночной экономики, хотя и встречаются на периферии цивилизованного мира.

Фирму можно назвать чистым монополистом, если она является единственным производителем экономического блага, не имеющего близких заменителей (субститутов), если она ограждена от непосредственной конкуренции высокими входными барьерами в отрасль.

Силу монопольной власти отдельной фирмы, однако, не стоит преувеличивать. Даже чистая монополия вынуждена считаться с потенциальной конкуренцией. Эта конкуренция может обостриться в связи с нововведениями, возможным появлением товаров-заменителей, конкуренцией импортных товаров, а также «борьбой за доллары потребителя» со стороны других фирм, каждая из которых стремится увеличить долю своих товаров в его бюджете.

Чистая монополия возникает на базе рыночной экономики и функционирует по ее законам, тем не менее, необходимо учитывать и действие широ-

комасштабного антимонопольного законодательства, существующего во всех развитых странах.

Однако, монополия в условиях административно-командной системы базируется на государственной собственности на средства производства и действует в условиях значительной ограниченности рынка и товарного дефицита, а сама административно-командная система развивается, как правило, в условиях закрытой экономики. Существенным признаком такой системы является прямое распределение всех основных ресурсов, что также служит мощным фактором развития административной монополии. Конечным ее результатом становится гигантомания, стремление превратить всю отрасль в один огромный завод. Опираясь на отраслевые министерства, предприятия-гиганты через отраслевые НИИ контролируют и объективно тормозят научно-технический прогресс в своей стране. Им не грозит конкуренция товаров-субститутов, поскольку производство большинства из них курируется прямо или косвенно данным министерством. Монополия внешней торговли надежно ограждает их и от иностранных конкурентов.

Таким образом, административная монополия, возникающая в нерыночной среде, обладает гораздо большей монопольной властью, чем экономическая монополия.

Если в условиях совершенной конкуренции фирма выбирает только объем производства (цена задается экзогенно), то монополист может не только определять объем производства, но назначать цену.

Следовательно, цена превышает предельный доход. Если в условиях совершенной конкуренции $P = MR$, то на монополизированном рынке $P > MR$.

Для правильного понимания ценовой стратегии монополиста необходимо вспомнить взаимосвязь эластичности спроса по цене и выручки (см. тему 3).

Приведем пример. Известно, что увеличение спроса может быть достигнуто снижением цены. Допустим, монополист решает снизить цену со 110 долл. (P_1) до 100 долл. (P_2). При этом спрос растет с 4 единиц (Q_1) до 6 единиц (Q_2). Убытки от снижения цены равны $(P_1 - P_2)Q_1 = (110 - 100) \times 4 = 40$ долл., а выгода (прибыль) составит $(Q_2 - Q_1)P_2 = (6 - 4) \times 100 = 200$ долл. (рис. 85). Чистое приращение прибыли будет равно 160 долл.

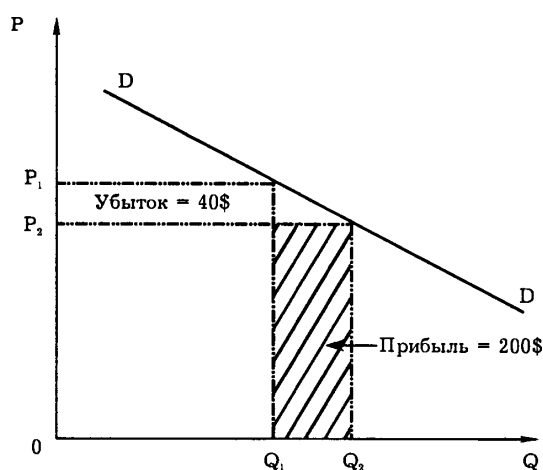


Рис. 85. Цена и предельный доход в условиях чистой монополии

В общем виде мы можем записать: 1) когда спрос эластичен, снижение цены ведет к росту совокупной выручки; 2) когда спрос неэластичен, то снижение цены ведет к падению совокупной выручки (рис. 86). Поэтому рационально мыслящий монополист старается избегать неэластичного участка кривой спроса.

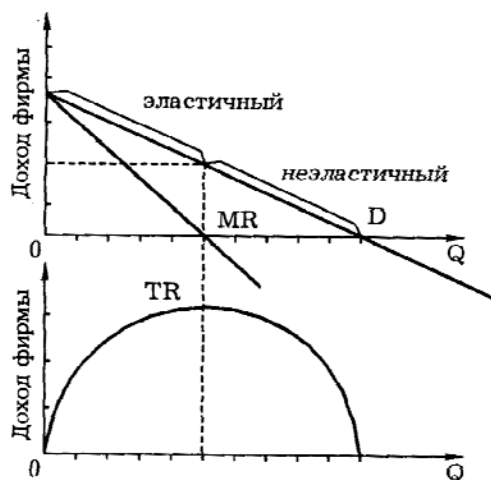


Рис. 86. Спрос, предельный и совокупный доход фирмы в условиях чистой монополии

В условиях совершенной конкуренции установление равновесной цены может быть изображено следующим образом (рис. 87).

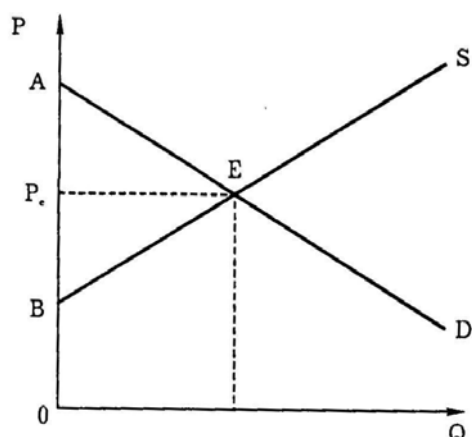


Рис. 57. Равновесие в конкурентной отрасли

В точке E достигается равновесный объем производства Q_e и равновесная цена P_e . Площадь $0BEQ_e$ соответствует величине издержек производителей, P_eBE - составляет прибыль производителей, а AP_eE - потребительский излишек.

Равновесие в конкурентной отрасли устанавливается тогда, когда цена оказывается равной предельным издержкам. В этом случае все агенты рынка возмещают свои затраты и ни у кого нет стимулов к изменению объемов продаж.

При возникновении чистой монополии ситуация меняется, и она может быть изображена следующим образом (рис. 88):

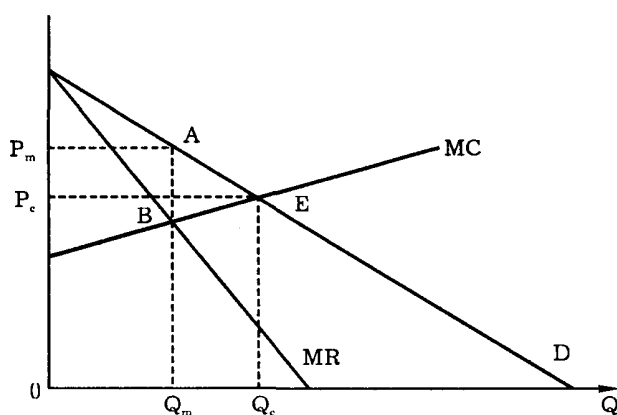


Рис. 88. Определение цены и объема производства в условиях чистой монополии

На конкурентном рынке равновесие может быть достигнуто в точке E , где $P_c = MC$. В условиях монополистического рынка мы перемещаемся к монопольной цене P_m и количеству продукции Q_m .

Поскольку монопольная цена превышает предельные издержки ($P_m > MC$), то величина излишка потребителей и излишка производителей меняются. Площадь треугольника ABE соответствует величине чистых убытков от монопольной власти, или так называемой величине мертвого груза монополии.

В середине 50-х гг. А. Харбергер был первым, кто попытался определить величину этих треугольников с точки зрения издержек всего общества, так как объем производства без монополии больше, чем в условиях монопольного рынка. Эти треугольники часто называют харбергеровскими треугольниками. Используя математический аппарат, он показал, что такие потери в промышленном секторе США в 1929 г. составили менее 0,1% ВВП. В современной экономике США они бы составили около 6 млрд. долл. Поэтому проблема чистой монополии не является такой острой, как она представлялась ранее другим экономистам.

Обычно считают, что монопольные цены - самые высокие. Действительно, они, как правило, выше конкурентных, однако следует помнить, что монополист стремится к максимизации совокупной прибыли, а не прибыли на единицу продукции. И главное, рост цен не беспределен, он ограничивается ценовой эластичностью спроса на продукцию данной фирмы.

Другим стереотипом выступает мнение - монополист всегда стремится ограничивать выпуск продукции, что не совсем верно. По мере монополизации отрасли издержки и спрос, как правило, изменяются. На издержки действуют два прямо противоположных фактора - понижающий и повышающий.

Понижающий, так как в результате создания монополии можно полнее использовать положительный эффект от роста масштаба производства (эко-

номия на постоянных издержках, централизация снабжения и сбыта, экономия на маркетинговых операциях и т. д.).

С другой стороны, действует и тенденция к их повышению, связанная с разбуханием и бюрократизацией управленческого аппарата, ослаблением стимулов к инновациям и риску вообще. Эту тенденцию Х. Лейбенстайн обозначил как X-неэффективность (рис. 89).

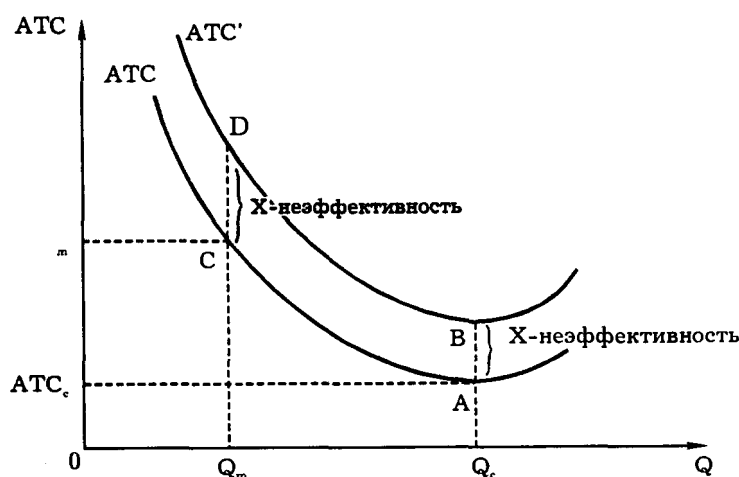


Рис. 89. Определение X-неэффективности

Согласно Х. Лейбенстайну, X-неэффективность возникает всегда, когда фактические издержки при любом объеме производства выше средних совокупных издержек.

Даже при совершенной конкуренции возможна X-неэффективность (рис. 89). В этих условиях фирма увеличивает производство до той точки, где пересекутся предельные и средние издержки, в нашем случае - до минимума АТС (на рис. 8.7 она обозначена как точка А). Если реальные издержки превышают минимальные АТС на величину АВ, то при производстве Q_c возникает X-неэффективность.

Однако в условиях свободной конкуренции подобная ситуация есть исключение из правил, ибо фирмы с X-неэффективностью обречены на гибель.

Совсем иная ситуация складывается на монополизированном рынке. Объем производства сокращается с Q_c до Q_m , а X-неэффективность (отрезок CD) заметно увеличивается.

Мы выяснили ранее, что монопольная власть является величиной, обратной эластичности спроса на продукцию фирмы ($1/E$).

Опираясь на это положение, А. П. Лернер в 1934 г. предложил следующий индекс:

$$I_L = (P_m - MC)/P_m = 1/E$$

где, I_L - лернеровский индекс монопольной власти;

P_m - монопольная цена;

MC - предельные издержки;

E - эластичность спроса на продукцию.

В условиях совершенной конкуренции $MC = P$. Следовательно, $I_L = 0$, т. е. если данный показатель по своему значению ближе к 0, это свидетельствует о преобладании на рынке совершенной конкуренции, которая наиболее приемлема для успешного развития рыночной экономики.

Если I_L представляет из себя положительную величину ($I_L > 0$), то фирма обладает монопольной властью. Чем выше этот показатель, тем больше монопольная власть.

Подсчитать такой показатель, однако, непросто в связи с трудностью расчета реальных предельных издержек. Поэтому на практике предельные издержки заменяют средними. В этом случае исходная формула может быть записана:

$$I_L = (P - AC)/P$$

Если мы умножим числитель и знаменатель на Q , то получим в числителе прибыль, а в знаменателе – совокупный (валовой) доход:

$$I_L = (P - AC)Q/PQ = Pr/TC.$$

Тем самым лернеровский показатель рассматривает высокие прибыли как признак монополии. В известной мере это справедливо, однако бывают случаи, когда высокая норма прибыли не является однозначным признаком монополии. Это бывает тогда, когда велики различия между бухгалтерской и экономической прибылью, т. е. если не учитываются затраты на собственный

капитал, особенно в капиталоемких отраслях, оплата предпринимательских способностей успешно функционирующего бизнесмена, операции с высокой степенью риска.

Для характеристики монопольной власти используется и показатель, определяющий степень концентрации рынка. Он назван в связи с фамилиями предложивших его ученых индексом Херфиндаля-Хиршмана (I_{HH}).

При его расчете используются данные об удельном весе продукции фирмы в отрасли. Предполагается, что чем больше удельный вес продукции фирмы в отрасли, тем больше потенциальные возможности для возникновения монополии. Все фирмы ранжируются по удельному весу от наибольшей до наименьшей:

$$I_{HH} = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2,$$

где, I_{HH} - индекс Херфиндаля-Хиршмана;

S_1 - удельный вес самой крупной фирмы;

S_2 - удельный вес следующей по величине фирмы;

S_n - удельный вес наименьшей фирмы.

I_{HH} характеризуется неравенством: $0,01 < I_{HH} < 1$. Соответственно чем меньше его значение, тем сильнее конкуренция и слабее рыночная власть.

Если в отрасли функционирует лишь одна фирма (т. е. мы имеем пример чистой монополии), то $S_1 = 100\%$, а $I_{HH} = 10\ 000$.

Если в отрасли 100 одинаковых фирм, то $S_1 = 1\%$, а $I_{HH} = S_1^2 \times 100 = 100$.

В США высокомонополизированной считается отрасль, в которой индекс Херфиндаля-Хиршмана превышает 1800. Этот индекс широко используется в антимонопольной практике, однако следует помнить, что и он не дает полной картины, если не учитывается удельный вес продукции иностранных фирм на отечественном рынке, однако изучая динамику рассмотренных показателей государство может контролировать процесс функционирования фирм и, как следствие, бороться с монополиями.

Тема 9. Несовершенная конкуренция

9.1. Монополистическая конкуренция

Совершенная конкуренция и чистая монополия - крайние полюсы спектра рыночных структур и как крайности встречаются относительно редко. Гораздо чаще наблюдаются монополистическая конкуренция и олигополия.

Монополистическая конкуренция - тип рыночной структуры, приближающийся к совершенной конкуренции. Монополистическая конкуренция - случай, когда «много конкуренции и мало монополии», монополистическая власть на рынке относительно невелика. Противоположной ситуацией является олигополия, когда небольшое число крупных фирм производят основную («львиную») долю продукции данной отрасли. Рассмотрим их подробнее.

Монополистическая конкуренция возникает там, где хозяйствуют десятки фирм, тайный сговор между которыми практически невозможен. Каждая фирма действует на свой страх и риск, сама определяет свою ценовую политику. Предсказать и учесть действия всех остальных участников конкуренции практически невозможно.

Монополистическая конкуренция развивается там, где необходима дифференциация продукта, где в большей мере приходится учитывать вкусы потребителя для сбыта своей продукции и широко представлена в отраслях, производящих предметы потребления. Легкая и пищевая промышленность, сфера услуг дают нам многочисленные примеры: платья, блузы, костюмы, пальто, меховые изделия, шоколадные наборы, кафе, театры, эстрада и т. д.

Дифференциация продуктов может основываться не только на различиях в качестве товара, но и на тех услугах, которые связаны с его обслуживанием. Причиной выбора покупателя могут стать привлекательная упаковка,

более удобное расположение и время работы магазина, лучшее обслуживание посетителя, наличие купона, обеспечивающего скидку с цены. Это в полной мере относится к мелким магазинам, парикмахерским, химчисткам, бензозаправочным станциям и т. д.

В условиях дифференциации экономических благ трудно найти две фирмы, которые производили бы один и тот же продукт или услугу. Границы отрасли размываются, строго выделить отрасль бывает довольно трудно, а иногда и невозможно, так как наблюдается нечто вроде континуума продуктов и услуг.

Важное значение приобретает не только цена, но и неценовые факторы: реклама, условия продажи, возможность покупки товара в рассрочку, наличие или отсутствие гарантийного ремонта и др.

В условиях монополистической конкуренции нет высоких барьеров для вступления в отрасль. Эффект масштаба не имеет большого значения, а капитал, требующийся для начала дела, как правило, невелик.

Легкое вступление в отрасль не означает, что отсутствуют какие-либо ограничения для вступления в отрасль. Ими могут быть патенты на продукцию, лицензии, фабричные клейма или торговые марки. Однако, в отличие от чистой монополии, патенты не носят исключительного характера, поскольку патентуются (лицензируются) товары-субституты.

Определение цены и объема производства. Если в условиях совершенной конкуренции кривая спроса (D) параллельна оси абсцисс, то при монополистической конкуренции она приобретает небольшой отрицательный наклон (D на рис. 90).

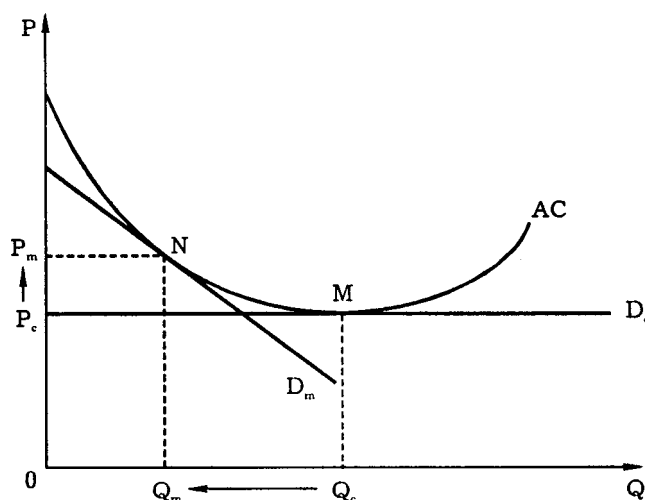


Рис. 90. Монополистическая конкуренция

Это означает, что кривая спроса менее эластична, чем при совершенной конкуренции, но более эластична, чем у чистой монополии. Степень эластичности в условиях монополистической конкуренции зависит как от числа конкурентов, так и от глубины дифференциации продукта (услуг).

Таким образом, дифференциация продукта отражается в дифференциации цены. Потребитель, привыкший к потреблению того или иного товара или услуги, не сразу откажется от его покупки даже при небольшом росте цены. Изменит фирме лишь самый расчетливый и меркантильный покупатель.

Отрицательный наклон кривой спроса означает, что в условиях монополистической конкуренции производится меньше продукта. Если при совершенной конкуренции производится Q_c по цене P_c , то в условиях монополистической конкуренции — Q_m по цене P_m (рис. 90).

В течение короткого промежутка времени фирмы могут, как получать прибыль, так и нести убытки. Однако отсутствие высоких входных барьеров в отрасль, где фирмы получают устойчивую экономическую прибыль, приводит к тому, что туда устремляются другие предприниматели. В результате в длительном периоде создается ситуация, аналогичная совершенной конкуренции: ни прибыли, ни убытков (экономическая прибыль равна нулю).

В условиях монополистической конкуренции объем производства фирмы меньше, чем при совершенной конкуренции, а средние совокупные издержки и цена, как правило, выше.

Издержки монополистической конкуренции. Производство меньшего объема продукции по более высоким ценам означает, что монополистическая конкуренция менее эффективна, чем совершенная. Если в условиях совершенной конкуренции $P = MC$, то при монополистической конкуренции $P > MC$ (рис. 91).

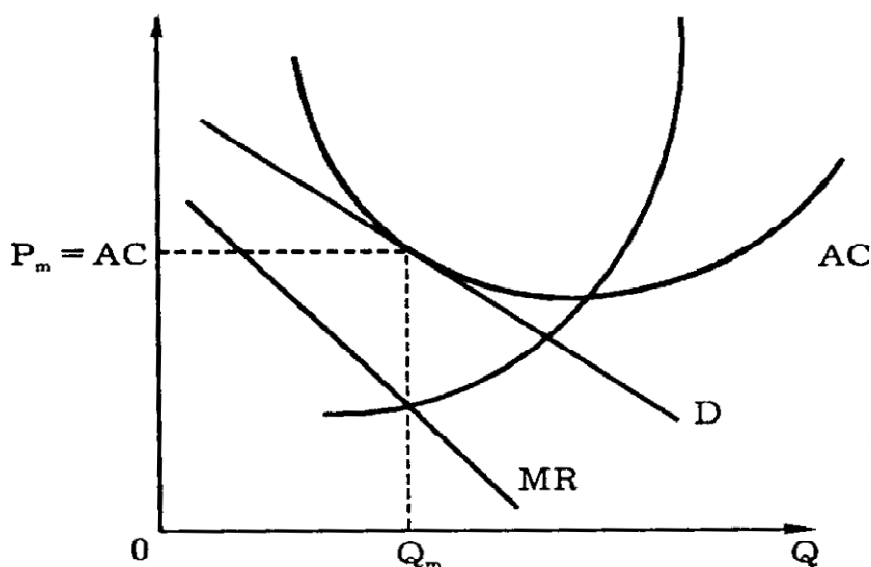


Рис. 91. Монополистическая конкуренция: равновесие в долгосрочном периоде

Легко заметить, что $P_m > \min AC$, тогда как в условиях совершенной конкуренции $P = AC$. Это означает, что при монополистической конкуренции возникает неполная загрузка производственных мощностей.

Эти избыточные мощности и являются платой за дифференциацию продукта. Из рис. 91 видно, что чем круче угол наклона кривой спроса, тем дальше влево сдвигается объем производства от оптимальных размеров, которые достигаются в точке минимума AC (сравним Q_c и Q_m на рис. 91).

Однако, чем сильнее дифференциация экономических благ, тем в большей мере промышленность способна удовлетворить многообразные интересы и изощренные вкусы потребителей.

Важную роль в дифференциации продукта играет неценовая конкуренция. Потребитель заинтересован в покупке такого товара, который не вызовет у него много хлопот (и головной боли) при его потреблении.

Если купленный холодильник постоянно ломается, телевизор не дает качественного изображения, а музыкальный центр - чистого звука, то проблема гарантийного ремонта приобретает первостепенное значение. Наличие этих услуг оказывается не менее важным, чем более низкая цена товара.

В условиях научно-технического прогресса стремительно увеличивается число предлагаемых товаров и услуг. Важную роль в их проталкивании на рынке играет реклама. Реклама пытается приспособить потребительский спрос к новому продукту. Фирма заинтересована в рекламе, поскольку реклама расширяет спрос и способствует уменьшению эластичности спроса по цене.

На рис. 92 представлены возможное влияние рекламы на объем производства и средние совокупные издержки. Допустим, первоначальные издержки равны AC_1 , а объем продаваемой продукции - Q_1 .

В результате успешно проведенной рекламы объем продаж расширяется до Q_2 . При этом возможно даже понижение средних издержек производства в результате значительной экономии от масштаба производства, перекрывающей расходы, связанные с рекламой ($AC_2 < AC_1$).

Однако, если рекламная кампания окажется неудачной и не будет способствовать продвижению товара на рынке, тот же самый объем продукции ($Q_3 = Q_1$) фирма будет продавать по более высокой цене ($AC_3 > AC_1$), которая возросла на величину издержек, связанных с рекламной кампанией.

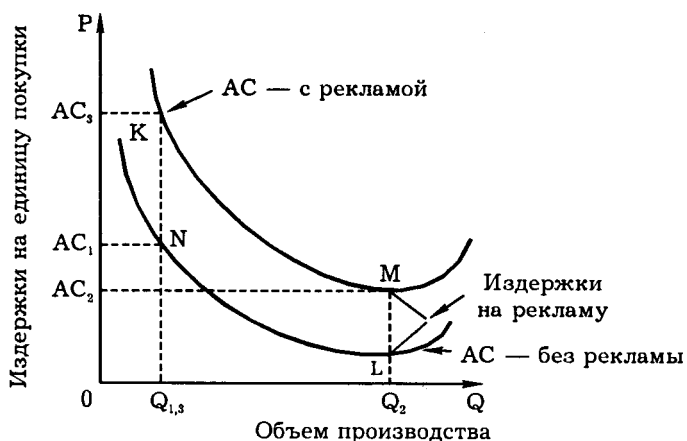


Рис. 62. Возможное влияние рекламы на объем производства и средние совокупные издержки

В отношении рекламы существуют разные точки зрения. Сторонники рекламной деятельности считают ее необходимой, поскольку она стимулирует изменение продукта, усиливает конкуренцию, ослабляет монопольную власть, помогает потребителям познакомиться с новой продукцией, а также финансирует национальные системы связи - печать, радио, телевидение.

Противники рекламы справедливо отмечают ее негативные стороны: необъективность (скорее дезинформирует, чем просвещает); высокие расходы, которые отражаются на цене, уплачиваемой потребителем; тенденцию к самонейтрализации («Сникерс», «Марс», «Пикник» и т. д.); создание финансовых барьеров для вступления в отрасль; «засорение» средств массовой информации.

Совершенная конкуренция, чистая монополия и монополистическая конкуренция не исчерпывают многообразие типов рыночных структур. Поэтому в следующей теме мы продолжим изучение типов конкуренции.

9.2. Олигополия

Олигополия – это такая рыночная структура, при которой доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами.

Первая характерная черта олигополии заключается в немногочисленности фирм в отрасли. Об этом говорит этимология самого понятия «олигополия» (греч. «*oligos*» - несколько, «*poleo*» - продаю, торгую). Обычно их число не превышает десяти. Такая ситуация сложилась, например, в американской сталелитейной промышленности, в производстве первичного свинца, меди, стекла, изделий из гипса и др.

Наиболее высока концентрация в автомобильной промышленности США: на три компании («Дженерал Моторс», «Форд» и «Крайслер») приходилось в 80-е гг. свыше 95% национального производства автомобилей. Можно привести примеры и других отраслей обрабатывающей промышленности США (производство домашних холодильников, пылесосов, стиральных машин, электрических лампочек, открыток, телефонных аппаратов), для которых характерна высокая степень концентрации производства всего на нескольких фирмах.

Следует лишь отметить, что эти данные, как и все статистические показатели, обладают очевидными недостатками. Они либо преувеличивают, либо преуменьшают степень концентрации.

Преувеличивают, так как не учитывают иностранной и межотраслевой конкуренции (на американском рынке, например, каждый четвертый автомобиль - иностранного производства), а также конкуренции со стороны поставщиков. Преуменьшают, так как оценивается степень концентрации на общенациональном уровне, а не на уровне регионов или отдельных городов, где на рынках некоторых товаров и услуг часто господствуют две-три местные компании (производство кирпича, бетона, скоропортящихся пищевых продуктов и т. д.).

К тому же наряду с классической (жесткой) олигополией, в которой главную роль играют 3-4 фирмы, существует еще и мягкая (аморфная) олигополия, когда основную долю продукции выпускают 6-8 фирм.

Олигополистические ситуации могут возникать в отраслях, производящих как стандартизированные товары (алюминий, медь), так и дифференцированные (автомобили, стиральные порошки, сигареты, электробытовые приборы).

Второй характерной чертой олигополии являются высокие барьеры для вступления в отрасль.

Они связаны прежде всего с экономией на масштабе производства (эффект масштаба), которая выступает как важнейшая причина широкого распространения и длительного сохранения олигополистических структур.

В автомобильной промышленности США в 80-е гг., например, минимально эффективный объем выпуска составлял 300 тыс. машин в год. Поскольку многие предприятия производили не менее двух моделей одновременно, стоимость такого завода обычно превышала 3 млрд. долл. Такие крупные инвестиции доступны далеко не для всех фирм, поэтому создаются объективные предпосылки для сохранения ведущего положения автомобильных заводов-гигантов. Отметим, что если в начале XX в. число американских автомобильных фирм приближалось к 200, то уже в конце 20-х гг. их число не превышало 50, а в настоящее время их можно пересчитать по пальцам.

Эффект масштаба - важная, но не единственная причина, так как уровень концентрации во многих отраслях превышает оптимально эффективный уровень. Олигополистическая концентрация порождается и некоторыми другими барьерами для вхождения в отрасль. Это может быть связано с патентной монополией, как это происходит в наукоемких отраслях, контролируемых фирмами типа «Ксерокс», «Кодак», IBM и др. На протяжении всего срока действия патента (в США - 17 лет) фирма надежно защищена от внутренней конкуренции.

Среди других причин - монополия контроля над редкими источниками сырья (например, в 60-70-е гг. мировой рынок нефтепродуктов контролировал нефтяной картель «Семь сестер»), заведомо высокие расходы на ре-

кламу (как в производстве сигарет, прохладительных напитков или в шоу-бизнесе).

Есть и некоторые другие барьеры, естественно сложившиеся или искусственно созданные. Барьеры различны по прочности. Хотя непреодолимых барьеров нет, они возникают вновь и вновь.

Третьей характерной чертой олигополии является всеобщая взаимозависимость.

Олигополия возникает в том случае, если число фирм в отрасли настолько мало, что каждая из них при формировании своей экономической политики вынуждена принимать во внимание реакцию со стороны конкурентов. Подобно тому, как шахматист должен учитывать возможные ходы противника, олигополист должен быть готов к различным (нередко альтернативным) вариантам развития ситуации на рынке в результате различного поведения конкурентов.

Всеобщая взаимозависимость проявляется и в условиях обострения конкурентной борьбы, и в условиях, когда достигается договоренность с другими олигополистами и возникает тенденция превращения отрасли в чисто монопольную.

Возможны две основные формы поведения фирм в условиях олигополистических структур: некооперативное и кооперативное. В случае некооперативного поведения каждый продавец самостоятельно решает проблему определения цены и объема выпуска продукции.

Для упрощения рассмотрим отрасль, в которой существует только два продавца, - дуополию. Дуополия - это частный простейший случай олигополии.

Допустим, что каждая из фирм А и Б производит половину продукции, общая величина которой 400 тыс. единиц, и что средние издержки постоянны и равны 25 тыс. руб. Допустим также, что первоначальные цены равны и со-

ставляют 50 тыс. рублей. Если фирмы считают, что снижение цен поможет им вытеснить конкурента с рынка, то между ними начинается ценовая война.

Ценовая война - это цикл постепенного снижения существующего уровня цен с целью вытеснения конкурентов с олигополистического рынка.

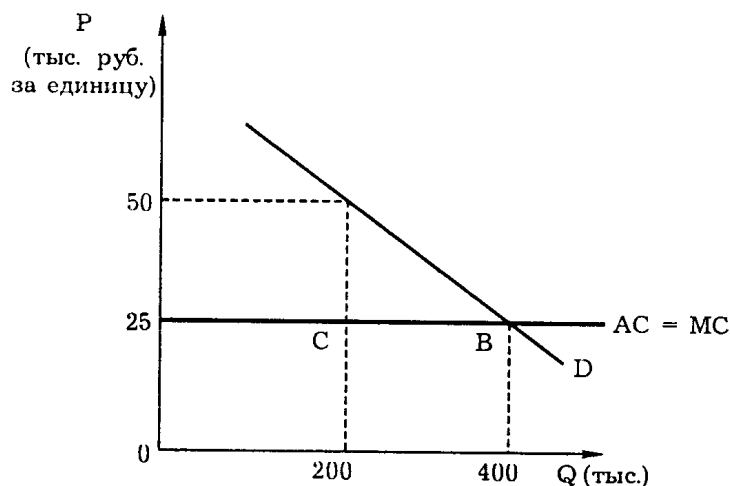


Рис. 93. Война цен в условиях дуополии

Снижение цен имеет, однако, свои пределы. В рассмотренном примере (рис. 93) оно будет продолжаться до тех пор, пока цена не упадет до уровня предельных издержек. А так как средние издержки постоянны, то $P = MC = AC$. В точке *B* установится равновесие, потому что ни одна фирма не сможет снизить цену ниже, не понеся убытки. Цена фактически станет такой же, как и в условиях совершенной конкуренции, а экономическая прибыль в результате войны станет равной нулю.

От ценовой войны выиграют потребители и проиграют производители. В нашем примере ни один из производителей не выигрывает. К несчастью для потребителей, ценовые войны скоротечны и в настоящее время бывают довольно редко. Конкурентная борьба друг с другом чаще приводит к соглашениям, учитывающим возможные действия других производителей.

Статистический анализ взаимоотношения двух фирм в условиях дуополии был предложен в 1838 г. французским экономистом Антуаном Огюстьеном Курно. Курно исходил из следующих предпосылок. Обе фирмы

(А и Б) производят однородный товар. Им известна кривая рыночного спроса. Обе фирмы принимают решения о производстве одновременно, самостоятельно и независимо друг от друга. Каждая из фирм предполагает выпуск конкурента постоянным, продавцы не могут иметь точной информации о своих ошибках (действуют «с завязанными глазами»). При этом возможны различные варианты.

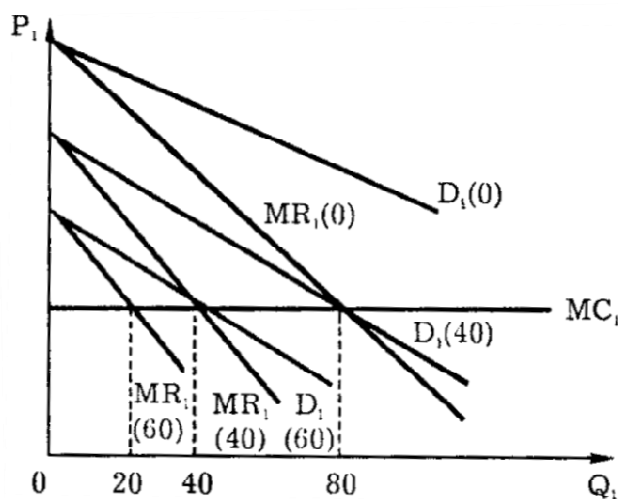


Рис. 94. Оптимизация объема производства фирмы А в зависимости от объема производства фирмы Б

Допустим, одна из фирм (например, Б) принимает решение о приостановке производства. Тогда рыночный спрос полностью обеспечивается выпуском фирмы А. Ее кривая спроса полностью совпадает с кривой рыночного спроса $D_1(0)$ (рис. 94).

При выборе максимизирующего прибыль объема производства фирма А решит производить 120 единиц товара, так как именно при этих условиях сравниваются предельный доход $MR_1(0)$ и предельные издержки MC_1 .

Если теперь фирма Б будет производить 40 единиц, то фирма А отреагирует на это сдвигом кривой спроса до положения $D_1(40)$, а ее производство сократится до 40 (именно в этом случае $MR_1(40) = MC_1$).

Соответственно, когда фирма Б производит 60 единиц, фирма А уменьшает свой выпуск до 20 единиц, а когда фирма Б расширит производ-

ство до 120 единиц, фирма А вообще остановит свое производство. Отмечая на графике (рис. 95), как меняется выпуск фирмы А в зависимости от изменения выпуска фирмой Б, мы получаем кривую реакции фирмы А - $Q_A(Q_B)$.

Аналогичный анализ можно осуществить и в отношении фирмы Б, получив в результате еще одну кривую реакции - $Q_B(Q_A)$. Пересечение кривых реагирования этих двух фирм (точка Е) показывает равновесие Курно: каждая фирма правильно угадывает поведение конкурента и принимает оптимальное для себя решение, ни одна из фирм не имеет стимула изменять свой объем производства.

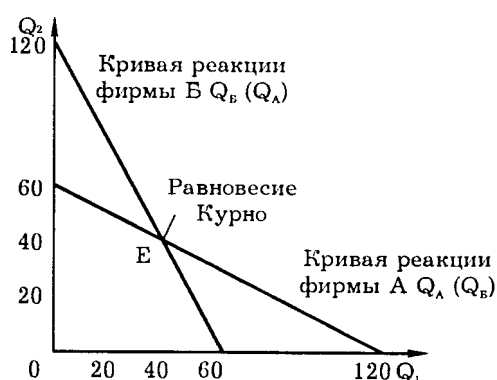


Рис. 95. Равновесие Курно

Модель равновесия Курно предполагает, что фирмы-дуополисты конкурируют друг с другом. Ситуация принципиально изменится, если дуополисты договорятся друг с другом и будут коллективно намечать объем производства.

Рассмотрим этот случай, предполагая идентичность обеих фирм и линейную кривую спроса (рис. 96).

Равновесие Курно достигается, когда $Q_1 = Q_2 = 40$, а суммарный выпуск составляет 80 единиц. Если фирмы договорятся максимизировать совокупную прибыль, чтобы затем разделить ее пополам, то множество возможных решений этой задачи будет ложиться на контрактную кривую. При этом суммарный выпуск $Q_1 + Q_2 = 60$.

Сравнение показывает, что при равновесии Курно общий объем производства выше, чем при дуополистическом сговоре ($40 > 30$), но ниже, чем он был бы при конкурентном равновесии ($40 < 60$).

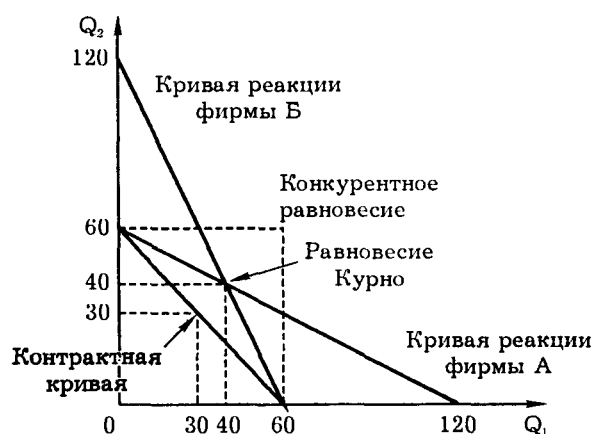


Рис. 96. Равновесие Курно, договорное равновесие и конкурентное равновесие.

Кроме модели Курно есть и иные интерпретации дуополии - модели Бертрана, Эджуорта и Штакельберга.

Олигополия с точки зрения теории игр. «Дилемма заключенного». Теория игр - наука, исследующая математическими методами поведение участников в вероятностных ситуациях, связанных с принятием решений. Предметом этой теории являются игровые ситуации с заранее установленными правилами (типа игры в карты или в домино). В ходе игры возможны различные совместные действия - коалиции игроков, конфликты и т. д. Стратегия игроков определяется целевой (платежной) функцией, которая показывает выигрыш или проигрыш участника. Формы этих игр многообразны.

Наиболее простая разновидность - игры с двумя участниками. Если в игре участвуют не менее трех игроков, возможно образование коалиций, что усложняет анализ. С точки зрения платежной суммы игры делятся на две группы - с нулевой и ненулевой суммами.

Игры с нулевой суммой называют еще антагонистическими: выигрыш одних в точности равен проигрышу других, а общая сумма выигрыша равна

нулю. По характеру предварительной договоренности игры делятся на кооперативные (когда образуются коалиции игроков) и некооперативные (когда каждый играет за себя против всех).

Наиболее известный пример некооперативной игры с нулевой суммой - модель Курно, а с ненулевой суммой – «дилемма заключенного».

Рассмотрим последний случай (табл. 6). С поличным поймали двух воров, которым предъявлено обвинение в ряде краж. Перед каждым из них встает дилемма - признаваться ли в старых (недоказанных) кражах или нет.

Таблица 5

«Дилема заключенного»

	2-й заключенный		
		Признался	Не признался
1-й заключенный			
	Признался	-6	-10
	Не признался	-10	-3

Если признается только один из воров, то признавшийся получает минимальный срок заключения (1 год), а его нераскаившийся товарищ - максимальный (10 лет). Если оба вора одновременно признаются, то оба получают небольшое снисхождение (по 6 лет заключения); если оба будут упорствовать, то обоим дадут наказание только за последнюю кражу (по 3 года). Заключенные сидят в разных камерах и не могут договориться друг с другом. Перед нами - некооперативная (несогласованная) игра с ненулевой (в данном случае отрицательной) суммой. Характерной чертой этой игры является невыгодность для обоих участников руководствоваться своими частными (корыстными) интересами.

«Дилемма заключенного» наглядно показывает особенности олигополистического ценообразования. Возьмем простейшую разновидность олигополии, а именно дуополию. Допустим, одинаковый по качеству шоколад производят два шокалатье - Медельинский и Кали (табл. 7).

Возникает проблема: какую назначить цену за товар? Если обе фирмы назначат одинаковые цены, то их выручки тоже будут одинаковы: по 10 млн. долл. у каждой фирмы при цене 3 долл. за партию и по 15 млн. долл. при цене 5 долл. Однако, если один из производителей назначит низкую цену, а другой - высокую, то их выручки будут сильно отличаться друг от друга - 18 млн. и 6 млн. долл. В данном случае пассивная политика высоких цен предпочтительнее, чем конкурентная политика низких цен.

Таблица 6

Некооперативная игра на олигополистическом рынке

Производитель Кали	Назначает 3 долл.	Назначает 5 долл.
	10 млн. долл.	6 млн. долл.
Медельинский	10 млн. долл.	18 млн. долл.
Назначает 3 долл.	18 млн. долл.	15 млн. долл.
Назначает 5 долл.	6 млн. долл.	15 млн. долл.

В условиях высокой степени неопределенности олигополисты ведут себя по-разному. Одни пытаются игнорировать конкурентов и действовать, как будто в отрасли господствует совершенная конкуренция. Другие, наоборот, пытаются предвидеть поведение соперников и внимательно следят за каждым их шагом. Наконец, некоторые из них считают наиболее выгодным тайный сговор с фирмами-противниками. В реальной действительности могут одновременно встречаться все эти три варианта рыночного поведения. Поскольку руководство фирмы должно постоянно принимать множество решений, оно практически не в состоянии предсказывать реакцию конкурентов на каждое свое действие. Поэтому по многим тактическим вопросам, касающимся второстепенных аспектов, решения принимаются вполне самостоятельно. С другой стороны, при выработке стратегических решений фирма ведет работу по оптимизации взаимоотношений с соперниками. Задача эконо-

мической теории - изучить правила рационального выбора, привлекая аппарат теории игр.

Каждый «игрок» ищет такой ход, чтобы максимизировать свою выгоду и одновременно ограничить свободу выбора у конкурента. В поисках наиболее «простого» пути фирмы-соперники могут вступить в прямой сговор, договариваясь о единой политике цен, о разделе рынков сбыта и т. д. Последний случай наиболее опасен для общества и, как правило, запрещается нормами антимонопольного законодательства.

Первый вариант сводится к совершенной конкуренции, третий - в предельном случае - к чистой монополии. Он может быть изучен как с учетом теории игр, так и без нее. Обычно изучение олигополистического ценообразования начинают с анализа ломаной кривой спроса.

Допустим, на отраслевом рынке конкурируют три (I, II и III) фирмы. Рассмотрим реакцию фирм II и III на поведение фирмы I. Возможны две ситуации: когда она повышает цены и когда она их понижает. В случае, если фирма I повышает цены выше P_0 (рис. 97а), ее спрос изображается кривой D_1 выше линии P_0A . Конкуренты (фирмы II и III) не будут за ней следовать, и их цены либо останутся неизменными, либо вырастут в гораздо меньшей пропорции, как показывает кривая D_2 выше линии P_0A . При понижении фирмой I цены ниже P_0 фирмы II и III будут следовать за ней, что показывает кривая D_1 ниже линии P_0A . В результате возникает ломаная кривая спроса D_2AD_1 , высокоэластичная выше уровня текущей цены P_0 и малоэластичная ниже нее (рис. 97б).

Кривая предельного дохода при этом не является непрерывной и состоит как бы из двух участков - MR_2 выше точки B и MR_1 ниже точки C.

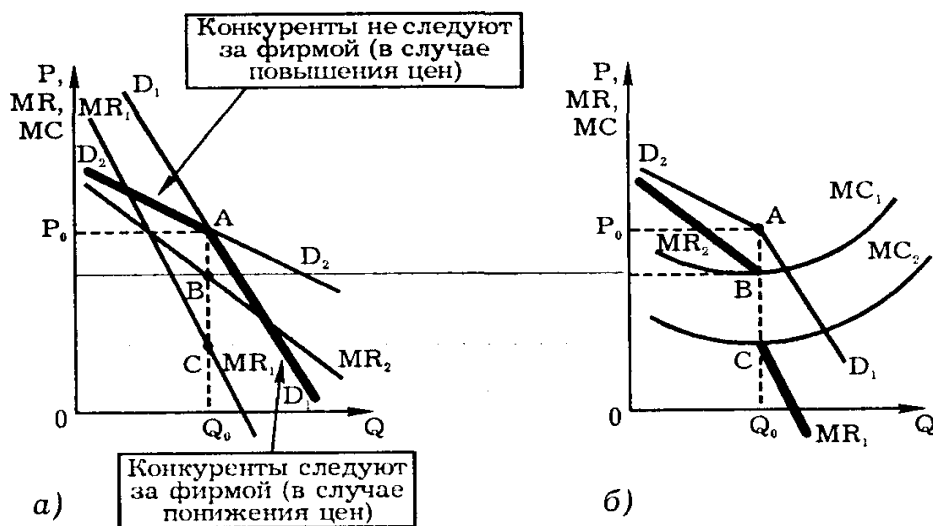


Рис. 97. Ломаная кривая спроса

Представленная модель иллюстрирует относительную негибкость цен при олигополии, поскольку любое повышение цен ухудшает ситуацию, т. е. повышение цены одной фирмой может способствовать укреплению позиций на рынке конкурентами, которые могут привлечь прежних покупателей фирмы, сохраняя низкие цены.

Понижение цен в условиях олигополии также может не привести к желаемому росту объема продаж, так как конкуренты, точно так же понизив цены, сохраняют свои квоты на рынке. В результате фирма-лидер не сможет увеличить число покупателей за счет других фирм. К тому же понижение цены чревато демпинговой ценовой войной.

Предложенная модель хорошо объясняет лишь негибкость цен, но не позволяет определить первоначальный уровень цен и механизм их роста. Последнее легче объяснить сговором олигополистов.

Стремление олигополистов к кооперативному поведению способствует образованию картелей. Картель – это объединение фирм, согласующих свои решения по поводу цен и объемов продукции так, как если бы они слились в чистую монополию. Образование картеля требует выработки совместной стратегии (по поводу цен, объемов производства), установления квот для каждого участника и создания механизма контроля за выполнением приня-

тых решений. Установление единых монопольных цен повышает выручку всех участников, но рост цен достигается путем обязательного снижения объема продаж.

В результате у каждого участника возникает соблазн получить двойной выигрыш: продавать свою продукцию по высокой картельной цене, но с превышением низких картельных квот. Картель - классический пример кооперативной игры, а обязательное условие картельного соглашения заключается в том, чтобы каждый его участник получил не меньше того, на что он мог бы рассчитывать при объединении против него всех других олигополистов.

Часто картельное соглашение предусматривает создание коллективного фонда, из которого осуществляются «побочные платежи» тем, кто пострадал от сокращения квот. Эти выплаты играют роль уравнивающих платежей.

Потенциальную угрозу картелю несет объединение аутсайдеров в контркартель. Если суммарный доход участников отрасли постоянен и равняется максимальной величине, то перед нами - игра двух участников (коалиций) с нулевой суммой, частным случаем которой является модель дуополии по Курно.

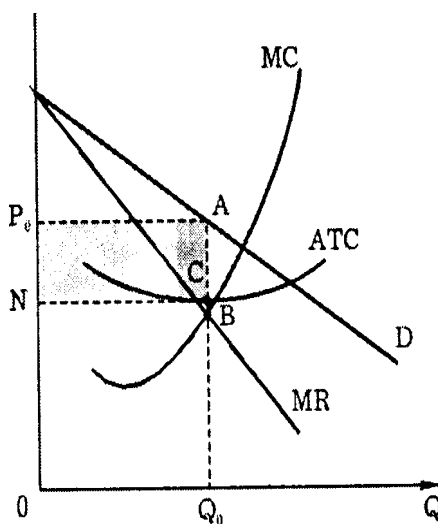


Рис. 98. Максимизация прибыли при тайном сговоре

Теория игр на ее современном уровне недостаточно учитывает институциональные аспекты процесса возникновения, расцвета и упадка картельных союзов. В настоящее время явные соглашения картельного типа встречаются редко. Гораздо чаще можно наблюдать неявные (скрытые) соглашения, тайный сговор.

Тайный сговор - это негласное соглашение о ценах, разделении рынков и других способах ограничения конкуренции, которые преследуются законом.

Если между участниками сговора (всеми продавцами соответствующего рынка) достигнута твердая договоренность, то олигополия вырождается в чистую монополию и все кривые спроса сливаются в одну. Объем продаж определяется точкой В, где $MR = MC$.

Проекция этой точки на кривую D, т. е. точка А (рис. 98), позволяет определить монопольную цену P_0 и экономическую прибыль (площадь P_0ACN).

Однако тайный сговор не может быть прочным длительное время. Высокий уровень прибыли и монопольная цена привлекают в эту отрасль новых производителей, что обостряет конкуренцию. Чем больше число участников, тем труднее им договориться между собой. По мере развития производства и насыщения рынка все сильнее сказываются различия в спросе и в издержках производства участников сговора. Те, кому удалось понизить издержки и повысить спрос, вызывают недовольство конкурентов, а к объективной дифференциации производителей добавляется субъективный фактор - мошенничество.

В обход соглашения осуществляются тайные продажи на льготных условиях. Все эти явления особенно дают о себе знать в условиях спада производства, когда каждый хочет выжить за счет других. Фактором, препятствующим тайному сговору, становится также антитрестовское законодательство.

$$P = AVC(1 + k) = AVC + k \times AVC = AVC + AFC + ,$$

где k - принятый процент надбавки.

Нормальный процент надбавки зависит от эластичности спроса на товар: чем выше эластичность, тем обычно ниже процент надбавки.

9.3. Другие формы несовершенной конкуренции

Формы несовершенной конкуренции многообразны. Наихудшим для потребителя является монополия, практикующая ценовую дискриминацию.

Ценовая дискриминация состоит в том, что одинаковые товары, фирма продает различным покупателям по разным ценам, в зависимости от их платежеспособности.

Это происходит при следующих предпосылках:

- 1) если продавец обладает достаточно высокой степенью монопольной власти, обеспечивающей ему контроль над производством и ценами;
- 2) если можно сегментировать рынок - разбить покупателей на разные группы, различающиеся степенью эластичности спроса по цене;
- 3) если тот, кто покупает товар дешевле, не может затем перепродать его дороже.

Цены могут различаться в зависимости от:

- качества товара или услуги;
- объема потребления (скидки оптовым покупателям);
- дохода покупателя, если он известен продавцу;
- времени покупки (дневное или ночное время, будни или выходные, разгар или конец сезона и т. д.).

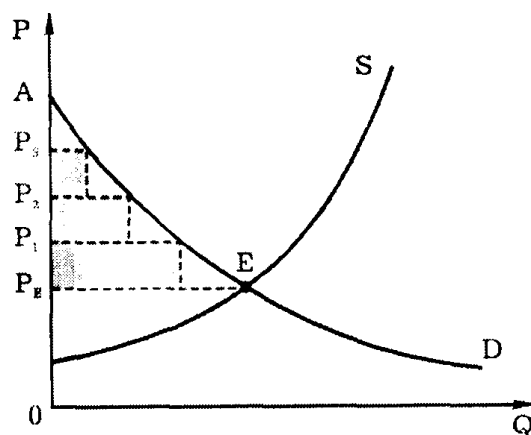


Рис. 100. Пример ценовой дискриминации

Таким образом, на один и тот же товар существует множество цен, причем различия цен никак не связаны с различием издержек. На первый взгляд, фирма, практикующая ценовую дискриминацию, кажется нетипичной. Однако в реальной жизни элементы такого поведения встречаются на повсеместно. Это - билеты в кинотеатр на дневные и вечерние сеансы, плата за электричество для фирм и домохозяйств, билеты в музей для взрослых, детей, студентов, военнослужащих и пенсионеров, индивидуальные и групповые авиабилеты и т. д. Во всех этих случаях фирмы, практикующие дискриминацию, присваивают часть потребительского излишка.

Допустим, что всех посетителей музея делят на две большие группы - российских граждан и иностранцев; российские граждане делятся еще на три группы - дети, студенты и взрослые. Таким образом, выделяется четыре категории потребителей - дети, студенты, взрослые, иностранцы.

Для каждой категории назначается своя особая цена. Допустим (рис. 100), дети платят P_E , студенты - P_1 , взрослые - P_2 , а иностранцы - P_3 . Таким образом, фирма, используя ценовую дискриминацию, присваивает значительную часть потребительского излишка (заштрихованные секторы), устанавливая цены выше равновесного уровня P_E .

В предельном случае дискриминирующая фирма стремится полностью получить потребительский излишек. При этом заштрихованный сектор стре-

мится заполнить все пространство фигуры P_EAE . Этот крайний случай представлен в модели совершенной ценовой дискриминации (рис. 101).

Так как цена и предельный доход равны для любой единицы продукции, то кривая предельного дохода совпадет с кривой спроса. Поэтому монополист, практикующий дискриминацию, получит не только прибыль, обычную для монополиста ($ABCP_{\text{мон}}$), но и дополнительную прибыль $P_{\text{мон}}AP_{\text{max}}$.

Это наблюдается в деятельности хорошо знающих своих клиентов частнопрактикующих юристов и врачей, чем в значительной степени и объясняются их высокие гонорары.

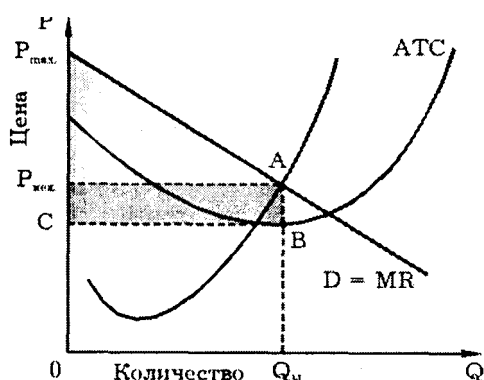


Рис. 101. Модель совершенной ценовой дискриминации

Наряду с монополией со стороны производителей (монополией в собственном смысле слова) встречается монополия со стороны покупателя – монопосония.

Покупатель - монополист заинтересован и имеет возможность покупать товары по наиболее низкой цене. Такая ситуация характерна для военной промышленности, продукцию которой закупает исключительно государство (это относится, прежде всего, к стратегическим вооружениям). Однако государство не всегда использует свое преимущество, чаще всего монополистическое преимущество реализуется на локальных рынках. Например, единственное в районе предприятие по переработке сельскохозяйственной продукции навязывает фермерам монополично низкие заготовительные цены.

Равновесие фирмы-монопсониста, максимизирующее ее прибыль, достигается при универсальном условии равенства предельного дохода предельным издержкам ($MR = MC$). Если наклон кривой предложения положителен, то кривая предельных издержек проходит выше нее (рис. 102).

Тогда фирма-монопсонист, используя свою власть, сократит объем закупок с равновесного уровня Q_E до Q_M что вызовет понижение цены с P_E до P_M . Таким образом, затраты монопсониста на покупку продукции (как правило, это производственные ресурсы) будут ниже, чем в условиях совершенной конкуренции.

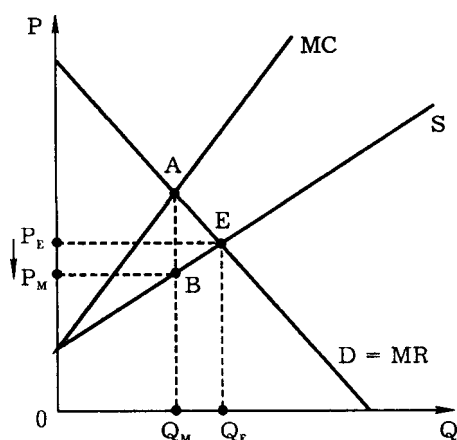


Рис. 102. Модель монопсонии

Двусторонняя монополия – это рыночная структура, когда монополисту противостоит монопсонист – единственный продавец сталкивается с единственным покупателем.

Такая ситуация наблюдается, в частности, когда фирма-монополист ведет переговоры с отраслевым профсоюзом по поводу найма работников (купли-продажи труда). В качестве примера можно назвать столкновение профсоюза авиадиспетчеров с национальной авиационной компанией.

Чтобы рассмотреть модель двусторонней монополии, используем карту кривых безразличия. Допустим, что один из монополистов – продавец товаров (ресурсов), а другой – покупатель (владелец денег). Отложим на оси абсцисс количество товаров, а на оси ординат – сумму денег, предназначенных

для их оплаты (рис. 103). Кривые безразличия в данном случае будут тождественны кривым постоянной прибыльности.

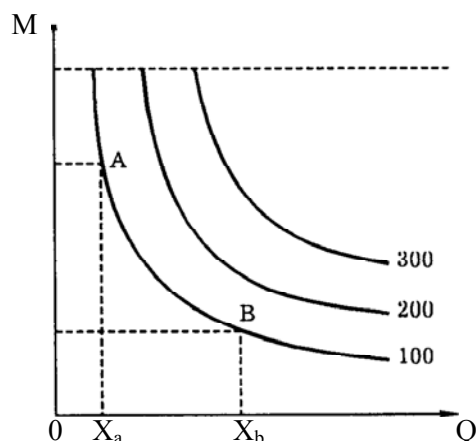


Рис. 103. Карта кривых безразличия покупателя монополиста

Аналогично построим карты кривых безразличия (постоянной прибыльности) для продавца. Совместим эти карты зеркально друг к другу, чтобы система координат покупателя начиналась в левом нижнем углу, а продавца - в правом верхнем (рис. 104). В результате мы получаем «коробку Эджуорта».

Каждый участник торга заинтересован в переходе с кривой безразличия низшего на кривую высшего порядка. Покупатель хочет двигаться вправо вверх, т.е. от кривой C_1 (от customer - покупатель) к кривым C_2, C_3, C_4 , и т. д.

Напротив, продавцу желательно сдвигаться влево вниз, т.е. от кривой S_1 (от supplier - продавец) к кривым S_2, S_3, S_4 , и т. д.

Точка T_1 представляет ситуацию, максимально благоприятную для продавца и минимально приемлемую для покупателя. В точке T_2 положение покупателя улучшится, а продавца ухудшится.

Наконец, в точке T_4 возникнет ситуация, максимально благоприятная для покупателя и минимально приемлемая для продавца.

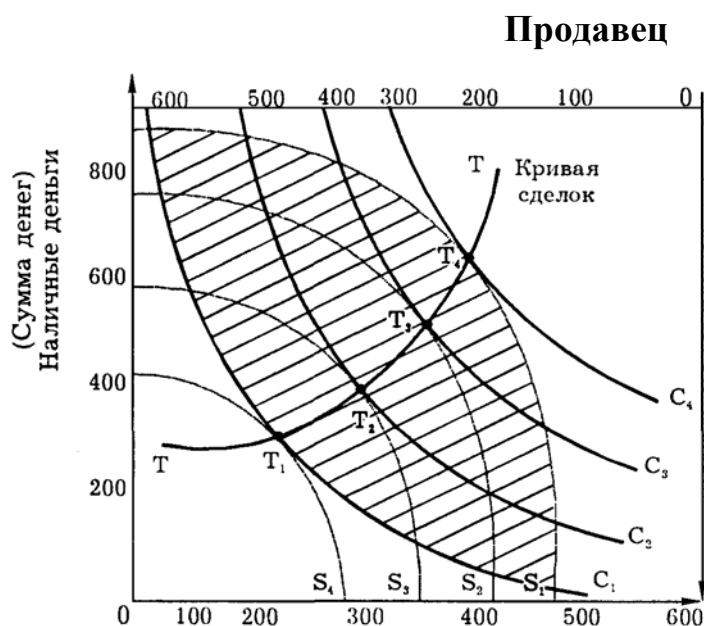


Рис. 104. Двусторонняя монополия

Областью допустимых решений станет заштрихованная фигура, ограниченная кривыми C₁ и S₁. Однако оптимальные решения будут находиться на кривой сделок TT¹ (от *transaction* - сделка), объединяющей точки T₁, T₂, T₃, T₄ и т. д., которые являются точками касания кривых C и S. Любой сдвиг вдоль кривой сделок TT¹ означает выигрыш одной стороны и ущерб другой. Поэтому проблема двусторонней монополии не имеет однозначного решения. На практике побеждает сильнейший.

9.4. Антимонопольное законодательство и регулирование

Так должна ли существовать монополия, как форма рыночной конкуренции или существование такого типа компаний способствуют нивелированию рыночных процессов в современной экономике? Поскольку чистые монополии встречаются крайне редко, то в обыденном сознании и в СМИ закрепилось отождествление монополии с крупной олигополистической фирмой. Имеются в виду крупные компании, имеющие высокую долю продаж на отраслевом рынке, значительные размеры финансовых активов и прибылей.

Хотя абсолютные и относительные показатели совпадают далеко не всегда, совершенно очевидно, что они взаимосвязаны, и обыденное сознание фиксирует эту связь.

Ряд обстоятельств говорит в защиту монополий. Развитие научно-технического прогресса (НТП) эффективно только в крупных фирмах. Общеизвестно, что хотя значительная часть выдающихся технических открытий XX в. сделана мелкими предпринимателями, их реализация стала уделом «большого бизнеса». Крупное производство позволяет лучше использовать эффект масштаба и широко разворачивать научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР). Все это при прочих равных снижает себестоимость и повышает качество продукции.

Стереотипы мышления начала XX в., будто монополия всегда стремится паразитировать на достигнутом, тормозить НТП, склонна к «загниванию и застою», сильно устарели. Современная монополия существует в условиях развитого рыночного хозяйства, которое постоянно таит угрозу конкуренции - внутриотраслевой или межотраслевой, национальной или иностранной, реальной или потенциальной.

В то же время не лишены оснований и многие доводы против монополий. Конечно, монополисту «легче жить», чем производителю в условиях совершенной конкуренции.

Монопольная власть над ценами таит опасность пойти по «легкому пути», поскольку всегда сохраняется определенный запас прочности. Поэтому в крупных фирмах избегают слишком частых и глубоких модификаций производимой продукции. Отдельные изобретения нередко придерживаются и внедряются только в комплексе. «Крупный бизнес» неизбежно имеет тенденцию к бюрократизации, нарастанию X-неэффективности.

Если в условиях совершенной конкуренции $P = MC$, то у монополии, как правило, $P > MC$. Отсюда, по мнению большинства экономистов, неэффективность в распределении ресурсов. Деятельность монополий усиливает

дифференциацию доходов, провоцирует рост социально-политических конфликтов.

Антимонопольное законодательство – законодательство, направленное против накопления фирмами опасной для рыночной экономической системы монопольной власти. Антимонопольное законодательство может пониматься в узком и широком смысле слова.

В первом случае оно направлено против чистых монополий и крупных олигополий, обладающих избыточной монопольной властью, а также на предотвращение действий, нарушающих общепринятые нормы этики делового общения.

Широкая трактовка антимонопольного законодательства направлена против всех форм накопления монопольной власти (в том числе и мелкими фирмами), любых форм монопольного поведения.

Классическим примером антимонопольного законодательства является антитрестовское законодательство США. Первым актом стал знаменитый закон Шермана (1890 г.), который был направлен в основном против монополизации торговли и коммерческой деятельности. Он запрещал любые формы контрактов (объединения, сговор и т. п.), направленные на ограничение свободы торговли, а также объявлял вне закона «недобросовестные приемы» устранения конкурентов, рассматривая их как уголовное преступление.

В качестве мер наказания предусматривались штрафы, возмещение убытков, тюремное заключение и даже расформирование виновной фирмы.

Главная особенность закона Шермана - нацеленность на борьбу с уже существующими монополиями. Его недостатками были нечеткость основных определений, отсутствие контролирующего выполнение закона постоянного органа и профилактических антимонопольных мер.

Эти недостатки в значительной степени устранены в 1914 г., когда были приняты закон Клейтона и закон о Федеральной торговой комиссии (ФТК). В законе Клейтона не только уточнялись основные понятия антитре-

стовского законодательства, но и расширялось понятие антимонопольной деятельности. В частности, особое внимание уделялось финансовым аспектам взаимодействия монополистов, а также монопольной власти как таковой. На правительственную Федеральную торговую комиссию был возложен контроль за исполнением антитрестовских законов.

Благодаря этим законам расширилась профилактика «монопольной болезни». В дальнейшем антитрестовское законодательство США все в большей степени переходило от узкой к широкой трактовке монополистического поведения. Закон Уилера-Ли (1938 г.) был направлен на защиту прав потребителей (против ложной рекламы и искаженной информации); закон Келлера-Кефаувера (1950 г.) обращал внимание на взаимодействие монополистов в сфере материальных активов.

Совершенствование антитрестовского законодательства продолжалось и позднее. Например, в первой половине 80-х гг. американское правительство приняло инструктивные документы, которые установили нормативы отраслевой концентрации с использованием индекса Херфиндаля-Хиршмана (H_{нн}).

Если этот индекс не превышал 1000, то рынок признавался слабоконцентрированным, если превышал 1800 - высококонцентрированным. Введение подобных нормативов фактически ускорило концентрацию в тех отраслях, где ранее она была низка, и не препятствовало вертикальной концентрации и образованию конгломератов.

Антитрестовские законы США оказали большое влияние на развитие антимонопольного законодательства других стран, в том числе и современной России.

В целом ряде отраслей избежать образования монополий невозможно. Например, нельзя иметь в доме два газопровода от двух конкурирующих компаний, несколько линий теплопередачи, альтернативные источники электроэнергии и т. д. В большинстве отраслей инфраструктуры образование мо-

нополий происходит естественным образом, и государство вынуждено осуществлять по отношению к ним прямое или косвенное регулирование.

В 30-40-е гг. в США активно обсуждался вопрос об уровне цен в условиях естественной монополии. При совершенной конкуренции $P = MC$; такая цена (P_b) оптимальна с точки зрения общества, так как обеспечивает наиболее эффективное распределение ресурсов (рис. 105).

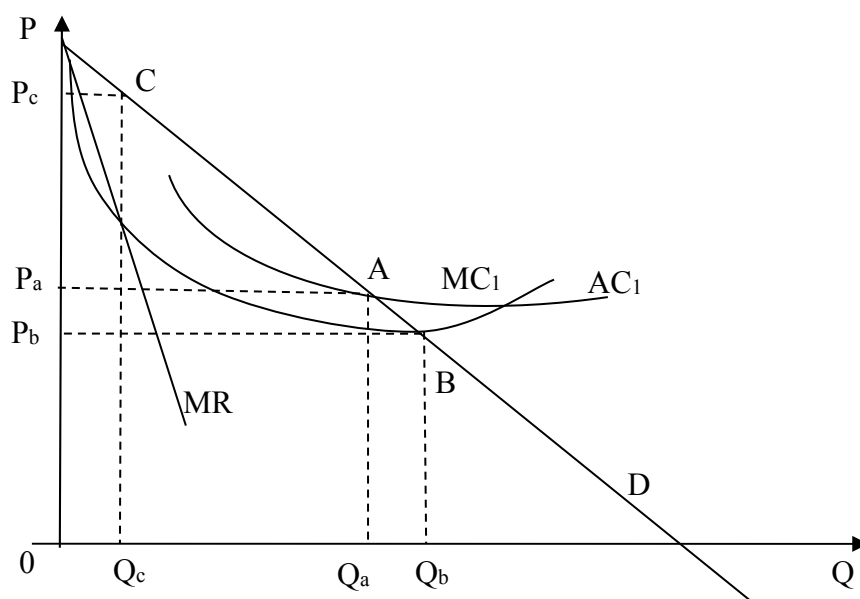


Рис. 105. Регулируемая естественная монополия

Однако при такой цене у ряда производителей производство может оказаться убыточным, поскольку у разных производителей различны издержки, то и цены тоже были бы разными.

В этих условиях потребитель не защищен от условий производителя, который может завышать цену под самыми различными (реальными или надуманными) предложениями до уровня P_c . Поскольку государство стремится минимизировать необоснованные выгоды естественных монополий, оно устанавливает равную для всех цену на уровне средних издержек (P_a).

Несмотря на то, что такая цена ведет к сокращению объема предоставляемых благ в сравнении с оптимальным случаем ($Q_a < Q_b$), потребители по-

лучают все же больше в сравнении со случаем нерегулируемой естественной монополии ($Q_a > Q_c$).

Цену, устанавливаемую на уровне средних издержек, называют «ценой, обеспечивающей справедливую прибыль». За соблюдением «справедливости» следят в США многочисленные федеральные регулирующие комиссии (по торговле между штатами, по управлению энергетикой, по связи и др.). Их деятельность давно служит излюбленным объектом критики для представителей классического либерализма.

Организация комиссий, направленных против монополий, таит в себе элементы монополизма. Ответственными работниками этих комиссий становятся представители компаний-монополистов, которые, конечно, стремятся контролировать самих себя на самых выгодных условиях.

Часто крупные фирмы выступают инициаторами внедрения государственного регулирования в ранее конкурентные отрасли, обеспечивая себе тем самым надежную защиту от конкурентов и потребителей. Подобное «регулирование» саркастически называют «легальным картелем», который защищен государственной властью.

Политика дерегулирования 70-90-х гг. в ряде случаев привела к разрушению таких «легальных картелей» и снижению потребительских цен.

Действуя на основе антимонопольного законодательства и защищая интересы всех рыночных субъектов, правительство, прежде всего, учитывает следующие факторы, посредством которых определяется сам процесс формирования конкуренции:

- 1) либерализация цен или их отпуск (т. е. придание свободы процессу их образования) является условием снижения потребительского спроса. В результате предложение на рынке не находит своего экономического обоснования, и начинается процесс широкомасштабного снижения производства. Такая ситуация наблюдалась, например, в России в 90-е годы XX века, когда либерализация явилась первым этапом «шоковой терапии»;

2) инфляция. Если возникает инфляционный всплеск, то за этим следует резкий рост цен, что вызывает деформацию в структуре спроса. В результате это может привести к чрезмерно высоким издержкам фирм, и они начнут сокращать объемы выпуска, что в свою очередь вызывает экономический кризис;

3) либерализация внешнеэкономических связей, развитость национальной экономики и место страны на мировом рынке. Данный показатель очень важен для рыночной экономики: насколько продукция отечественного производства конкурентоспособна на мировом рынке, и какова величина импорта? Все это является факторами, влияющими на рыночные механизмы.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. ЭБС «Znanium. com.» Борисов, Е.Ф. Экономика: учебное пособие / Е.Ф. Борисов. - М.: ИНФРА-М: КОНТРАКТ, 2013. - 256 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/>
2. Бардовский, В.П. Экономика: учебник для студентов вузов / В.П. Бардовский, О.В. Рудакова, Е.М. Самородова. - М.: ФОРУМ-Инфра-М, 2014. - 672 с.
3. ЭБС «Znanium. com.» Журавлева, Г.П. Экономическая теория: учебное пособие / Г.П. Журавлева. - М.: РИОР: Инфра-М, 2014. - 207 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/>

б) дополнительная литература

1. ЭБС «Znanium. com.» Басовский, Л.Е. Экономика: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 375 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/>
2. ЭБС «Айбукс» Вечканов, Г.А. Макроэкономика: учебник для вузов/ Г.А. Вечканов, Г.Н. Вечканова. – СПб.: Питер, 2014. – 448 с. – Режим доступа: <http://ibooks.ru/>
3. ЭБС «Айбукс» Микроэкономика: учебное пособие/ А.И. Попов и др. – СПб.: Питер, 2013. – 320 с. – Режим доступа: <http://ibooks.ru/>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

- www.consultant.ru – Справочная правовая система «Консультант Плюс».
- www.budgetrf.ru – информационно-аналитический комплекс «Бюджетная система Российской Федерации» в рамках проекта «Университетская информационная система России».
- www.eeg.ru – сайт Экономической экспертной группы – независимого аналитического центра по проблемам макроэкономики и государственных финансов.
- www.government.ru – официальный сайт Правительства Российской Федерации.
- www1.minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации.
- www.nalog.ru – официальный сайт Федеральной налоговой службы.
- www.rosfinnadzor.ru – официальный сайт Федеральной службы финансово-бюджетного надзора.
- www.fedsfm.ru – официальный сайт Федеральной службы по финансовому мониторингу.
- www.fpcenter.ru – Центр фискальной политики.
- www.worldbank.org – официальный сайт Всемирного банка.