

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ—
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ

ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Под редакцией доктора экономических наук,
профессора С. И. Иванова

В 2-х книгах
Книга 1

Учебник для 10–11 классов общеобразовательных учреждений
с углубленным изучением экономики

Допущено Министерством образования Российской Федерации

7-е издание

ИЗДАТЕЛЬСТВО  МОСКВА • 2004

УДК 373.167.1:330

ББК 65.01я721.6

О47

Учебник подготовлен преподавателями Российского Государственного Педагогического университета им. А.И.Герцена:

д-р экон. наук, проф. *С.И.Иванов* — гл. 1–2 (совместно с *В.В.Шереметовой*), 9–11, 12 (совместно с *В.В.Шереметовой*), 13–15;

канд. экон. наук, доц. *В.В.Шереметова* — гл. 3–4;

д-р экон. наук, проф. *М.А.Скляр* — гл. 5, 7–8;

канд. экон. наук, проф. *А.Я.Линьков* — гл. 16–18;

д-р экон. наук, проф. *Б.И.Табачникас* — гл. 6 (совместно с *М.А.Скляром*).

Консультант со стороны Европейского Союза

проф., д-р *Р.Шёндорф* (Роттердамский Университет им. Эразма, Нидерланды)

проф., д-р *П.Вельфенс* (Потсдамский Университет, Германия)

Рецензенты:

д-р экон. наук, проф. *В.М.Гальперин*; д-р физ.-мат. наук, проф., чл.-корр. РАО *А.Ж.Жафяров*; доц. *Л.К.Моргунова*; д-р экон. наук, проф. *Л.Л.Любимов*; д-р экон. наук, проф. *Н.П.Литвинова*; канд. экон. наук, доц. *Е.В.Савицкая*; д-р экон. наук, проф. *В.Л.Тамбовцев*; канд. экон. наук, доц. *А.Уральский*

Основы экономической теории: Учебник для 10–11 кл.

О47 общеобразоват. учрежд. с углубленным изучением экономики/Гос. унив.— Высшая школа экономики; Под ред. *С.И.Иванова*. — 7-е изд. — В 2-х книгах. Книга 1. — М.: Вита-Пресс, 2004. — 336 с.: ил. —

ISBN 5-7755-0634-0 (кн. 1); ISBN 5-7755-0636-7

Учебник знакомит старшеклассников с основами рыночной экономики. Изучение экономики по этому учебнику обеспечивает формирование у учащихся базового уровня экономической грамотности, культуры экономического мышления и способности к самообразованию и самопознанию. Полученные знания позволят обучаемым составить целостное представление о сути экономических явлений и их взаимосвязи.

УДК 373.167.1:330

ББК 65.01я721.6

ISBN 5-7755-0634-0 (кн. 1)

ISBN 5-7755-0636-7

© Комиссия Европейского Союза, 1999

© Художественное оформление.

ООО Издательство «Вита-Пресс», 1999

© ООО Издательство «Вита-Пресс»,

изменения и дополнения,

2000, 2002, 2003, 2004

Все права защищены

Данный учебник входит в серию учебников, подготовленных в рамках Проекта Тасис «Преподавание экономических и бизнес-дисциплин в средних школах, технических и классических университетах», реализованного Государственным университетом — Высшей школой экономики (ГУ-ВШЭ) и Фондом экономических исследований Университета «Эразмус», Роттердам (SEOR/EUR) и в 1994–1998 годах.

Приступая к изучению экономики, прежде всего необходимо выяснить, какой смысл вкладывается в это понятие. В одном случае под экономикой подразумевают определенную экономическую систему: рыночную или планово-управляемую, в другом — народное хозяйство той или иной страны, хозяйство региона, отрасли или предприятия. Наконец, под экономикой подразумевают науку, научную дисциплину.

В этом учебнике вы познакомитесь с основами экономики как научной дисциплины, предметом изучения которой является та или иная экономическая система. Сейчас в мире господствует рыночная система: в одних странах она приняла развитые формы, в других, в том числе и в России, она сформировалась недавно и уровень ее развития еще не столь высок. Поэтому естественно, что основное внимание в этой книге будет уделено именно изучению рыночной экономики.

Слово «экономика» греческого происхождения. Оно введено в оборот древнегреческим философом Аристотелем. Звучало оно как «ойкономика» и складывалось из двух слов: «ойкос», что означало дом, хозяйство, и «номос» — правило, закон. Таким образом в древности под экономикой понимали искусство ведения домашнего хозяйства — замкнутого рабовладельческого домовладения. Позже вопросы хозяйствования рассматривались уже не только в рамках семьи, но и города (по-гречески город — «полис», отсюда и возникло понятие «политическая экономия»), а затем крупного региона, страны, мира. В дальнейшем термин «политическая экономия» был вытеснен терминами «экономика» (economics).

ПРЕДМЕТ И МЕТОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

Прочитав эту главу, вы узнаете:

- ✦ почему безграничность потребностей людей и ограниченность их дохода ставят перед людьми проблему выбора;
 - ✦ чем различаются свободные и экономические блага;
 - ✦ что такое факторы производства;
 - ✦ что включает в себя понятие «альтернативная стоимость экономических благ»;
 - ✦ что показывает кривая производственных возможностей;
 - ✦ в чем состоят фундаментальные проблемы экономики и как определяется предмет экономической науки;
 - ✦ что такое микро- и макроэкономика, позитивная и нормативная экономика;
 - ✦ что представляет собой экономическая модель;
 - ✦ какие свойства присущи экономическим величинам;
 - ✦ что такое номинальные и реальные величины.
-

Каждая отрасль науки имеет свой предмет исследования. Что изучает экономика? Ответить на этот вопрос в двух словах очень трудно. Подробному рассмотрению этого вопроса будет посвящена вся первая глава учебника. Но и тогда, когда вы прочитаете эту главу и разберетесь в ее материале, вы получите только первое представление об экономике как научной дисциплине. Ваше понимание предмета экономики значительно расширится и станет более глубоким, когда вы познакомитесь с основами экономической теории.

1.1. БЕЗГРАНИЧНОСТЬ ПОТРЕБНОСТЕЙ И ОГРАНИЧЕННОСТЬ РЕСУРСОВ. ПРОБЛЕМА ВЫБОРА

Безграничность потребностей человека

Условием жизни любого человека, семьи и общества в целом является удовлетворение потребностей людей в пище, одежде, жилище. Но «не хлебом единым жив человек». У каждого из нас есть вполне естественное стремление удовлетворять свои духовные потребности: читать книги, посещать кино и театр, совершать туристические поездки по своей стране или за границу. Люди должны познавать окружающий их мир, расширять и накапливать свои знания. Поэтому существует объективная потребность в образовании, изучении природы и общества. Любая страна имеет право на обеспечение своей безопасности, государство обязано заботиться об охране окружающей среды, о здоровье своих граждан и т. д., что предполагает существование жизненно важных потребностей общества.

Круг потребностей каждого человека и общества в целом постоянно расширяется, а сами потребности становятся не только более многообразными, но и более совершенными. Сейчас, например, никому не нужны галоши или кареты, зато появились потребности в видеомэгафонах и услугах авиакомпаний.

Потребности каждого человека практически *безграничны*. Это вполне естественно, так как каждый из нас предпочитает употреблять вновь появляющиеся наиболее высококачественные и экологически чистые пищевые продукты, носить удобную одежду, соответствующую новой моде, посещать концерты «звезд» эстрады и совершать туристические вояжи в комфортабельных условиях и т. д. Однако подавляющее большинство людей, а возможно, и все люди без исключения, не в состоянии полностью удовлетворить свои потребности.

Ограниченность дохода и проблема выбора

Степень удовлетворения потребностей человека зависит от размера того дохода, который он получает. Но никто не может заработать столько денег, сколько ему захочется. Поэтому доход любого человека, любой семьи *ограничен*.

Ограниченность дохода означает, что все без исключения каждодневно решают важную практическую проблему: на что истратить заработанные деньги? Например, члены российской семьи со средним доходом должны решить, какая часть их дохода может быть израсходована на мясо, какая — на масло, какая — на книги и т. д. Они могут хорошо питаться и пополнять свою библиотеку новинками художественной литературы, но тогда им придется отказаться от покупки модной одежды. Для «нового русского» нет вопроса о том, купить ли деликатесы или французский коньяк многолетней выдержки, — и то и другое ему вполне доступно. Но ему приходится выбирать, приобрести ли виллу в Италии на берегу Адриатики или в США близ Сан-Франциско, так как купить обе виллы ему не по карману.

Аналогичный выбор приходится делать руководителям или финансовым менеджерам различных фирм. Имеющиеся в их распоряжении денежные капиталы могут быть очень велики, но в любом случае они ограничены. Поэтому они вынуждены решать, вложить ли средства в новое оборудование, или купить завод, поставляющий им вспомогательные материалы (например, тару), или построить собственный цех по производству тары.

Перед необходимостью выбора стоит и правительство любой страны. Получая в свое распоряжение известную сумму доходов, главным образом в виде налоговых поступлений, оно должно решать, какую часть этих доходов следует выделить на развитие образования, науки и культуры, какую — на охрану окружающей среды, какую — на оборону страны и т. д.

Таким образом, и перед домашней хозяйкой, и перед руководителем фирмы, и перед премьер-министром стоит, по сути дела, одна и та же проблема — проблема выбора того, каким образом использовать имеющиеся в их распоряжении доходы. Эта проблема возникает вследствие того, что в любом случае отдельные семьи, крупные или мелкие фирмы и государства обладают ограниченными доходами. Проблемы выбора не существовало бы, если бы все хозяйствующие субъекты общества получали бы неограниченные доходы. Возможность полного удовлетворения всех потребностей людей и общества является давней, но несбыточной мечтой. Существование такого общества не более чем утопия.

Чем обусловлена ограниченность доходов? Для того чтобы ответить на этот вопрос, представим себе такую ситуацию, когда все люди зарабатывают много денег, но, придя в магазин, они обнаруживают, что полки пусты и купить на заработанные деньги нечего. Это означает, что реальный размер доходов населения страны определяется тем количеством товаров и услуг, которые приобретаются на полученные покупателями доходы. Поэтому доходы всех членов общества ограничены количеством товаров и услуг, которые производятся в экономике. Иными словами, любое общество имеет в своем распоряжении ограниченные *блага*, т. е. средства, благодаря которым удовлетворяются потребности людей. Все виды ограниченных благ называются экономическими.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ БЛАГА — это средства, необходимые для удовлетворения потребностей людей и имеющиеся в распоряжении общества в ограниченном количестве.

В распоряжении людей имеются также неограниченные, или *свободные*, блага. Они достаются каждому человеку в количестве, достаточном для удовлетворения его потребностей. Однако в природе имеется лишь несколько видов подобных благ. Например, вода в лесном роднике равно доступна всем, кто в этом лесу побывает. Воздух, которым мы дышим, является свободным благом. Но уже в настоящее время усиливается его загрязненность, особенно в крупных промышленных центрах. Поэтому обществу приходится тратить немалые средства на очистные сооружения, чтобы не допускать загрязнения воздушного бассейна.

Для создания экономических благ необходимы ресурсы: времени, трудовые, природные, финансовые (денежные) и материальные. Ресурсы используются людьми для производства и потребительских товаров и услуг, и новых ресурсов.

Ресурсы, которыми располагает любая страна, ограничены. Прежде всего ограничены трудовые ресурсы. В производство экономических благ может быть вовлечена только часть трудоспособного населения страны, только те ее жители,

которые могут работать и которые намерены работать. Общество располагает ограниченными природными ресурсами, например пригодными для производства сельскохозяйственной продукции землями. В стране, возможно, имеются колоссальные запасы руды или каменного угля и других минералов, но их добыча лимитируется производственными мощностями добывающей промышленности. Следовательно, и здесь мы сталкиваемся с довольно жесткими границами тех ресурсов, которыми располагает экономика.

Именно ограниченность ресурсов лежит в основе того, что люди не могут производить беспредельное количество разнообразных экономических благ. Причем в обществе должно происходить распределение ресурсов между различными отраслями экономики для того, чтобы производить те или иные виды экономических благ. И если в одни отрасли окажется вовлеченным большее количество ресурсов, то другим отраслям останется меньшее их количество.

Факторы производства

Ресурсы, которые используются людьми для производства экономических благ, называются **ФАКТОРАМИ ПРОИЗВОДСТВА**.

Многообразие ресурсов, которые имеет в своем распоряжении общество, предполагает, что и факторы производства многообразны. Мы, однако, в дальнейшем будем рассматривать три их основных вида — 1) земля и другие природные факторы; 2) капитал и 3) трудовые ресурсы. Эти факторы — необходимое условие производства в любой отрасли экономики. Соединяясь воедино, эти три фактора создают все без исключения виды товаров и услуг, нужных для общества.

Земля и другие природные ресурсы. В эту группу включаются все «даровые блага природы», которые применяются в производственном процессе: участки земли в качестве места, на котором располагают производственные здания и сооружения, учебные заведения, магазины и т. д.; пахотная земля, на которой выращивают урожаи сельскохозяйственных культур; леса, воды, месторождения полезных ископаемых и т. д.

Капитал включает в себя произведенные человеком средства производства. Капитал — это станки и оборудование, производственные здания, сооружения, транспортные средства, линии электропередач и транспортные коммуникации, вычислительная техника и измерительные приборы, добытое сырье и полуфабрикаты, короче, все, что используется людьми для производства товаров и услуг или служит необходимым условием такого производства. Величина капитала зависит не только от чисто количественных параметров (например, от количества техники, используемой в сельскохозяйственном производстве), но и от того, насколько используемая техника, оборудование, станки соответствуют уровню технического прогресса. Все эти виды средств производства представляют собой реальный капитал.

Трудовые ресурсы — это люди, обладающие физическими и интеллектуальными способностями, благодаря которым они могут производить товары и услуги. К трудовым ресурсам относятся только трудоспособное население, причем та его часть, которая занята на производстве, на государственной службе, учится и т. д., а также люди, которые хотя и не работают, но ищут работу. Заметим, что вместо термина «трудовые ресурсы» нередко используется выражение «труд» (например, «рынок труда» и др.).

Результативность применения трудовых ресурсов, т. е. производительность труда в значительной степени определяется уровнем образования людей, их квалификацией, состоянием здоровья, а также культурно-историческими традициями. Большую роль играет заинтересованность людей в реализации своих способностей. Эффективность экономики любой страны во многом зависит от того, насколько ее жители смогут раскрыться в своей трудовой деятельности, проявить свои знания и таланты. Насколько хороша экономическая система, проявляется, в частности, в том, как она влияет на раскрытие и реализацию способностей людей.

Факторами производства владеют частные лица, компании или государство. Каждый фактор участвует в создании различных товаров и услуг и приносит собственнику этого фактора соответствующий доход. Заработная плата представляет собой вознаграждение за труд, владельцы капитала получают процент, а собственники земли — ренту. Схема на рис. 1-1 ил-

люстрирует образование доходов, создаваемых различными факторами.

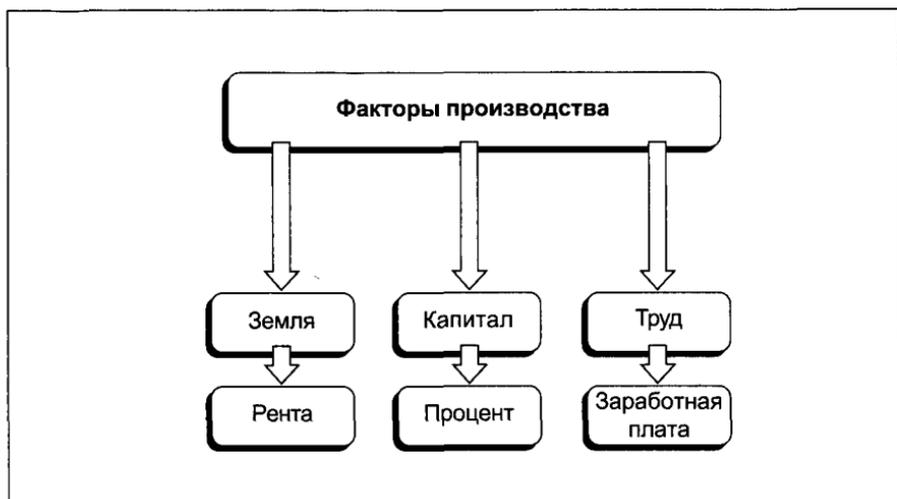


Рис. 1-1. Δ

Факторы производства и приносимые ими доходы.

Факторы производства принимают участие в создании товаров и услуг. Благодаря этому они приносят своим владельцам различные виды доходов: рабочие за свой труд получают заработную плату, владельцы капитала — процент, землевладельцы — ренту.

1.2. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИЗДЕРЖКИ И КРИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Итак, мы установили, что ограниченность ресурсов, которыми располагает общество, и факторов производства, которые применяются людьми, чтобы создавать экономические блага, ставит общество в целом, каждого отдельного человека или коллектив людей перед проблемой выбора. Объективно людям всегда приходится решать проблему, как распорядиться теми ограниченными факторами производства, которыми они располагают, чтобы полнее удовлетворить свои потребности. Для того чтобы понять, как решается проблема выбора, нужно исходить из следующей предпосылки:

Совершая свой выбор в условиях ограниченности экономических благ и факторов производства, люди ведут себя РАЦИОНАЛЬНО.

Рациональное поведение людей

Если вы читали повесть Лескова «Очарованный странник», то, наверное, помните, как ее герой в пьяном угаре швырнул к ногам танцующих цыганок несколько тысяч рублей (громдную по тем временам сумму), предназначенных для покупки новых лошадей для эскадрона, в котором он служил. Да и в реальной жизни не только отдельные (частные) лица, но и государственные руководители нередко принимают решения, которые ведут к нерациональному использованию ресурсов. Так, в недалеком прошлом в соответствии с решениями, принятыми руководителями органов КПСС, студенты, преподаватели, научные сотрудники, работники конструкторских бюро направлялись на сельскохозяйственные работы. В результате в некоторых случаях специалисты, занятые конструированием уборочных машин, вместо того, чтобы разрабатывать более совершенную уборочную технику, вручную копали картофель.

Что же предполагает рациональность поведения человека в экономике?

1. Прежде всего, человек (будь то домашняя хозяйка, менеджер, глава государства и т. д.) так организует свою деятельность, деятельность руководимой им фирмы или государства, чтобы добиться наибольшего результата при имеющихся в его распоряжении ресурсах. В частности, использование факторов производства предполагает затраты труда, расходование сырья, снашивание оборудования и т. д. Рациональность поведения предполагает, следовательно, что при данных затратах факторов производства необходимо произвести как можно больше экономических благ, т. е. *максимизировать результат при данных затратах*. Человек поступит рационально и в том случае, если он достигнет желательного результата при наименьших затратах, т. е. *минимизирует затраты для достижения данного результата*.

2. Рациональное поведение, с точки зрения экономиста, не обязательно является «правильным», если его оценивать с позиции норм морали. Предположим, экономист помогает собственнику табачной фабрики добиться высокой прибыльности путем наиболее эффективного использования ресурсов. Экономист при этом не должен считаться с тем, что курение вредно для здоровья. Моралист осудит собственника табачной фабрики, полагая, что производство сигарет нерационально с точки зрения интересов общества и норм морали. Экономист с ним согласится, но скажет: «Если уж сигареты производятся, то их нужно производить, рационально используя факторы производства».

3. Рациональность предполагает целесообразную деятельность, подразумевает постановку *цели*. Например, государство, решая проблему повышения уровня жизни людей в ближайшее время, должно выделять средства на оказание социальной помощи неимущим и стимулировать рост капиталовложений для производства потребительских товаров. Но тогда возникает опасность «проедания» большей части произведенного сегодня продукта, что может привести к невозможности роста производства в будущем, так как ресурсов на совершенствование и обновление материальной базы производства будет не хватать. Если же целью является обеспечение стабильного роста благосостояния в последующие годы, то придется большую часть ресурсов вкладывать в развитие производства, его модернизацию, совершенствование, но в этом случае придется смириться с ограничением потребления в ближайшее время. Если правители какой-либо страны полагают, что главная цель — наращивание военной мощи, то большинству населения этой страны придется оставить мечты о росте благосостояния и в ближайшем будущем, и в отдаленной перспективе.

4. Делая выбор, субъекты экономики руководствуются тем или иным *критерием выбора*. Скажем, решая истратить имеющуюся сумму денег на обновление своего гардероба, разные люди будут руководствоваться различными критериями достижения поставленной цели. Для одних важна дешевизна приобретаемых вещей — это позволит приобрести их в большем количестве; для других — добротность и прочность, что позволит носить их дольше; для третьих — соответствие современной моде, престижность.

В любом случае выбор какого-то экономического блага предполагает отказ от другого экономического блага. Если школьнику, имеющему немного денег, хотелось бы пойти в кино и купить мороженое, но на то и другое денег не хватает, то ему приходится чем-то жертвовать. Предположим, что школьник принял решение идти в кино. Он отказал себе в удовольствии съесть мороженое ради того, чтобы посмотреть кинофильм. Мороженое в этом случае явилось *ценой его выбора*, т. е. *альтернативными издержками* билета в кино. Если руководство фирмы принимает решение приобрести пять «Роллс-Ройсов», чтобы укрепить престиж своего президента и вице-президентов, и отказывается от покупки новейшего оборудования, то новое оборудование является альтернативными издержками приобретенных автомобилей. В обоих случаях альтернативные издержки выражаются в товаре, который был отвергнут покупателем, сделавшим выбор в пользу другого товара или услуги. Альтернативные издержки могут быть выражены и в услуге. Например, если школьник выбрал мороженое и не пошел в кино, то отвергнутая услуга (показ фильма) будет альтернативными издержками мороженого.

Альтернативные издержки могут иметь и денежное выражение.

Предположим, что выпускник средней школы решил поступить в платную «Школу бизнеса», готовящую специалистов в области менеджмента. Что будут представлять собой альтернативные издержки его обучения? Чтобы определить их, необходимо учесть только те денежные расходы, которые связаны с обучением в «Школе бизнеса» и которые могли бы иметь альтернативное применение. К этим расходам должны быть отнесены: плата за обучение, затраты на покупку учебников, расходы на дорогу до учебного заведения и домой. Если бы этот юноша не учился в «Школе бизнеса», он мог использовать эти деньги иначе, например совершить турне по городам Западной Европы. При этом некоторые расходы (на питание, услуги парикмахера и т. д.) не должны включаться в альтернативные издержки, так как они не зависят от того, учится или путешествует наш герой.

Принцип альтернативных издержек может быть распространен и на экономику в целом. Например, правительство

может стоять перед выбором: закупить у предприятий военно-промышленного комплекса новые танки, чтобы перевооружить несколько армейских соединений, или приобрести очистное оборудование и установить его на государственных заводах, сбрасывающих отравленную воду в реки страны. Если правительство примет решение закупить танки, то их альтернативными издержками будет очистное оборудование. Это означает, что развитие военно-промышленного комплекса будет происходить за счет ухудшения экологической обстановки в данной стране.

На практике любой субъект экономики имеет возможность выбирать между несколькими и даже многими товарами и услугами.

Вернемся к примеру с нашим школьником, который пошел в кино, отказав себе в мороженом. В действительности школьник имел более широкий выбор: он мог купить интересную книгу, коллекционную марку, «сникерс» и т. д. Однако «сникерсы» ему надоели, коллекционированием марок он не увлекается, такую же книгу он может попросить почитать у приятеля. Следовательно, с точки зрения школьника, наилучшим из отвергнутых вариантов является мороженое. Перед аналогичным многовариантным выбором может стоять руководство фирмы, правительство и т. д. Итак,

альтернативными издержками товара или услуги могли бы служить те товары или услуги, от которых приходится отказаться, чтобы приобрести товар или услугу, которому(ой) отдано предпочтение. Но определяются альтернативные издержки **НАИЛУЧШИМ ИЗ ОТВЕРГНУТЫХ ВАРИАНТОВ.**

Кривая производственных возможностей

Проблема выбора и альтернативных издержек имеет значение для определения границы производственных возможностей любой экономики. Это можно показать с помощью кривой производственных возможностей, которая является примером моделирования экономики, часто используемого в экономических исследованиях.

Для построения кривой производственных возможностей необходимо принять два допущения: 1) экономика функционирует в условиях полного использования всех имеющихся ресурсов; 2) имеющиеся факторы производства постоянны как по количеству, так и по качеству, а следовательно, предполагается применение неизменной технологии в исследуемом кратковременном периоде.

В то же время мы примем более реальные условия экономики и предположим, что в ней производятся потребительские товары, т. е. в этой стране ресурсы используются для производства предметов потребления, удовлетворяющих потребности людей непосредственно (продуктов, предметов одежды, жилищ, предметов домашнего обихода и т. п.), и средств производства, которые удовлетворяют потребности людей опосредованно, т. е. с их помощью создаются необходимые предметы потребления (сырье, станки, машины, передаточные устройства, производственные здания и т. п.).

Построим график производственных возможностей данной страны.

По оси абсцисс будем откладывать количество средств производства, по оси ординат — количество предметов потребления (см. рис. 1-2).

График показывает, что, используя все имеющиеся в стране ресурсы, можно произвести либо только 3 единицы средств производства (точка *B*) и ни одной единицы предметов потребления (точка *O*), либо 9 единиц предметов потребления (точка *A*) и ни одной единицы средств производства (точка *O*).

Наиболее реальный вариант, который показывает наш график, предполагает, что имеются различные комбинации производства средств производства и потребительских товаров. Например, точка *C* показывает, что если в стране производится 1 единица средств производства, то выпуск потребительских товаров не может быть более 8 единиц. Точка *D* показывает, что если выпуск средств производства составит 2 единицы, то в их производство будет вовлечено больше ресурсов экономики и, следовательно, в изготовлении потребительских товаров будет занято меньше ресурсов. Тогда выпуск потребительских товаров сократится до 5 единиц, и т. д.

Проведя линию через точки *A*, *C*, *D* и *B*, мы получим кривую производственных возможностей данной страны. Любая

точка на этой кривой показывает, какое количество товаров и услуг в различных комбинациях способна производить данная страна при полном использовании имеющихся в ней ресурсов.

Любая точка вне кривой производственных возможностей показывает, что ресурсы страны или используются не полностью, или недостаточны для выпуска желаемого количества товаров и услуг. Например, точка K показывает, что ресурсы

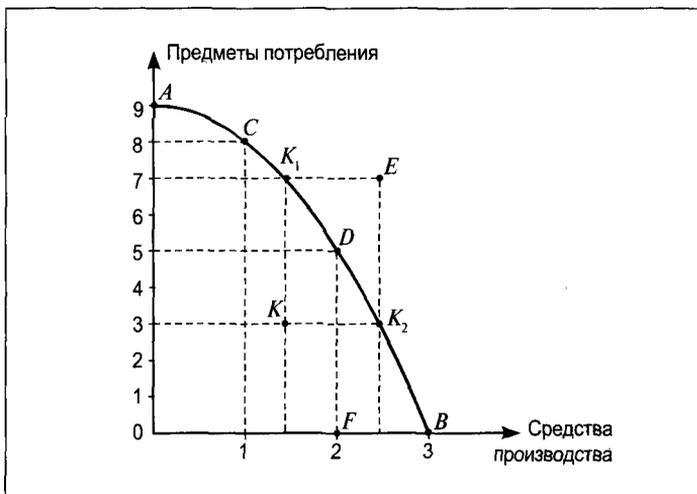


Рис. 1-2. Δ
Кривая производственных возможностей.

Кривая, которая проходит через точки A , C , D и B , показывает, что если в экономике производится 9 единиц предметов потребления, то ресурсов на производство средств производства не останется и их выпуск будет равен нулю. Если выпуск средств производства составит 1 единицу, то производство потребительских товаров и услуг сократится с 9 единиц до 8. Дальнейшее увеличение выпуска средств производства до 2 единиц приведет к сокращению выпуска предметов потребления до 5 единиц. Если же в экономике производство средств производства будет доведено до 3 единиц, то ресурсов для производства потребительских товаров и услуг не останется. Точка E показывает, что экономика не располагает ресурсами, достаточными, чтобы производить 7 единиц предметов потребления и 2,5 единицы средств производства, а точка K показывает, что ресурсы экономики используются не полностью.

страны используются не полностью, т. е. имеются резервы для увеличения выпуска как средств производства, так и предметов потребления. В частности, выпуск предметов потребления может быть увеличен с 3 до 7,5 единиц (точка K_1). Возможен и другой вариант: выпуск предметов потребления остается неизменным (3 единицы), а выпуск средств производства увеличивается до 2,5 единиц. Наконец, соотношение выпуска средств производства и предметов потребления возможно в любой другой комбинации в пределах отрезка K_1K_2 .

Уровень производства, который показывает точка E , недостижим, нереален для экономики данной страны, так как она не располагает ресурсами, достаточными для выпуска 7 единиц потребительских товаров и 2,5 единиц средств производства.

Кривая производственных возможностей является *вогнутой* по отношению к началу системы координат. Это отражает закон экономики, согласно которому

с увеличением выпуска данного вида продукции в краткосрочном периоде альтернативные издержки единицы прироста этой продукции возрастают.

Предположим, что производство средств производства увеличится с 0 до 1 единицы. Тогда, согласно условиям кривой производственных возможностей, выпуск предметов потребления сократится с 9 до 8 единиц. Это означает, что альтернативные издержки единицы приращения средств производства равны единице выпуска потребительских товаров, от производства которых пришлось отказаться. Если же производство средств производства увеличить еще на 1 единицу, т. е. выпускать не 1, а 2 единицы, то производство предметов потребления придется сократить с 8 до 5 единиц. Следовательно, альтернативные издержки второй единицы приращения выпуска средств производства равны 3 единицам предметов потребления. Если довести выпуск средств производства до 3 единиц, то производство предметов потребления в стране прекратится, упадет с 5 единиц до нуля. Следовательно, альтернативные издержки третьей единицы приращения выпуска средств производства равны уже 5 единицам предметов потребления.

Если мы проследим увеличение выпуска предметов потребления от 0 до 9 единиц за счет сокращения выпуска средств производства от 3 единиц до 0, то установим наличие процесса возрастания альтернативных издержек потребительских товаров и услуг.

В чем причины того, что альтернативные издержки производства товара увеличиваются? Главная причина — в неполной взаимозаменяемости ресурсов. Не все ресурсы, используемые в производстве предметов потребления, можно с легкостью переключить на производство средств производства. Рабочие, занятые на сборке велосипедов, не будут с той же эффективностью строить здания, а оборудование, используемое для консервирования фруктов, едва ли может быть применено для производства деталей грузовиков. Переход от производства одного товара к производству другого никогда не бывает простым. Понятными поэтому становятся слова директора одного конверсируемого завода: «Мы можем делать холодильники вместо космического корабля “Буран”, но стоимость холодильника будет равна стоимости “Бурана”».

1.3. ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДМЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

Мы установили, что для полного удовлетворения всех неограниченных и постоянно растущих потребностей людей экономика никогда не располагает и в обозримом будущем не будет располагать достаточными ресурсами. Поэтому объективно общество всегда стоит перед проблемой: как распорядиться теми ограниченными факторами производства, которые у него имеются, чтобы полнее удовлетворить потребности всех субъектов экономики. Другими словами, общество должно добиваться того, чтобы максимизировать выпуск экономических благ. Эта проблема стоит и перед странами с высокоразвитой экономикой (США, Япония, Германия и т. д.), и перед странами, экономика которых находится на низкой ступени своего развития; эта проблема стояла и перед экономикой СССР и других стран, управлявшихся административно-плановыми методами; она остается и в условиях, когда эти страны проводят реформы, связанные с переходом к рыночной системе.

Во всех без исключения случаях ограниченность факторов производства и экономических благ ставит перед обществом *три фундаментальные проблемы*: ЧТО надо производить? КАК следует производить? ДЛЯ КОГО производить?

Фундаментальные проблемы экономики

ЧТО производить? Коль скоро невозможно произвести все то, что полностью удовлетворило бы потребности общества и каждого отдельного его члена, возникает вопрос: выпуску каких видов товаров и услуг должно быть отдано предпочтение?

Вернемся к рассмотрению кривой производственных возможностей. Ясно, что поставленная проблема не будет решена, если будут создаваться только средства производства, а выпуск потребительских товаров и услуг сведется к нулю. В этом случае люди будут лишены пищи, одежды и других жизненно необходимых средств существования. Столь же понятно, что эта проблема не будет решена и в том случае, если в стране будут выпускаться только потребительские товары и услуги, а выпуск средств производства прекратится. В этом случае общество рано или поздно останется без оборудования, сырья, источников энергии и т. д. Тогда и выпуск потребительских товаров и услуг станет невозможным.

Таким образом, ответ на поставленный вопрос, *что производить*, представляется очевидным: надо производить и средства производства, и предметы потребления. Однако кривая производственных возможностей показывает, что имеется бесконечно большое количество вариантов тех соотношений, в которых могут производиться эти две группы товаров. Поэтому этот ответ носит слишком общий характер и вряд ли когонибудь устроит.

Важным шагом к решению поставленной проблемы явилось бы решение задачи максимизации выпуска общего количества средств производства и предметов потребления. Предположим, что решение этой задачи покажет, что максимизация общего выпуска продукции в данной стране будет достигнута, если выпуск средств производства составит 2 единицы, а выпуск предметов потребления — 5 единиц. Иными словами, положение точки *D* на кривой производственных возможностей показывает, что полученное соотношение меж-

ду выпуском средств производства и предметов потребления будет *оптимальным*, т. е. наиболее выгодным.

Теперь мы должны учесть, что требуется производить самые разные виды потребительских товаров и услуг в соответствии с многообразными потребностями людей. Значит, в стране должны создаваться многочисленные виды оборудования, добываться руды цветных и черных металлов, нефть, газ, уголь и т. д., выращиваться зерновые, кормовые и технические культуры и т. д. Более того, ответ на вопрос, *что производить*, предполагает не только определение наименований сотен тысяч товаров и услуг, но и решение вопроса об их количестве, так как в любой данный краткосрочный отрезок времени увеличение выпуска одного блага может быть достигнуто за счет сокращения другого.

КАК производить? Производство выбранного объема и ассортимента продукции может быть осуществлено по-разному. Обработать землю и собрать урожай можно вручную за счет привлечения значительного количества неквалифицированного труда. Но можно применить и сельскохозяйственную технику, используя небольшое количество квалифицированных работников. В большинстве отраслей современной экономики (в обрабатывающей и добывающей промышленности, в строительстве и других) ручной труд практически не применяется, но это не снимает проблему, *как производить*, так как менеджер любого предприятия стоит перед выбором, какую технологию следует применить для производства продукции. От его выбора зависит, насколько эффективно будут использоваться факторы производства, каков будет объем выпуска продукции и, что очень важно, каково будет ее качество, в какой мере она будет отвечать требованиям покупателей.

Во многих случаях решение менеджера, *как производить*, может оказаться далеко не очевидным. В принципе самым выгодным и прогрессивным является производство продукции с применением наиболее совершенной технологии. Разумеется, введение новейшей технологии потребует больших затрат, а менеджер не располагает нужной суммой денег; производимая продукция и при использовании старой технологии находит сбыт и приносит достаточно высокий доход. Решение вопроса, *как производить*, будет зависеть от того, есть ли необходимость перехода на новую технологию, есть ли

возможности для этого, есть ли стимулы к применению новой технологии, и от многих других обстоятельств.

ДЛЯ КОГО производить? Эта фундаментальная проблема является обратной стороной проблемы «что производить?». Другими словами, решение проблемы, *для кого производить*, сводится к ответу на вопросы: кто будет покупать произведенные товары и оплачивать услуги? Какие товары и какие услуги хотят получить на свои доходы те или иные лица, те или иные фирмы? В какой продукции нуждается государство? Ответы на эти вопросы будут зависеть от того, какие доходы получают субъекты экономики, т. е. как будут распределяться доходы в обществе, какие цены сформируются на рынках товаров и услуг, как будут поступать покупатели в зависимости от своих потребностей, от своих доходов, от уровня цен, и многих других обстоятельств.

Решение этих фундаментальных проблем, стоящих перед любым обществом, является основной задачей экономической науки. Поэтому ее предмет можно определить следующим образом:

ЭКОНОМИКА — это наука, которая изучает, каким образом в обществе, располагающем ограниченными ресурсами, решаются проблемы, **ЧТО, КАК и ДЛЯ КОГО** надо производить, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности людей.

Микроэкономика и макроэкономика

Экономическая наука изучает эти фундаментальные проблемы и способы их решения на двух уровнях.

Первый уровень, называемый **микроэкономикой**, имеет дело с поведением субъектов рыночной системы — индивидуумов или отдельных домашних хозяйств, отдельных фирм, а также с ситуациями, которые возникают на отдельных рынках или в отраслях. Поэтому в центре внимания микроэкономики находятся *индивидуальные* рынки товаров и услуг, механизм формирования цен на этих рынках, способы максимизации удовлетворения своих потребностей каждым человеком и максимизации своих доходов каждой фирмой. В этой связи микро-

экономика дает ответы на такие вопросы: почему повышение цен на молоко по-разному влияет на изменение величины спроса на них; как скажется подорожание кожи на объеме производства обуви; как ведет себя фирма, если у нее 10 тысяч конкурентов, и как она себя поведет, если ей противостоят два конкурента; как должно поступать государство, если данный вид продукции выпускает только одна фирма. В этих и многих подобных им случаях микроэкономика изучает, как решается проблема выбора в условиях ограниченных ресурсов отдельным субъектом экономики.

Макроэкономика имеет дело с *экономикой в целом*, а не с отдельными ее субъектами. Ее задача — анализ фундаментальных проблем, что, как и для кого производить, на общенациональном уровне. Такой подход позволяет объяснить такие явления, как безработица и инфляция, как развивается экономика и почему происходят периодически повторяющиеся экономические спады, какие существуют методы регулирования экономики, как стимулировать экономический рост, где границы государственного вмешательства в экономику.

Выделение этих двух уровней подхода к экономике вовсе не означает, что микроэкономика и макроэкономика не связаны между собой. И та и другая оперируют одними и теми же понятиями: цена и заработная плата, доходы и издержки, выпуск продукции и потребление и др. Выводы, к которым приходит микроэкономика, используются в макроэкономике. В то же время поведение отдельных индивидуумов или отдельных фирм во многом зависит от того, в каком состоянии находится экономика в целом. Поэтому исследования в области микроэкономики опираются на результаты, которые получены в области макроэкономических исследований.

Позитивный и нормативный подходы в экономической науке

Экономическая наука ищет научные, т. е. объективные, объяснения того, как функционирует экономика любой страны, как происходит ее развитие. В этом смысле она применяет **позитивный подход**. Позитивный подход имеет дело с тем, что есть, или с тем, что может быть. Например, позитивный подход изучает, как функционируют рынки товаров, как

формируются цены на эти товары, почему они повышаются или снижаются, к чему приведет снижение или повышение цен и т. д. Важная особенность позитивного подхода состоит в том, что если тот или иной вывод научно обоснован, доказан, то он становится бесспорным. Вместе с тем в области экономики имеется немало неясных, недостаточно изученных явлений. Различные школы экономистов дают им разное толкование, и, следовательно, здесь мы имеем дело со спорными, дискуссионными выводами и утверждениями. Дискуссионный характер тех или иных выводов не противоречит научности экономики. Более того, обсуждение спорных вопросов является настоящим двигателем научного прогресса.

Изучение объективных законов развития и функционирования экономики дает основание ученым предлагать рецепты действий отдельным лицам, руководителям фирм или государства. У любого экономиста складываются свои личные, субъективные суждения по проблемам экономики, на основе которых формулируются утверждения, *как должно быть*. Эта сторона экономических суждений представляет собой **нормативный подход**.

Когда профессор экономики утверждает, что пенсии, которые выплачиваются по старости и инвалидности, очень низки и не обеспечивают людям прожиточного минимума, это его утверждение является *позитивным*. С этим утверждением согласится советник президента по экономическим вопросам. Из этого утверждения профессор сделает вывод: «Необходимо повысить сумму пенсий, причем самая низкая пенсия должна быть не ниже прожиточного минимума». Это утверждение является *нормативным*. Здесь советник с профессором не согласится и выдвинет другое утверждение: «Повышать пенсии нельзя, так как у государства денег нет, придется печатать дополнительное количество денежных знаков, что обострит инфляцию, цены вырастут в несколько раз, и в результате пенсионеры на возросшую пенсию смогут купить молока и хлеба меньше, чем они покупали раньше». Это *другое нормативное утверждение*.

Установить, кто прав — профессор или советник, непросто. Для этого требуется более глубокий и детальный анализ экономики страны, политики правительства. Но и этот анализ не устранил разногласий среди экономистов по поводу того,

что надо делать и как должно быть. Характер нормативного подхода таков, что он ведет к бесконечным спорам по многим вопросам.

1.4. МЕТОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ. ИЗМЕРЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЕЛИЧИН

Реальная экономика любой страны очень сложна. В ней заняты миллионы людей; десятки и даже сотни тысяч фирм выпускают различную продукцию с миллионами наименований, между покупателями и продавцами этой продукции ежегодно заключаются сотни миллионов сделок; сотни банков выполняют сложные денежные операции, на фондовых биржах продаются и покупаются различные виды ценных бумаг на многомиллиардные суммы. Изменения в одной области экономики порождают цепную реакцию изменений в других ее областях. Повышение цен на какой-либо товар по-разному влияет на поведение производителя этого товара и его покупателя. Повышение налогов по-разному сказывается на положении крупных и мелких фирм, состоятельных и бедных слоев общества. На первый взгляд, экономика предстает перед каждым, кто приступает к ее изучению, как нечто хаотичное и не поддающееся объяснению. Но это только на первый взгляд. Не все, что происходит в экономике, играет значительную роль в жизни общества. В то же время имеются устойчивые и распространенные явления, которые оказывают глубокое влияние на жизнь большинства людей. Поэтому для того, чтобы понять и объяснить, как функционирует и развивается экономика, необходимо выделить из всего многообразия мелких и случайных фактов и событий самые важные, самые существенные связи и зависимости между всеми этими явлениями экономической жизни. Это предполагает, что экономист должен прежде всего разработать и обосновать **теорию**, которая дает объяснение самым главным, самым существенным событиям в экономике. Эта теория вскрывает причины, породившие эти существенные явления экономики, показывает связи между ними, устанавливает зависимость одного явления от другого. В качестве примера можно указать теорию цен, которая не стремится объять необъятное — пере-

числить все цены на все товары и услуги в разных местах и в разное время, объяснить все без исключения случаи повышения цен на одни товары и понижения на другие, указать различия в уровнях цен в различных городах и селах. Но эта теория ставит и решает посильные и в то же время очень важные проблемы: объясняет, почему происходят повышение и понижение цен, каковы последствия общего роста цен, какую роль играют цены в рыночной экономике, какую политику в отношении цен должно проводить государство. Эти и многие другие вопросы, исследуемые теорией цен, затрагивают интересы всех без исключения — от домашних хозяек до руководителей крупных фирм. В них должны разбираться и члены правительства, и депутаты Государственной Думы.

Разработка той или иной экономической теории опирается на использование *метода моделирования экономики*, или построения *экономической модели*.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ — это упрощенное описание экономики, которое выражает функциональную зависимость между двумя или несколькими переменными.

Примером простейшей экономической модели может служить рассмотренная нами кривая производственных возможностей. Эта модель представляет экономику, в которой производится только два вида товаров: 1) все средства производства рассматриваются как некий обобщенный вид продукции; 2) аналогично — все предметы потребления представляют собой обобщенный вид другого товара. В модели предусмотрены два важных ограничения (условия): 1) общество располагает ограниченными ресурсами и 2) ресурсы, которыми располагает общество, используются полностью. Между двумя видами продукции, которая может создаваться в экономике, существует определенная функциональная зависимость: увеличение выпуска одного товара делает необходимым сокращение выпуска другого товара.

Эта модель очень сильно упрощает реальную действительность — она не учитывает, как на выпуск этих двух видов продукции повлияют цены, доходы рабочих и предпринимателей, налоговая политика правительства и т. д. Тем не менее

она вполне реалистична, ибо показывает, что общество стоит перед выбором множества вариантов соотношений между выпуском средств производства и предметов потребления. Модель, следовательно, дает возможность найти оптимальный вариант этого соотношения.

В любую модель могут быть введены новые переменные, установлены новые соотношения и зависимости между ними. Это усложнит модель, но приблизит ее к реальной действительности. Такая модель позволит дать более убедительное и аргументированное объяснение явлений экономической жизни, глубже вскрыть их причины, точнее предсказать их последствия.

Метод моделирования предполагает, что экономист использует те или иные переменные величины. Это могут быть какие-либо гипотетические, произвольно выбранные цифры, статистические данные (что, конечно, повышает ценность и достоверность модели) или алгебраическое их выражение (x , y , ΔY и т. д.).

Экономические переменные

Экономическая модель, как правило, включает в себя определенные зависимости одной величины от другой. Например, если семья получает больший доход, то она большую сумму денег расходует на потребление. Следовательно, расходы семьи на потребление находятся в функциональной зависимости от ее дохода. В данном случае и доход семьи, и ее расходы на потребление представляют собой *экономические переменные*. Две экономические переменные фигурировали и в модели, которая была представлена кривой производственных возможностей. Модель может содержать несколько переменных, их число может быть и весьма значительным, но все эти экономические переменные прямо или косвенно связаны друг с другом, и изменение одной или нескольких переменных повлечет за собой большие или меньшие изменения многих или даже всех других переменных. Например, рост доходов приводит к увеличению расходов потребителей, это, в свою очередь, влечет за собой увеличение спроса на потребительские товары, в результате повышаются цены на них, повышение цен означает снижение покупательной способности денег и т. д.

Любая экономическая модель должна отражать факты реальной жизни. В противном случае она окажется бессмысленной и никому не нужной. Поэтому любые методы экономических исследований должны опираться на те или иные *данные*.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ — это факты, выраженные, как правило, в виде цифр, несущие информацию об экономических переменных.

Данные характеризуют реальную действительность: экономическое положение предприятия, отрасли, экономики страны в целом, материальное положение населения страны, размер налогов и т. д.

Анализ данных, их использование в качестве экономических переменных позволяют подтвердить справедливость той или иной экономической теории или, наоборот, опровергнуть ее, доказать, что она ошибочна, а построенная на ее основе модель некорректна и не соответствует реальности.

Размерность экономических величин

Экономические переменные, которые вводятся в модель, независимо от того, являются ли они гипотетическими или реальными данными, могут иметь различную *размерность*. Во-первых, **интервальную**; это относится, например, к заработной плате или любому другому виду дохода. Если нам известно, что рабочий получил доход 12 тыс. р., то этой информации недостаточно, чтобы судить о том, много или мало он заработал. Если этот доход получен в месяц, то это хороший заработок; если за год работы, то такой доход является небольшим. К такому же виду экономических показателей относятся национальный доход страны, созданный в течение года, выпуск продукции тем или иным заводом в месяц, экспорт товаров и услуг в другие страны в течение одного квартала и т. д.

Во-вторых, экономическая переменная может иметь **моментную размерность**. Например, стоимость имущества, которым располагает та или иная семья. Предположим, что до-

машиня хозяйка решила установить, какова общая ценность мебели, телевизора, холодильника, посуды, одежды и других вещей, которые принадлежат ее семье. Зная цены на все эти вещи, она установит их общую сумму и запишет в своем блокноте, что на 31 декабря 1998 г. это имущество оценивалось в 150 тыс. р. В данном случае размер экономического показателя устанавливается на определенный момент времени. Моментную размерность имеют такие показатели, как капитал, стоимость зданий, стоимость запасов сырья, резервы валюты в Центральном банке и т. д.

Вернемся к модели экономики, которая представлена кривой производственных возможностей. В ней имеется две переменных величины, которые имеют интервальную размерность, — это выпуск средств производства и выпуск потребительских товаров. В модели не уточняется, в течение какого периода времени производится данное количество продукции, но подразумевается, что и тот и другой вид продукции выпускается в течение каких-то одинаковых отрезков времени. Кроме того, модель подразумевает наличие какого-то ограниченного количества ресурсов. Их величина не уточняется, так как в данном случае принципиальное значение имеет фактор их ограниченности. Но эти ресурсы имеют моментную размерность.

Таким образом, метод моделирования экономики подразделяет все экономические величины на **потоки** (они имеют интервальную размерность) и **запасы**, или **фонды** (они имеют моментную размерность). Такой подход позволяет сравнить экономику с бассейном, к которому подведено две трубы. Через одну трубу вливается новая продукция и соответствующие ей доходы общества; через другую трубу вытекает потребляемая продукция и связанные с ее потреблением расходы. В самом же бассейне находится национальное богатство — капитал в виде зданий, сооружений, производственных запасов и запасов готовой продукции и личное имущество населения (см. рис. 1-3).

Оперируя экономическими переменными, имеющими разную размерность, необходимо иметь в виду, что их нельзя суммировать или вычитать одну из другой.

Вернемся к нашему примеру. Если имущество семьи оценено на 31.XII.98 г. в 150 тыс. р., а ее доход в течение 1998 г. составил 12 тыс. р., то суммирование этих двух величин, име-

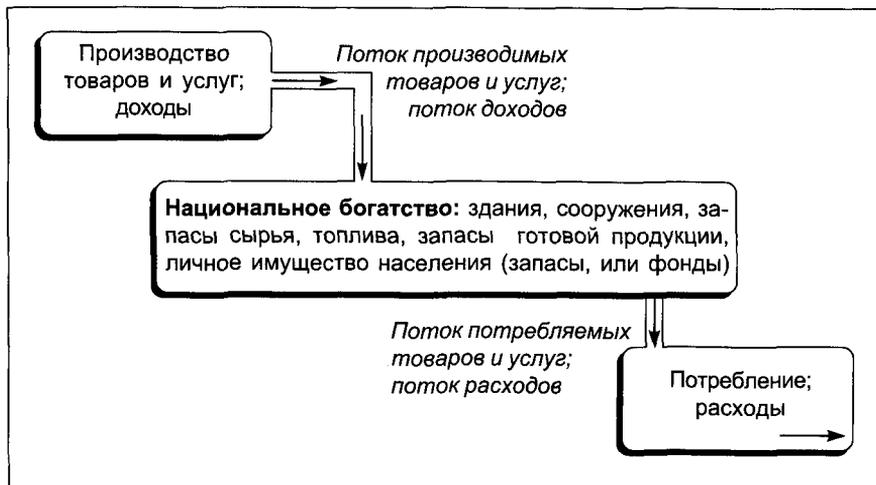


Рис. 1-3. Δ
Потоки и запасы в экономике.

Производство товаров и услуг, создаваемых в экономике, приносит людям доходы. Оно представляет собой потоки, которые вливаются в экономику, поддерживая и увеличивая национальное богатство страны. Одновременно общество расходует сырье, топливо, электроэнергию, потребляет одежду, продовольствие и т. д. Эти расходы и потребление являются вычетом из национального богатства страны. В отличие от потоков производимых и потребляемых товаров и услуг, от потоков доходов и расходов, национальное богатство представляет собой сумму запасов (фондов).

ющих разную размерность (150 тыс. р. + 12 тыс. р. = 162 тыс. р.), даст совершенно бессодержательный результат. Что такое 162 тыс. р.? Доход семьи? Но он равен 12 тыс. р. Стоимость имущества? Но заработок был истрачен в течение года на пищу, одежду, квартирную плату и т. д. и от него ничего не осталось. Другое дело, если мы предположим, что семья израсходовала на потребление 10 тыс. р., а 2 тыс. р. сберегла и вложила в Сберегательный банк. Тогда на 31.XII.98 г. она имеет вклад на сумму 2 тыс. р. Вклад имеет ту же размерность, что и имущество, принадлежащее этой семье. Следовательно, мы вправе констатировать, что стоимость имущества можно сложить с суммой вклада и установить, что общая сумма принадлежащего семье богатства равна 150 тыс. р. + 2 тыс. р. = 152 тыс. р.

В экономическом анализе используются не только величины, выраженные в *абсолютных показателях*: тоннах, метрах, долларах, рублях и т. д. Немалое значение имеет и использование *относительных показателей*. Исследователя может интересовать вопрос: как изменяется доля расходов потребителей на спиртные напитки в общей сумме потребительских расходов; каково соотношение между ростом доходов населения и ростом принадлежащего ему имущества; каково соотношение дохода фирмы и ее капитала и т. д. Для того чтобы получить искомый относительный показатель, необходимо и достаточно данную переменную величину любой размерности отнести к переменной той же или другой размерности.

Номинальные и реальные величины

Данные, с которыми имеют дело экономисты при изучении действительности, подразделяются на *номинальные* и *реальные величины* (показатели).

Чтобы понять, в чем заключается различие между двумя этими важными показателями, рассмотрим следующий пример. Предположим, что заработная плата рабочего в январе 1996 г. составила 1 млн р., а в январе 1997 г. он получил в два раза больше — 2 млн р. Предположим далее, что за год цены повысились в два раза. Следовательно, на свою заработную плату рабочий сможет купить то же самое количество товаров и услуг, какое он мог купить в январе 1996 г. Таким образом, хотя в январе 1997 г. рабочий заработал денег в два раза больше, чем в январе 1996 г., его реальный доход остался прежним. То же самое мы можем сказать и о прибыли какой-либо фирмы, о доходе фермера и т. д.

Другой пример. Предположим, что в январе 1996 г. добыча нефти в стране составила 50 млн тонн, а цена 1 тонны на мировом рынке — 100 долл. Следовательно, стоимость добытой нефти равна 5 млрд долл. Предположим далее, что добыча нефти в 1997 г. выросла на 10% и составила 55 млн тонн, а цены на мировом рынке повысились на 20% и тонна нефти теперь стоит 120 долл. Таким образом, общая стоимость добываемой в стране нефти равна 6,6 млрд долл. Таким образом, если в реальном выражении прирост добычи нефти составил 10%, то прирост добычи нефти, выраженный в текущих це-

нах, равняется 6,6 млрд долл. — 5 млрд долл. = 1,6 млрд долл., что составляет увеличение на 32%. В данном случае добычу нефти мы выразили в тех ценах, которые сложились на рынке сначала в 1996 г., а затем в 1997 г., т. е. в *текущих ценах*. Так как в 1997 г. цены повысились, то показатель добычи нефти, выраженный в текущих ценах, исказил реальное увеличение добычи нефти.

Экономические величины, выраженные в текущих ценах, называются **НОМИНАЛЬНЫМИ**.

Для экономического анализа большое значение имеет информация о реальных величинах, т. е. о реальном увеличении выпуска промышленной продукции, о том, какое количество потребительских товаров и услуг покупает население на свои доходы и т. д. Для того чтобы в распоряжении общества имелись *реальные* показатели выпуска продукции, уровня доходов и потребления и т. д., необходимо стоимость производимой продукции, потребляемых товаров и другие переменные величины выразить в *неизменных ценах*.

Экономические величины, выраженные в неизменных ценах, называются **РЕАЛЬНЫМИ**.

Вернемся к нашему примеру с добычей нефти. Если стоимость добытой в 1997 г. нефти выразить в ценах 1996 г., например 100 долл. за тонну, то она будет равна 5,5 млрд долл., что покажет рост на 10% — в точности такой же, как и увеличение ее добычи.

В нашем примере определение реальной величины добычи нефти может быть сделано и без помощи метода использования неизменных цен — для этого достаточно выразить добычу нефти в тоннах, т. е. в **натуральном** показателе. Такие показатели применяются для оценки продукции металлургии, электроэнергетики, хлопководства и т. д. Однако натуральные показатели не могут применяться для оценки выпуска продукции машиностроения, швейных фабрик, мастерских по ремонту телевизоров, для оценки объема произведенных услуг и подавляющего большинства других предприятий, относящихся к самым разнообразным отраслям экономики.

Для определения уровня и динамики многих экономических показателей используются *индексы*.

Предположим, что нас заинтересовал вопрос о развитии жилищного строительства в России в последние годы. Статистика говорит о том, что в 1992 г. было построено жилых домов общей площадью 41,5 млн кв. метров; в 1993 г. — 41,8 млн кв. м; в 1994 г. — 39,2 млн кв. м и в 1995 г. — 41,0 млн кв. метров. Эти данные хорошо показывают уровень жилищного строительства и говорят о том, что в 1993 г. оно выросло, в 1994 г. — сократилось, а в 1995 г. — вновь выросло, не достигнув, правда, уровня 1992 г. Но сами по себе эти данные не показывают, насколько высок темп роста жилищного строительства в 1993 г. и насколько значителен был темп его спада в 1994 г. Чтобы получить более четкую картину динамики уровня жилищного строительства, примем его в 1992 г. за 100%, тогда в 1993 г. он будет равен 100,7%; в 1994 г. — 94,5% и в 1995 г. — 98,8%. Теперь мы видим, что по отношению к уровню 1992 г. жилищное строительство в 1993 г. выросло на 0,7%, в 1994 г. сократилось на 5,5% и в 1995 г. было на 1,2% ниже, чем в 1992 г. Картина динамики жилищного строительства не исказится, если мы отбросим знак «%». В этом случае показатели уровня жилищного строительства в 1992—1995 гг. принято называть *индексами*, а уровень, принятый за 100 единиц, называется *базовым*.

Метод индексов используется при рассмотрении динамики объема выпуска продукции промышленностью и другими отраслями, потребительских расходов населения, объема экспорта и импорта товаров и т. д.

Большое значение индексный метод имеет для определения уровня и динамики цен, в частности уровня цен на потребительские товары и услуги. К этим вопросам мы еще вернемся при рассмотрении конкретных проблем экономики.

Графики

Методы экономического анализа часто опираются на использование графиков. *График* представляет собой чертеж, который используется для наглядного изображения количе-

ственной зависимости одной экономической величины от другой. Он предполагает, что имеются две связанные друг с другом переменные величины. Между ними существует функциональная зависимость (например, уровня потребления от величины дохода). Эта функциональная зависимость описывается при помощи того или иного математического уравнения. Она может быть представлена и в виде числовой таблицы. Преимуществом графика является его *наглядность*. Построение графиков — это способ, при помощи которого геометрия как одна из областей математики служит для описания экономической модели.

РЕЗЮМЕ

Человек живет в мире ограниченных возможностей. Причина этого в том, что многочисленные и развивающиеся потребности людей безграничны, но в каждый данный момент ограничено количество ресурсов, используемых для производства всего необходимого людям.

Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности людей, называются благами. Свободные блага имеются в изобилии, и потребность в них может удовлетворить всякий, кто в них нуждается. Экономические блага находятся в обществе в ограниченном количестве и поэтому доступны не всем или доступны в таком количестве, которое не дает возможности каждому полностью удовлетворить свои потребности в данных благах.

Для производства экономических благ используют факторы производства, состоящие из трех групп: природные ресурсы, капитал и труд. Природные ресурсы включают все то, что дается природой в готовом виде и используется либо как условие производства, либо как вещество, подвергаемое переработке для производства нужного предмета потребления. Капитал — изготовленные людьми средства производства, они необходимы для производства товара или услуги. Труд — это способности человека, которые он использует для производства всего необходимого ему для жизни.

Ограниченность ресурсов ставит человека в ситуацию постоянно совершаемого выбора. Выбор связан с поисками ответов на три главных вопроса экономики: ЧТО производить? КАК производить? ДЛЯ КОГО производить? Предмет экономической

науки — выбор направлений и способов использования ограниченных ресурсов для удовлетворения неограниченных потребностей людей. Микроэкономика — это раздел экономики, изучающий поведение экономических единиц: отдельного потребителя и производителя, рынки конкретных товаров. Макроэкономика — это раздел экономики, изучающий крупномасштабные экономические явления, затрагивающие экономику в целом.

Экономисты, стремясь исследовать и обосновать закономерности экономического поведения людей, исходят из того, что субъекты экономики ведут себя рационально. Рациональность в поведении людей означает, во-первых, целенаправленность их действий, во-вторых, выбор критериев, которыми они руководствуются в стремлении достичь поставленной цели, в-третьих, определение цены совершенного выбора, которая называется альтернативной стоимостью, и, в-четвертых, соизмерение полученных доходов с осуществленными издержками.

Альтернативной стоимостью называется наилучший из отвергнутых вариантов или то, чем приходится жертвовать, сделав выбор в пользу другого. Такое определение альтернативной стоимости справедливо в той ситуации, когда, выбирая один вариант, отвергают все другие. Но если другие отвергнуть полностью нельзя, необходимо «и то и другое», то в этом случае альтернативная стоимость выступает как то количество альтернативного товара, которым приходится пожертвовать, чтобы увеличить производство товара, необходимого нам в большем количестве.

Для того чтобы понять и объяснить, как функционирует и развивается экономика, необходимо выделить из всего многообразия мелких и случайных фактов и событий самые важные, самые существенные связи и зависимости между явлениями экономической жизни. Это предполагает, что экономист должен разработать и обосновать теорию, объясняющую то, как развивается экономика. Разработка экономической теории опирается на построение экономической модели. Экономическая модель — это упрощенное описание экономики, выражающее функциональную зависимость между двумя или несколькими переменными.

В своих исследованиях экономисты опираются на статистический материал. Анализируя экономику, необходимо иметь

в виду, что экономические величины имеют неодинаковую размерность. Одни величины, которые представляют собой потоки (выпуск продукции, доходы и др.), имеют интервальную размерность; другие величины, представляющие собой запасы (фонды), например капитал, стоимость домашнего имущества и т. д., имеют моментную размерность.

Анализ экономики требует различать номинальные и реальные показатели. Он опирается на использование индексов, дающих наглядную картину динамики экономических величин.

? *Контрольные вопросы и задания*

1. Назовите причины, вызывающие рост потребностей людей. Что означает в данном случае «рост», только ли количественные изменения потребностей?
2. Чем отличается понятие «ресурсы» от понятия «факторы производства»?
3. Перечислите все виды доходов, которые получают владельцы факторов производства.
4. Охарактеризуйте фундаментальные проблемы экономики. Почему они стоят перед любым обществом, независимо от уровня его экономического развития?
5. Приведите примеры рационального и нерационального поведения человека.
6. Местные органы власти выделили деньги для строительства в районе детского досугового центра. Что может быть альтернативной стоимостью детского центра?
7. Всем известно, что футбол гораздо менее необходим людям, чем еда или сталь. Тем не менее профессиональным футболистам платят гораздо больше, чем фермерам или сталеварам. Почему?
8. В чем отличие позитивной экономики от нормативной?
9. Почему разработка экономических моделей предполагает ряд допущений, которые упрощают экономику?

РЫНОЧНАЯ СИСТЕМА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ. СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА

Прочитав эту главу, вы узнаете:

- ✦ какими способами решаются фундаментальные проблемы экономики;
 - ✦ что представляла собой планово-административная система и почему произошло ее крушение;
 - ✦ что такое рынок и каковы его функции;
 - ✦ как совершается кругооборот доходов в условиях рыночной экономики;
 - ✦ почему не может успешно функционировать и развиваться чисто рыночная система;
 - ✦ какую роль играет государство в условиях рыночной экономики и что такое смешанная экономика;
 - ✦ каковы пределы вмешательства государства в рыночную экономику.
-

В предыдущей главе мы установили, что в любых условиях ограниченность ресурсов ставила и ставит перед обществом три фундаментальные проблемы: что, как и для кого надо производить, чтобы в наибольшей степени удовлетворить потребности людей в экономических благах. Мы выяснили, что представляют собой цена выбора (альтернативная стоимость) и кривая производственных возможностей. Но мы оставили в стороне вопрос, каким же образом решаются фундаментальные проблемы экономики? Между тем именно способ решения этих проблем определяет главные, самые существенные черты той или иной экономической системы.

2.1. ДВА СПОСОБА РЕШЕНИЯ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

Две экономические системы

Решать фундаментальные проблемы экономики можно двумя способами, и в соответствии с этими способами существует две экономические системы.

Казалось бы, самый простой и естественный способ решения фундаментальных проблем состоит в следующем: а) государство учитывает потребности людей и общества в целом и устанавливает, *для кого* надо производить те или иные виды экономических благ; б) в соответствии с этим государство дает задание предприятиям промышленности, сельского хозяйства и других отраслей экономики, *что* они должны производить, т.е. планирует выпуск товаров и услуг; в) чтобы предприятия могли выполнять плановые задания государства, они получают определенное количество факторов производства (оборудования, сырья, рабочей силы и т.д.) и установку, *как* надо производить данные виды продукции. Такой способ решения фундаментальных проблем, во-первых, предполагает государственное *планирование* выпуска экономических благ, распределение факторов производства между отраслями и экономических благ для удовлетворения потребностей людей; и, во-вторых, подразумевает, что государство *административными* методами добивается от предприятий выполнения плановых заданий и на основе административных решений обязывает их внедрять ту или иную технологию. Поэтому указанная система получила название **административно-плановой**.

Другой способ решения фундаментальных проблем на первый взгляд выглядит бессистемным и хаотичным. Он предполагает, что каждому производителю, будь то мелкий фермер, парикмахер, портной и т.д. или гигантская фирма по производству авиалайнеров, предоставляется право решать самому, что, как и для кого надо производить. Изготовленная продукция продается любому покупателю, т.е. производитель работает *на рынок*, где и совершается акт продажи этой продукции. Через посредство рынка производитель узнает, что и для кого нужно производить; условия рынка заставляют производителя применять новейшую технологию и улучшать ка-

чество своей продукции. Принимая те или иные решения относительно того, что и как надо производить, руководитель предприятия ориентируется на такие рыночные индикаторы, как величина спроса на данный вид продукции, цена этой продукции, во что обойдется ее изготовление и какую прибыль получит после ее продажи данная фирма. Эти и другие рыночные инструменты (процентная ставка, заработная плата, курс акций и т. д.) направляют деятельность людей, служат им ориентирами и стимулируют их к созданию экономических благ. Деятельность людей в этих условиях, по меткому выражению шотландского экономиста XVIII в. А. Смита, «направляет невидимая рука рынка». Поэтому система, основанная на частной инициативе людей, их предпринимательской деятельности, самостоятельном принятии решений, что, как и для кого надо производить, получила название **рыночной системы**.

Какая из этих двух систем лучше? Ответ на этот вопрос уже дал сам ход развития экономики стран в XX столетии. Экономика стран с административно-плановой системой (СССР, стран Восточной Европы, КНР и др.) оказалась менее эффективной, не смогла использовать возможности, которые открывались в связи с современным научно-техническим прогрессом, не обеспечила удовлетворительного повышения жизненного уровня подавляющей части населения. Объективная реальность сделала необходимым проведение глубоких преобразований в экономике России и других стран, где господствовала административно-плановая система, с целью перехода к рыночной экономике.

2.2. АДМИНИСТРАТИВНО-ПЛАНОВАЯ СИСТЕМА

Рассмотрим более подробно, что представляла собой административно-плановая система, чтобы понять, почему она оказалась несостоятельной и почему переход к рыночной системе был не только целесообразен, но и неизбежен.

Государственная собственность на экономические ресурсы

Для того чтобы управлять всеми предприятиями страны, давать им плановые задания, обязательные для выполнения, распределять ресурсы между предприятиями и внедрять в производство новые технологии, государство должно владеть

и распоряжаться всеми предприятиями данной страны. Иными словами, земля с ее недрами и другими природными ресурсами, заводы и фабрики, средства транспорта и связи, торговые, зрелищные и другие предприятия находились в собственности государства. При этом государственная собственность была объявлена общенародной, т. е. принадлежащей всему обществу.

В действительности государственная собственность не принадлежала и не могла принадлежать всему народу. Во-первых, то, что принадлежит всем, не принадлежит никому. Ни один работник не чувствовал себя хозяином предприятия, на котором он работал. Даже директор был обязан свои решения согласовывать с органами государственного управления (министерствами) и партийными руководителями. Не являлись люди собственниками предприятий, на которых работали, и юридически.

Отсюда следовало, во-вторых, что работники государственных предприятий не принимали каких-либо существенных решений, касающихся деятельности данного предприятия: какую продукцию следует производить, стоит ли заменить устаревшее оборудование новым, как распорядиться денежными средствами, выделенными предприятию, и т. д.

В-третьих, работники любого государственного предприятия получали заработную плату за свой труд. Доходы, которые приносят другие факторы производства (капитал и земля), — прибыль и рента — присваивались государством. Таким образом, все рабочие и инженеры, начальники цехов и директора являлись наемными работниками, и их положение, с точки зрения трех отмеченных признаков, ничем не отличалось от положения наемных работников любого частного предприятия, любой частной фирмы.

В то же время государственной собственности внутренне присущи органические пороки, от которых избавиться очень трудно, если вообще возможно.

У государственного предприятия нет хозяина в лице определенного человека или группы людей, которые были бы заинтересованы в экономном и эффективном использовании принадлежащих им ресурсов. Отсюда такие явления, как бесхозяйственность, расхищение имущества, безразличие к результатам хозяйственной деятельности.

В то же время государственная собственность способствует развитию иждивенчества у руководителей государственных предприятий. Если государственное предприятие оказалось убыточным, то его директор в первую очередь старается получить дотации от государства для покрытия убытков, а не стремится улучшить организацию производства, изыскать возможности для сокращения непроизводительных затрат. Поэтому для государственных предприятий и учреждений характерны такие явления, как раздутые штаты, покупка ненужного имущества, перерасход электроэнергии и т. д.

Государственная собственность порождает необходимость создания соответствующих федеральных и местных структур управления (министерств, комитетов, управлений и т. д.), что ведет к неоправданному разбуханию государственного аппарата, к бюрократизации всего общественного строя. В этих условиях усиливается власть чиновничества, ограничиваются и сводятся на нет демократические институты. Это означает, что безраздельное господство государственной собственности становится мощной экономической основой органов исполнительной власти, в распоряжении которых находятся ресурсы экономики, что, в свою очередь, приводит к установлению в стране тоталитарного режима.

Централизованное распределение трудовых ресурсов

Господство государственной собственности на экономические ресурсы проявлялось в том, что государство фактически распоряжалось трудом работников, осуществляя его распределение между отраслями и регионами страны. Собственниками труда формально выступали представители домашних хозяйств, но их экономическая свобода была ограничена. Это проявлялось в том, что после окончания профессионально-технических, средних специальных и высших учебных заведений молодые специалисты, как правило, направлялись на работу по распределению, т. е. были лишены права свободно распорядиться своей судьбой и самостоятельно найти себе работу. В то же время свободное предложение труда наемными работниками было ограничено отсутствием возможности беспрепятственного передвижения (подавляющее большинство людей не имели возможности сменить место жительства),

вызванного переменой места работы. Это объяснялось тем, что в городах практически отсутствовало жилье для вновь прибывших на постоянное проживание людей, и тем, что в соответствии с законом о прописке любой гражданин СССР должен был получить прописку, т. е. право на постоянное проживание в данном городе, а это было очень сложно.

Планирование экономики

В условиях административно-плановой системы основой хозяйственного механизма служило централизованное планирование экономики. На рис. 2-1 дана схема организации плано-во управляемой экономики в СССР.

Плано-во управляемая экономика представляет собой иерархическую систему, предполагающую подчинение произ-

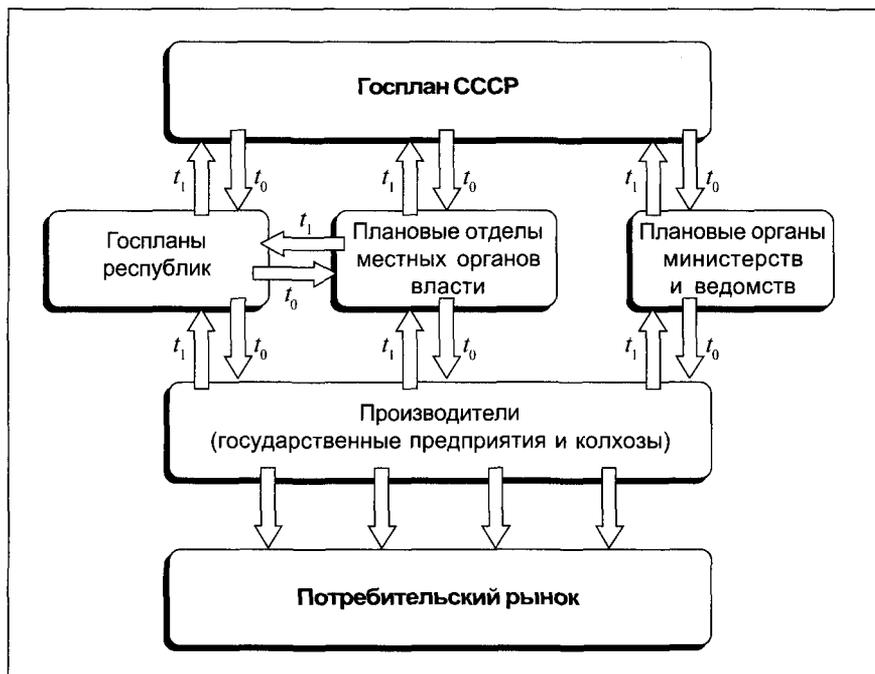


Рис. 2-1. Δ
Схема планового управления экономикой СССР.

водителя вышестоящему плановому органу, который, в свою очередь, был инструментом в руках партийных и государственных структур власти. В схеме 2-1 показано, что высшим плановым органом являлся Госплан СССР, который определял плановые задания республиканским и местным плановым органам, а также плановым отделам министерств и ведомств. Вся эта разветвленная система плановых органов давала плановые задания государственным и колхозно-кооперативным предприятиям по объему и ассортименту выпускаемых товаров и услуг. Плановые органы предусматривали обеспечение предприятия необходимыми факторами производства (оборудованием, сырьем, рабочей силой и т. д.). В планах, которые устанавливались предприятиям, определялись размеры инвестиций (капиталовложений) в новые здания и оборудование и внедрение новой технологии.

Практика показала, что система планового управления экономикой оказалась несостоятельной. Объясняется это рядом причин.

1. Любая экономическая система будет эффективно функционировать и развиваться, если она владеет необходимой информацией и если руководители предприятий (фирм) могут быстро и оперативно принимать решения на основе поступающей им информации. Схема на рис. 2-1 показывает, что плановые органы дают команду по принципу «сверху вниз», что, для кого и как надо производить (направление этой команды показано стрелками, направленными вниз). В свою очередь, производители направляют информацию «снизу вверх» о своих потребностях, связанных с выполнением команды плановых органов.

На прохождение команды «сверху вниз» и информации о потребностях «снизу вверх» требуется время t_0 и t_1 , соответственно. Общее время, которое потребуется для получения информации, принятия решения и дачи команды, составит сумму $t_0 + t_1$. В практике планового управления экономикой эта сумма времени достигала 2 лет. Например, в 1979 г. Госплан СССР составлял план развития народного хозяйства страны на 1980 г. Госплану СССР требовались данные о потребностях заводов, фабрик, учебных заведений, зрелищных предприятий и т. д. в сырье, упаковочных материалах, новых машинах, электроэнергии и т. д. Все без исключения предприятия стра-

ны направляли в плановые органы республик, министерств и местных плановых отделов громадный поток заявок на строительные материалы, грузовые автомобили, кирпич, бумагу, фрезерные станки и пр. Эту информацию Госплан СССР должен был получить своевременно, поэтому предприятия должны были направить свои заявки в 1978 г., чтобы они были учтены при составлении плана на 1980 г., который разрабатывался в 1979 г. В результате получалось, что план развития экономики на тот или иной год составлялся с учетом состояния экономики двухлетней давности. Подобные условия управления экономикой можно сравнить с управлением громадным океанским лайнером, который реагирует на команды капитана с запаздыванием в несколько дней.

2. Любая экономическая система должна производить товары и услуги в соответствии с объемом спроса на них. Но как определить этот объем? Как выявить различные многообразные потребности миллионов людей? На эти вопросы плановая система могла дать лишь приблизительные и весьма общие ответы. Проследить за изменениями спроса на десятки миллионов различных видов изделий было невозможно не только в силу их громадного количества, но и в силу того, что происходит непрерывный процесс изменений вкусов, моды, культурных потребностей и т. д. Кроме того, нельзя не учесть, что для изготовления любой вещи требуется большое количество самых различных видов сырья, полуфабрикатов, заготовок, вспомогательных материалов, подготовительных исследований и опытных работ и т. д. Плановые органы были не в состоянии определить размеры спроса на все эти многочисленные товары и услуги и установить плановые задания предприятиям в соответствии с действительными потребностями людей и предприятий.

3. Система планового управления экономикой поощряла те предприятия, которые успешно выполняли и перевыполняли установленные им плановые задания. В результате любое предприятие стремилось выпускать ту продукцию, которую надо было производить в соответствии с плановым заданием, а не ту, в которой нуждались потребители. В результате нередко производились те товары и услуги, которые не имели спроса, а те товары и услуги, в которых нуждалось население, не производились или выпускались в недостаточных количествах.

Вследствие этого возникал острый дефицит на одни товары при наличии громадного избытка других.

4. Для многих предприятий плановые задания по выпуску продукции устанавливались в рублях. Например, швейной фабрике планировалось произвести изделий на сумму 100 млн р., обувной — на сумму 80 млн р. и т. д. Предприятию проще было выполнить план, если оно будет производить дорогостоящую продукцию в меньшем количестве, а не дешевую продукцию в большом количестве. Оказалось, что производители заинтересованы в том, чтобы больше израсходовать ткани, кожи и т. д. Плановая система породила стремление фабрик и заводов больше расходовать материальных ценностей, чтобы выполнить и перевыполнить плановые задания, она оказалась «затратной системой».

5. Основой развития экономики является научно-технический прогресс. Условием использования достижений науки и техники является заинтересованность в этом производителей и, что еще важнее, объективная необходимость в использовании новой технологии, более эффективном оборудовании для повышения качества продукции и ее удешевлении. Плановая система предполагала, что внедрение в производство новой техники и технологии, переход на выпуск новой продукции и улучшение качества прежних видов изделий осуществлялись по решению вышестоящих плановых и административных структур и нередко противоречили интересам предприятий, так как затрудняли выполнение ранее установленных планов по выпуску устаревшей продукции. Поэтому одним из самых существенных пороков системы явилось торможение научно-технического прогресса и ее неспособность к широким нововведениям на базе реализации достижений науки и техники.

Руководство КПСС и Советского государства в свое время бросило вызов странам со сложившейся и прогрессирующей рыночной системой, суть которого сводилась к следующему:

- административно-плановая система имеет решающие преимущества перед рыночной;
- благодаря этим преимуществам плановая система создаст предпосылки для более быстрого прогресса в области науки и техники и сформирует более эффективную экономику;

- плановая экономика сможет полнее удовлетворять потребности людей, обеспечит более быстрый рост благосостояния населения;
- плановая система благодаря своим преимуществам послужит основой для подлинной свободы человека, для формирования самого справедливого общества, для всестороннего развития личности.

Практика показала, что административно-плановая система соревнования с рыночной системой проиграла почти по всем статьям. Модель «социалистической экономики» оказалась еще одним вариантом утопического социализма. Все это сделало неизбежными отказ от принципов административно-планового управления экономикой и переход к рыночной системе.

2.3. РЫНОК И ЕГО ФУНКЦИИ

Перейдем к рассмотрению вопроса о том, каким образом решаются фундаментальные проблемы экономики в условиях господства рыночных механизмов. Для того чтобы понять природу рыночной системы, уточним прежде всего, что следует понимать под *рынком*.

Рынок

Любая домашняя хозяйка под рынком понимает городской базар. Вероятно, многие согласятся и с тем, что рынком является любой магазин, лавка или супермаркет. Однако рынок следует понимать еще шире: для зубного врача рынок — это люди, у которых болят зубы; для учителя, который дает частные уроки, — родители неуспевающих школьников; для оптового торговца — товарная биржа и т. д. Рыночная система предполагает, что могут продаваться земельные участки, дома и другая недвижимость, различные ценные бумаги (акции, облигации, долговые обязательства), доллары, рупии и другая валюта. Поэтому рынком является фондовая биржа, т. е. финансовое учреждение, где совершаются сделки по купле-продаже ценных бумаг; валютная биржа или пункт по обмену валюты. Сделки могут совершаться непосредственно между

продавцом и покупателем, при посредстве брокерской фирмы, при помощи компьютеров. Но в любом случае должен быть установлен прямой или опосредованный *контакт* между продавцом и покупателем.

РЫНОК — это форма контактов между продавцами и покупателями товаров и услуг, недвижимости, ценных бумаг и валюты. На основе этих контактов совершаются сделки купли-продажи предметов торговли.

Причины возникновения рыночной экономики

Зарождение и развитие рыночной системы было обусловлено двумя причинами.

1. Развитие разделения труда. Разделение труда предполагает такой метод производства, когда группа людей или отдельный производитель выполняет строго определенный вид работ, *специализируется* на изготовлении определенного вида продукции или ее части.

Разделение труда создало *возможность и необходимость* обмена, вылившегося позднее, при появлении денег, в куплю-продажу. Обмен стал возможным, поскольку в результате специализации у производителя появились значительные излишки продукции. Разделение труда ведет к росту производительности труда, что, в свою очередь, делает возможным не только полностью удовлетворить потребности производителя в данном продукте, который он производит, но и создавать его в количестве большем, чем требуется самому производителю.

Например, гончару для собственного потребления не нужно было столько посуды, сколько он мог изготовить, лишнюю можно было продать или обменять на другие товары.

2. Частная собственность. Другой важнейшей причиной возникновения рыночной экономики явилась частная собственность во всех ее многообразных формах.

Под **ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ** понимается форма юридического закрепления за гражданином или группой людей прав владения, пользования и распоряжения каким-либо имуществом, независимо от того, используют ли они его для личного потребления или для осуществления предпринимательской деятельности.

Частный собственник вправе самостоятельно распоряжаться произведенным товаром и решать, где его продать, кому, на каком рынке и по какой цене. В условиях безраздельного господства государственной формы собственности возможности развития рынка ограничены, поскольку отсутствуют свободные, независимые от плановых органов производители и продавцы. Как уже отмечалось, что производить и что в конечном итоге покупать, решают центральные органы управления, они же устанавливают цены на произведенную продукцию.

Между тем *свободные цены*, которые возникают в результате взаимодействия многочисленных продавцов с многочисленными покупателями, являются важнейшим условием успешного развития рыночной экономики. Именно цены служат тем индикатором, который определяет, что производить. Производить необходимо то, чего в данный момент на рынке недостаточно. А как определить, какого товара недостает для полного удовлетворения потребностей людей? На этот вопрос отвечает рынок: если данного товара не хватает, то на него устанавливается высокая цена. Высокая цена будет стимулировать и производителей к увеличению выпуска недостающей продукции.

Функции рынка

Тем самым мы столкнулись с выполнением рынком одной из важнейших функций — *информационной*. Через постоянно меняющиеся цены рынок сообщает производителям, где и какой продукции не хватает и где и какая продукция произведена с избытком.

Цены помогают рынку выполнять и другую его важную функцию — устанавливать пропорциональность в развитии экономики, *регулировать распределение ресурсов* по отраслям и сферам хозяйства таким образом, чтобы уровень и структура производства были максимально приближены к уровню и структуре потребностей. Скажем, если на данный момент производится слишком много сельскохозяйственных продуктов, то цены на них начнут падать. Это явится сигналом для производителей сельскохозяйственной продукции к тому, что нужно изымать ресурсы из этой отрасли и искать более выгодные сферы их применения. Если, напротив, цены на обувь очень высокие, это свидетельство того, что ее производится недостаточно, и часть труда и капитала должна перераспределиться из отраслей с чрезмерным объемом производства в обувную промышленность.

Нужно иметь в виду, что ни одно общество не может достичь того идеального состояния, когда объем и структура производства полностью соответствуют объему и структуре потребностей хотя бы по той причине, что потребности быстро меняются под воздействием моды, изменения вкусов, новейших открытий, изменения денежных доходов населения и т. п. Но именно рынок создает те механизмы, которые точнее и быстрее передают необходимую информацию производителям, чем механизм передачи информации и принятия решений в условиях административно-плановой системы. Каждый раз вступает в действие «невидимая рука» рынка, о которой писал Адам Смит: «Каждый человек мыслит лишь о собственной выгоде, но невидимая рука, которая его направляет, как и во многом другом, приведет его к результату, о котором он сам и не помышлял», т. е. заставит его производить именно те продукты, в которых наиболее нуждается общество. Благодаря «невидимой руке» рынка производство намного быстрее приспособляется к потребностям и спросу потребителей, чем это происходит в условиях административно-плановой системы.

Рынок через посредство механизма цен отвечает также на вопрос, как производить. Частный экономический интерес выражается в стремлении производителя получать максимальную прибыль. Но при установившихся на рынке ценах он может увеличить прибыль в расчете на единицу продукта,

только если ему удастся снизить затраты на производство. Прибыль есть разница между ценой, по которой продается единица продукта, и суммой затрат, связанных с его производством.

Снижение затрат может быть достигнуто разными путями, например экономным использованием сырья и материалов. Но наибольшего эффекта можно добиться, если повысить производительность труда, а это предполагает использование достижений научно-технического прогресса (новой техники и технологии), применение более квалифицированного труда, совершенствование организации производства.

Фирмы, не способные совершенствовать технологию, снижать затраты на производство продукции и улучшать ее качество, перестают получать прибыль и даже терпят убытки. Поэтому для частного предприятия снижение издержек является вопросом его выживаемости в условиях рыночной экономики. Рынок *стимулирует* технический прогресс.

Рыночный механизм — жесткая система. Ему присуща беспощадность по отношению к слабым. Рынок очищает общественное производство от экономически неустойчивых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и, напротив, дает зеленый свет более предприимчивым и эффективным. Не обладаете способностью к быстрой перестройке, невосприимчивы к новациям, недостаточен уровень квалификации ваших рабочих — уступите место другим предприятиям, более эффективным, более жизнеспособным. Таким образом, рынок осуществляет *санирующую* функцию.

Здесь мы подошли к еще одной важной черте рыночной экономики. Свобода предпринимательства, свобода выбора, частный интерес формируют отношения состязательности, *конкуренции*.

КОНКУРЕНЦИЯ — это борьба между производителями товаров и услуг за рынки сбыта своей продукции и за получение дохода от ее продажи.

Поскольку платежеспособный спрос в каждый данный момент ограничен, между производителями идет постоянная

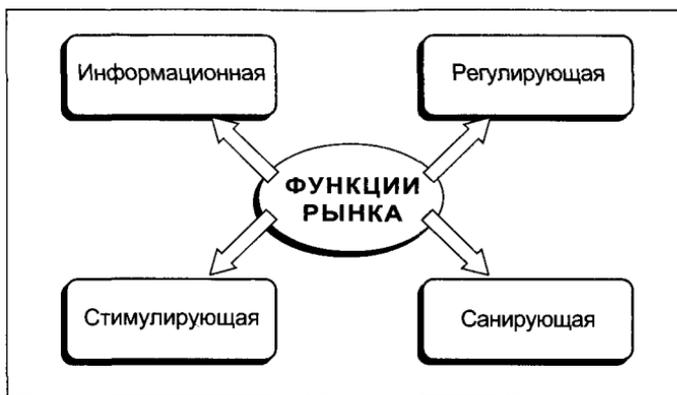


Рис. 2.2. Δ
Функции рынка.

борьба за кошелек покупателя. Рынок подсказывает ответ на вопрос, *для кого производить*, — для того, у кого выше покупательная способность, кто может заплатить за предлагаемый товар. Каждый производитель должен найти своего покупателя, свою нишу на рынке.

Это могут быть люди с очень высокими доходами, на них рассчитано производство коллекционных моделей одежды, каждая из которых изготавливается в количестве одной или нескольких единиц и продается по ценам в несколько тысяч долларов. Но и затраты, связанные с их выпуском, велики, так как применяются дорогостоящие ткани, фурнитура, они шьются по индивидуальным заказам. Однако производитель уверен, что его затраты окупятся и принесут высокий доход.

Одновременно идет борьба и за кошелек потребителя со средним достатком или даже доходом ниже среднего. В этом случае производство носит массовый характер. Например, костюм шьет не высококлассный портной, а швейная фабрика, когда одна бригада специализируется на изготовлении отдельных деталей костюма, другая — на их пошиве и т. д. Но и в том и в другом случае производители будут бороться за своего клиента, а значит, стремиться к обновлению ассортимента, улучшению качества, вежливому обслуживанию, оказанию

дополнительных услуг и другим методам конкурентной борьбы. В результате такой конкуренции выигрывают все группы потребителей.

Виды рынков

Дав характеристику рыночной системе, мы рассмотрели рынок товаров и услуг. Однако в реальной жизни существует несколько видов рынков в зависимости от критериев, положенных в основу их классификации:

- **по экономическому назначению объектов рыночных отношений:** рынок товаров и услуг, рынок недвижимости, рынок труда, рынок ценных бумаг, денежный рынок и рынок капитала;
- **по географическому положению:** местный, национальный, мировой;
- **по отраслям:** рынок зерна, хлопка, автомобилей, компьютеров и т. д.

Все перечисленные виды рынков живут не обособленно. Они находятся в постоянном взаимодействии, образуя единую сложную систему, которая связывает всех субъектов рыночной экономики.

2.4. КРУГООБОРОТ ДОХОДОВ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Рыночная система предполагает активную деятельность предпринимателей и наемных работников, продавцов и покупателей, биржевых брокеров и прочих субъектов этой системы. Все они могут быть объединены в две большие группы: 1) домашние хозяйства; 2) фирмы.

Домашние хозяйства

Домашнее хозяйство мы будем рассматривать как субъект рыночной экономики, который представлен семьей или отдельным человеком, который не имеет семьи. Домашние хозяйства не являются производителями товаров и услуг. Приготовление обеда, уборка помещения и другая деятельность домашней хозяйки не предполагает, что она производит товары и услуги для того, чтобы продать их на рынке.

Домашние хозяйства являются собственниками факторов производства: они — собственники своей рабочей силы; они могут быть собственниками отдельных предприятий или акций, т. е. иметь свою долю во владении каким-либо заводом, магазином и т. д.; домашнему хозяйству может принадлежать участок земли. Характер и размеры собственности в данном случае не имеют значения. К домашним хозяйствам мы относим и семью простого рабочего, и семью крупного банкира, собственность которого оценивается в несколько миллиардов долларов.

Будучи собственниками факторов производства, домашние хозяйства получают различные виды доходов. Рабочий получает заработную плату за свой труд; владелец акций получает доход в виде дивиденда; собственник денежного капитала, положивший его в банк в виде сберегательного вклада, получает процент; владелец земельного участка, сдающий его в аренду, получает арендную плату.

Что делают домашние хозяйства со своими доходами? Часть этих доходов они тратят на оплату товаров и услуг, которые им необходимы для удовлетворения своих личных потребностей. Другая часть доходов сберегается. Но было бы крайне неразумно держать сберегаемые деньги дома «под матрасом». Сбережения вкладываются в ценные бумаги (акции и облигации), в сберегательные вклады в банки; если сумма сбережений велика, на них приобретается недвижимость (например, земельный участок).

Фирмы

Другая большая группа субъектов рыночной экономики — *фирмы*. Здесь и в дальнейшем фирма будет рассматриваться как обобщенный субъект рыночной экономики, который *производит* любые виды товаров и услуг. Это может быть гигантская корпорация с многомиллиардным оборотом капитала, выпускающая авиалайнеры; под фирмой мы будем подразумевать и маленькую лавочку, в которой один человек выполняет функции продавца, кассира и т. д. Любая фирма является или собственностью отдельного частного лица, например фермера, мелкого торговца, врача, занимающегося частной практикой, и т. д., или собственностью большой группы частных лиц, например акционерного общества.

Фирмы являются производителями всех товаров и услуг, которые поступают на рынок. Продажа товаров и услуг на рынке приносит фирмам определенный доход, который затем распределяется между владельцами различных факторов производства: рабочие получают заработную плату, собственники капитала — процент, владельцы земли — ренту. Таким образом доход, который создается фирмами, затем в различных формах присваивается домашними хозяйствами, являющимися собственниками фирм (владельцы земли и капитала) или продающими им труд (наемные работники).

Из всего сказанного следует, что рыночная система предполагает регулярное взаимодействие фирм и домашних хозяйств. Это взаимодействие проявляется в непрерывных потоках доходов и расходов домашних хозяйств и фирм, в непрерывных потоках денег и товаров. Эти потоки денег и товаров, доходов и расходов образуют единый кругооборот, схематическое изображение которого представлено на рис. 2-3.

Здесь представлена модель рыночной экономики, предполагающая, что в ней функционируют два вида субъектов: домашние хозяйства и фирмы. Фирмы производят два вида продукции: 1) потребительские товары и услуги и 2) факторы производства — машины, оборудование, здания и сооружения и т. д. Фирмы используют все известные нам факторы производства (труд, капитал, земля и т. д.). Вновь созданные потребительские товары и услуги, новое оборудование и здания продаются на товарных рынках. Это приносит фирмам соответствующую денежную выручку (например, 1000 млрд р.). Выручка поступает домашним хозяйствам как собственникам факторов производства в виде заработной платы, дивидендов, процента и ренты. Домашние хозяйства большую часть своих доходов тратят на потребительские товары и услуги (800 млрд р.), а оставшуюся их часть сберегают и через посредство рынка капиталов инвестируют во вновь произведенные машины и здания (200 млрд р.). Тем самым домашние хозяйства приобретают на свои сбережения вновь созданные факторы производства и становятся их собственниками. Модель, далее, показывает, что в экономике непрерывно идут два противоположно направленных потока: поток производимой фирмами продукции и поток расходуемых на эту продукцию денег.

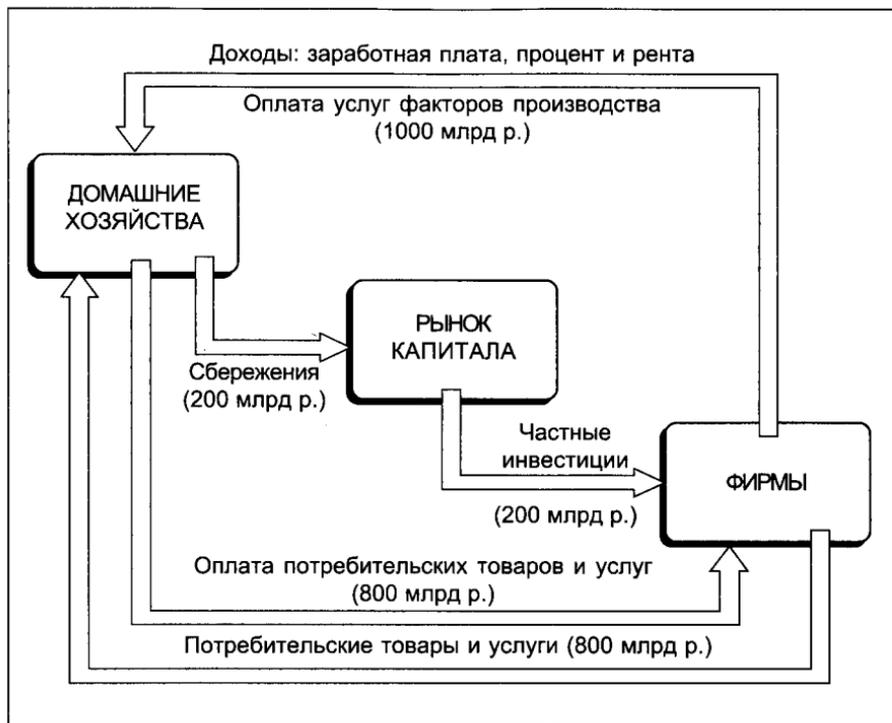


Рис. 2-3. Δ
Кругооборот доходов и расходов в экономике, состоящей из домашних хозяйств и фирм.

Фирмы, производящие товары и услуги, приносят собственникам факторов производства доходы на сумму 1000 млрд р. Домашние хозяйства расходуют из этой суммы 800 млрд р. на товары и услуги, а 200 млрд р. сберегают и через посредство рынка капиталов инвестируют свои сбережения в здания, сооружения, оборудование и другие факторы производства фирм. Общая выручка фирм от продажи потребительских товаров и факторов производства их новым владельцам составит сумму $800 \text{ млрд р.} + 200 \text{ млрд р.} = 1000 \text{ млрд р.}$

Оба потока — и денег, и товаров — непрерывны, протекают одновременно и представляют собой существенный элемент механизма функционирования экономической модели.

Важным следствием модели кругооборота является то, что суммарная величина продаж фирм равна суммарной величине доходов домашних хозяйств. Это означает, что в экономике

величина общего объема производства в денежном выражении равна суммарной величине доходов домашних хозяйств.

Упрощения, принятые в модели, предполагают, что в ней исключено рассмотрение роли внешней торговли, государства, изменений цен на товары и услуги, все доходы домашних хозяйств рассматриваются как единый поток, подразумевается, что уровни производства и занятости постоянны, и т. д. Кроме того, модель кругооборота не показывает, как конкретно складываются цены на ресурсы и продукцию. Эти вопросы будут нами исследованы в следующих главах.

2.5. ОГРАНИЧЕННОСТЬ ВОЗМОЖНОСТЕЙ РЫНКА. СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА

Оценивая положительно эффективность стимулов и принципов хозяйствования, свойственных рыночной экономике, нельзя игнорировать ее слабые стороны. Представление о рыночной экономике как о некоей идеальной системе, способной к полному саморегулированию, является глубоким заблуждением. На протяжении всей истории развития рыночной системы возникало немало острых социально-экономических проблем, решение которых требовало государственного вмешательства. Такие проблемы существуют и в современном обществе.

Какими конкретными причинами обусловлена необходимость деятельности государства как одного из субъектов рыночной системы, наряду с фирмами и домашними хозяйствами?

Внешние эффекты

Прежде всего, функционирование рынка порождает *внешние эффекты* — положительные и отрицательные последствия, которые имеют место, когда производство или потребление материальных благ или услуг оказывает влияние на людей, не являющихся непосредственными участниками рыночного обмена (продавцами или покупателями).

Примером **положительного внешнего эффекта** может служить строительство плотины для ГЭС. Такая плотина дает возможность контролировать сток воды для живущих ниже по

течению реки, а также образует живописное водохранилище, привлекательное с точки зрения отдыха. Примером положительного внешнего эффекта может служить и возможность получения отдельным человеком дополнительного образования. Применяя полученные знания, человек может повысить эффективность своего труда, от чего выиграет не только он сам, но и общество в целом.

Примером **отрицательного внешнего эффекта** является так называемое вторичное курение, когда от курения одного человека страдают окружающие. В сфере производства отрицательный внешний эффект возникает, когда происходит выброс дыма или иных загрязнений в воздух или ближайшие водоемы, осуществляемый, например, химическими заводами.

Положительный внешний эффект называют **выгодой третьего лица**, а отрицательный — **издержками третьего лица**.

Деятельность предприятия, порождающая отрицательный внешний эффект, ведет к издержкам третьего лица и в то же время приносит определенные выгоды этому предприятию. Например, собственник сталелитейного завода, не вкладывающий средства в очистное оборудование, экономит на издержках производства стали. Это позволяет снизить цену на сталь и получить важное преимущество в конкурентной борьбе. В этом случае государство обязано защитить интересы третьих лиц за счет ограничения неоправданных преимуществ сталелитейного завода. Оно должно принять закон об охране окружающей среды, на основе которого оштрафовать фирмы, допускающие отрицательные внешние эффекты, а полученные средства использовать для финансирования программ, направленных на решение экологических проблем. Одновременно у фирм, допускающих отрицательные внешние эффекты, появляется стимул вложить средства в очистные сооружения, чтобы избежать штрафных санкций.

Государство может также ввести дополнительный налог на прибыль предприятий, загрязняющих окружающую среду, и использовать полученные средства для очистки водоемов или, наоборот, выплачивать дотации производителям образовательных услуг или обучающимся либо и тем и другим, чтобы сделать образование более доступным для большинства граждан.

Механизм свободного рынка позволяет людям удовлетворить только те потребности, которые выражаются через платежеспособный спрос. Большинство товаров и услуг, производимых и реализуемых на рынке, являются *частными благами*, т. е. предназначены для индивидуального потребления. Как правило, эти товары обладают следующими свойствами:

- частные блага делимы на любые необходимые количества. Например, можно приобрести один автомобиль, 10 кг картофеля, 50 тонн нефти;
- они предполагают наличие возможности отлучить потенциального потребителя от приобретения по причине его неплатежеспособности. Производителю ничего не стоит не допустить к потреблению товара человека, если у него нет денег для оплаты блага. Не имея денег, человек не сможет приобрести не только автомобиль, но и 0,5 кг картофеля;
- потребление частного блага одним человеком делает невозможным его одновременное использование другими людьми. Если кто-то купил квартиру и живет в ней, то никто другой пользоваться этой квартирой без разрешения ее владельца не сможет.

Общественные блага

Но помимо частных благ, люди пользуются *общественными благами*.

Общественные блага обладают следующими свойствами, во многом прямо противоположными свойствам частных благ:

- их нельзя изъять у лиц, отказывающихся за них платить;
- они неделимы по своей природе;
- потребление общественного блага одними членами общества не исключает возможности одновременного использования их другими членами общества.

Так, например, система национальной обороны, деятельность средств оповещения об опасности наводнения или землетрясения, информация Гидрометцентра о прогнозе погоды и другие тому подобные общественные блага не могут быть предоставлены исключительно тем, кто согласен платить за

них. Невозможно отлучить от их использования не желающих или не способных платить. Потребление общественного блага одним человеком не исключает возможности одновременного использования его другими. Например, освещение улиц служит благом для водителей транспорта; польза от уличных фонарей, получаемая водителями, не уменьшается от того, что они освещают дорогу пешеходам.

Нельзя выделить определенные доли услуг маяка или пожарных для каждого отдельного потребителя.

Блага, подобные национальной обороне, свету маяка или системе защиты от радиации, не могут предоставляться обществу отдельными частными компаниями уже в силу того, что эти компании откажутся производить услуги, за которые никто не будет платить. В то же время отдельные потребители не станут платить за товары и услуги, которыми можно пользоваться бесплатно.

Предоставление населению общественных благ становится одной из функций государства в рыночной экономике, а их финансирование ложится на центральный и местные бюджеты, которые формируются за счет налогов.

Необходимо отметить, что в ряде случаев непросто отделить общественные блага от частных. Есть немало видов услуг, имеющих признаки и тех, и других. К их числу относятся услуги образования, учреждений культуры. С одной стороны, они близки к общественным благам. Люди потребляют их совместно и поровну: например школьники, обучающиеся в одном классе, посетители музеев и кинотеатров и т. д. С другой стороны, они близки к частным благам, так как не отвечают принципу неисключаемости их потребления. Высокая плата за обучение, посещение музея или кинотеатра может исключить из состава потребителей лиц с низкими доходами. Политика государства в отношении таких услуг должна быть достаточно гибкой: их нельзя полностью осуществлять за счет государства, но и недопустима полная их приватизация. Например, во всем мире большинство школ и других учебных заведений являются государственными. Поэтому в условиях рыночной экономики, как правило, используется промежуточный вариант: наряду с государственными колледжами, университетами существуют и частные, пользующиеся поддержкой государства. Так, в конце 80-х гг.

из государственных источников покрывалось 13,8% расходов в частной системе образования США.

Рыночный механизм способен порождать и более существенные негативные последствия, преодолеть или смягчить которые без помощи государства не представляется возможным.

Прежде всего следует отметить беспристрастность рынка, его обезличенность, выражающуюся в том, что нередко рыночная система доставляет очень крупные доходы не тем, кто больше и интенсивнее работает, а тем, кто от природы наделен уникальными способностями, получил элитарное образование, большое наследство или удачно осуществил выгодную сделку. Люди, лишенные таких возможностей, получают неоправданно низкие доходы. Кроме того, в обществе всегда есть люди, не владеющие никакими ресурсами: старики, больные, инвалиды, осиротевшие дети. В рамках рыночной экономики они не являются и не могут являться получателями дохода вообще.

Эти примеры говорят о том, что рыночная система порождает глубокое **неравенство в распределении доходов**. Бедность среди общего изобилия продолжает оставаться серьезной экономической и политической проблемой во всем мире, в том числе и в странах с развитой рыночной экономикой.

Государство обязано решить эту проблему, используя разные методы. Все они в большей или меньшей степени связаны с перераспределением доходов путем установления прогрессивной шкалы налогообложения и финансированием социальных программ. Высокий налог на большие личные доходы используется для изъятия большой доли доходов у богатых и перераспределения их в пользу бедных.

Чтобы не допустить разорения фермеров в условиях падения цен на сельскохозяйственные товары, государство искусственно поддерживает эти цены, скупая продукцию у фермеров или выплачивая им дотации.

Большую роль для низкооплачиваемых групп наемных рабочих играют принимаемые государством законы об установлении минимальных размеров оплаты труда, о системе социального обеспечения нетрудоспособных и многодетных, в том числе законы о пенсиях по старости и инвалидности, о пособиях по безработице, одиноким матерям, многодетным семьям и т. п. Эти выплаты могут совершаться не только в денежной, но и в натуральной форме, например в виде про-

дуктовых талонов или наборов продуктов. Доля социальных фондов государства в общем объеме потребления товаров и услуг в среднегодовом исчислении за период 1997 г. колебалась по странам от 22,3% в США до 40,5% в ФРГ и 51% в Швеции.

За пределами частных интересов находится **финансирование фундаментальных исследований**, требующее крупных единовременных капиталовложений с большим сроком окупаемости, высокой степенью риска и неопределенности в отношении будущих прибылей. Частный капитал с большей охотой берется за коммерческое освоение новых технологий, нежели за создание условий, при которых происходит развитие науки и техники.

Следствием развития свободной конкуренции является **образование монополий** — исключительного положения в отрасли фирмы, дающее ей возможность оказывать воздействие на цены, уменьшать производство товаров, не заботиться о повышении качества производимой продукции. Все это разрушающе действует на рыночный механизм, препятствует научно-техническому прогрессу и тормозит развитие экономики.

Одним из последствий рыночной экономики является **инфляция**, или общий рост цен в стране, представляющая особую опасность в случаях, когда она становится неконтролируемой.

Рыночная экономика развивается **циклически**. Это проявляется в том, что рост производства периодически прерывается спадами производства товаров и услуг, сокращениями вложений капитала в строительство и в новое оборудование, что приводит к увольнениям, к росту безработицы, к росту числа банкротств. Иными словами, экономический рост в условиях рыночной системы происходит **нестабильно**.

Перечисленные негативные последствия функционирования рыночной экономики показывают, что она не может успешно развиваться без государственного регулирования экономической жизни. Для понимания природы современной рыночной экономики необходимо самое серьезное внимание уделить деятельности государства. На этой стороне экономического анализа в дальнейшем мы специально остановимся, а пока вернемся к модели, представленной на рис. 2-3, и введем в нее еще один субъект рыночной экономики — государство (рис. 2-4).

Введение государства в модель рыночной экономики не меняет существа взаимодействия между домашними хозяй-

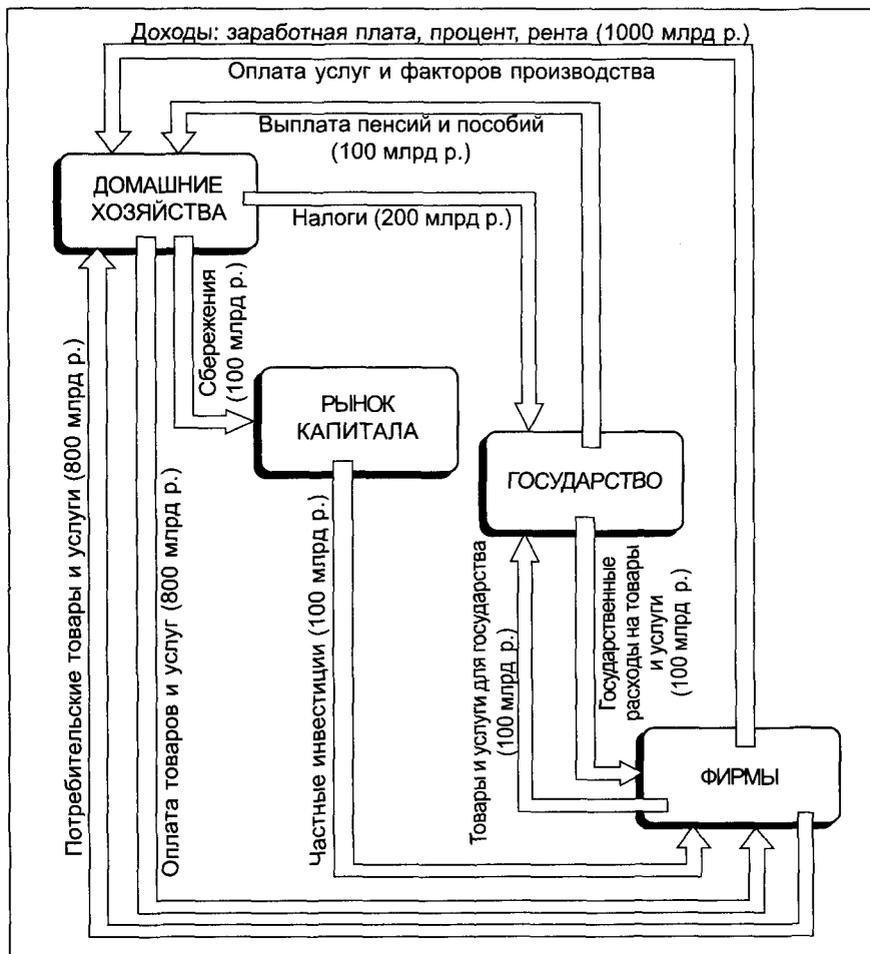


Рис. 2-4. Δ
Кругооборот доходов и расходов при участии государства.

Введение государства в рыночную систему привело к тому, что домашние хозяйства стали выплачивать в государственный бюджет налоги на сумму 200 млрд р. Из этой суммы государство 100 млрд р. расходует на закупку товаров и услуг для государственных учреждений, вооруженных сил и т. д., а 100 млрд р. возвращает домашним хозяйствам в виде пенсий и пособий. Теперь общая сумма доходов домашних хозяйств составляет 1100 млрд р., а их чистый доход, т.е. доход за вычетом налогов, составляет 900 млрд р. Выручка фирм остается равной 1000 млрд р.

ствами и фирмами. Домашние хозяйства остаются собственниками факторов производства, применяемых фирмами, и получателями доходов, которые создаются фирмами. Эти доходы по-прежнему тратятся на потребительские товары и услуги и сберегаются и инвестируются через посредство рынка капиталов в факторы производства. Но теперь часть доходов, полученных домашними хозяйствами, отчисляется в государственный бюджет в виде налогов. Они становятся доходами государства. Часть этих средств государство расходует на оплату товаров и услуг, которые необходимы государству для того, чтобы оно могло выполнять свои функции. Другая часть доходов государственного бюджета расходуются на пенсии и пособия, т. е. образует форму доходов домашних хозяйств.

Смешанная экономика

Рассмотрение вопроса о том, какую роль играет государство, показывает, что в реальной действительности чисто рыночной системы никогда не существовало и существовать не может. В настоящее время практически в любой стране мира уже сложилась или формируется смешанная экономика.

СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА — это рыночная система, основанная на частной собственности и свободном предпринимательстве, регулируемая государством.

В самых общих чертах место государства в смешанной экономике может быть сведено к следующим моментам:

1. Государство вырабатывает «правила игры». Непременным условием функционирования рыночной экономики выступает соответствующая ей правовая основа. Государственные органы должны обеспечить равные права всем участникам хозяйственной деятельности: пресекать злоупотребление монопольным положением на рынке крупнейшими фирмами, вести борьбу с недобросовестной конкуренцией, обеспечивать защиту прав собственности, контролировать деятельность фирм с целью недопущения незаконных финансовых операций, нарушения прав потребителей, злостных банкротств и

т. д. При этом сами государственные структуры обязаны действовать в рамках принятых законов, проводить экономическую политику в соответствии с установленными представительными органами власти правовыми нормами.

2. Поскольку рыночной системе органически присуща определенная нестабильность, перед любым государством стоит проблема стабилизации экономики. Решение этой проблемы сводится к нескольким задачам:

- обеспечение полной занятости;
- максимально возможное сглаживание циклических колебаний;
- недопущение того, чтобы инфляция приобрела нежелательный и особенно угрожающий характер (галопирующая, гиперинфляция);
- регулирование платежного баланса;
- создание устойчивой денежной системы.

По всей видимости, только при условии более или менее успешного решения проблемы экономической стабильности государство будет располагать необходимыми предпосылками для осуществления социальной защиты и социальных гарантий широким слоям населения: гарантия минимального уровня заработной платы, пенсионное обеспечение, финансирование производства услуг, которые не являются объектом частного предпринимательства (фундаментальная наука, общее образование, медицинское обслуживание).

Опыт многих западных стран и России показал, что в обстановке глубокого и затяжного спада, галопирующей инфляции и массовой безработицы государство не в состоянии в достаточной мере обеспечить социально ориентированное распределение финансовых ресурсов и, следовательно, решить указанные задачи.

Заметим, что некоторые черты смешанной экономики были присущи и административно-плановой системе. Централизованное руководство и планирование экономики не исключали того, что многие виды продукции, главным образом предметы потребления, не подлежали прямому распределению между государственными предприятиями, а продавались индивидуальным лицам. Как на потребительские товары, так и на средства производства (оборудование, сырье и т. д.) устанавливались определенные цены, что предполагало оплату

всех видов этой продукции деньгами. Наемные работники за свой труд получали доход в форме заработной платы, а государственные предприятия — в форме прибыли. Купля-продажа товаров и услуг не могла обойтись без достаточно развитой торговли. Немалую роль в условиях административно-плановой системы играли банки. Колхозники, рабочие совхозов и другие сельские жители имели приусадебные участки, на которых производилась продукция, поставляемая на рынок. Этот сектор экономики вообще не подлежал планированию. Все это свидетельствует о том, что административно-плановая система не избежала использования рыночных инструментов управления экономикой. В известном смысле она тоже может рассматриваться как своего рода смешанная экономика.

Таким образом, как административно-плановая, так и рыночная системы ни в одной стране не выступали в чистом виде. Разница между ними заключается в том, что при рыночной системе экономика управляется «невидимой рукой», а государство содействует работе «невидимой руки» и доделывает то, что «невидимая рука» сделать не может или что она делает плохо; при административно-плановой системе «невидимая рука» ампутирована, но инструменты, которые она использовала (цены, деньги, банки и т. д.), все-таки применяются, так как без их помощи эта система была не в состоянии решать фундаментальные проблемы экономики.

Пределы вмешательства государства в экономику

Сложным в теоретическом и практическом плане является решение вопроса о *допустимых пределах вмешательства государства в экономику*. Очевидно, они должны определяться возможностью функционирования законов рынка. В противном случае произойдет разрушение рыночного механизма и экономика может трансформироваться в худший вариант командной системы. Западные государства не раз наталкивались на подобные пределы.

Социальная политика может вступить в противоречие с рыночными стимулами повышения производства, ослабляя тем самым все преимущества рыночного механизма.

Так, например, желание обеспечить достойный уровень жизни всем членам общества в Швеции, в государстве «всеоб-

щего благоденствия», заставило правительство поднять уровень налогообложения наиболее высоких индивидуальных доходов, что подорвало у высокооплачиваемой части населения стимулы к овладению сложными специальностями. В результате это привело к снижению эффективности производства, торможению роста производительности труда. В то же время у получателей социальных пособий появилась возможность, не работая, обеспечить себе вполне сносный уровень жизни. Это породило среди определенной их части иждивенческие настроения, не способствовало укреплению семьи, так как пособие обычно выплачивалось только одиноким матерям; если женщина выходила замуж, выплата пособия прекращалась.

Кроме того, следует иметь в виду, что чрезмерное усиление роли государства неизбежно приводит к бюрократизации, гипертрофированной роли чиновников в жизни страны, затрудняет принятие разного рода решений в области экономики.

Таким образом, если государство пытается выйти за рамки той роли, которая ему отведена в условиях рыночной экономики, то, какими бы благими намерениями оно ни руководствовалось, как правило, происходят губительные деформации рыночных процессов. В конце концов страдает все общество, в том числе и те его слои, которым государство стремилось помочь. Из этого следует, что вмешательство государства в экономику оправданно только в тех случаях, когда рыночный механизм не может обеспечить решения проблем, стоящих перед обществом, или когда действие рыночного механизма порождает негативные явления, противоречащие интересам общества.

РЕЗЮМЕ

Важнейшим критерием, лежащим в основе отличия экономических систем, является способ, каким решаются три фундаментальные проблемы экономики: что, как и для кого производить? Способы решения этих проблем отличаются друг от друга в условиях административно-плановой и рыночной систем.

Административно-плановая система, основанная на государственной форме собственности, централизованном плани-

ровании, жестком подчинении всех экономических ячеек центру, не способствовала росту эффективности производства, подавляла у людей стремление к высокопроизводительному труду, новаторству, не создавала условий для рационального использования ресурсов.

Под рынком понимают механизм установления связи между продавцами и покупателями продукции. Важнейшими причинами развития рыночной экономики являются разделение труда и появление частной собственности на основные факторы и результаты труда.

Рыночная цена, формирующаяся на свободном рынке под влиянием спроса и предложения, указывает, что производить: если товара производится недостаточно, цена на него высока. Сопоставление рыночной цены и затрат на производство подскажет производителю, как производить: он будет выбирать такой способ производства, который приведет к снижению затрат и увеличению его прибыли. Рынок дает ответ и на вопрос, для кого производить, потому что товар купит тот, у кого есть намерение купить его и деньги на его приобретение.

Рынок выполняет важнейшие функции, способствующие росту эффективности производства: информирования продавцов и покупателей о состоянии объема спроса и предложения, качестве продукции, ценности товаров и т.п.; регулирования распределения ресурсов по отраслям в соответствии с объемом и структурой потребностей; стимулирования производителей применять достижения НТР; санирования экономики путем вытеснения из производства на основе существующей конкуренции неэффективных предприятий. В результате конкуренции выигрывают все группы потребителей.

Схема кругооборота товаров, денег и доходов дает общее представление об организации и функционировании экономики. Домашние хозяйства получают доходы в качестве собственников факторов производства, применяемых фирмами. Фирмы производят потребительские товары и услуги, которые они продают домашним хозяйствам. Домашние хозяйства, в свою очередь, часть своих доходов тратят на приобретение потребительских товаров и услуг, а часть сберегают и инвестируют их через посредство рынка капиталов в факторы производства.

Несмотря на то что рынок является лучшей из всех известных форм ведения хозяйства, все возникающие в экономике проблемы он решить не в состоянии. Рыночная система не может решить проблему безработицы, экономических спадов, бедности, монополизации экономики, инфляции. Рынок порождает внешние эффекты, как отрицательные, издержки по которым несут не участвующие в купле-продаже третьи лица, так и положительные, эффект от которых не может быть расширен путем использования только рыночного механизма. Частный производитель в условиях рыночной экономики не заинтересован производить общественные блага, удовлетворяющие на совместной основе ряд важнейших потребностей людей. Все перечисленные проблемы могут решаться только при участии государства.

Важнейшей теоретической и практической проблемой является определение границ государственного вмешательства в экономику. Очевидно, глубина такого вмешательства не должна переходить грань, за которой может начаться разрушение механизма рыночного саморегулирования.

Контрольные вопросы

1. Что представляет собой административно-плановая система общества, какие черты характеризуют эту систему?
2. Почему административно-плановая система оказалась неэффективной, маловосприимчивой к научно-техническому прогрессу?
3. Что такое рынок? Приведите примеры конкретных форм взаимодействия продавцов и покупателей на рынках различных видов.
4. Объясните, как «невидимая рука» рынка примиряет эгоистические интересы частных предпринимателей, стремящихся к получению большего дохода и процветанию, с интересами остальных членов общества.
5. Раскройте содержание основных функций рынка.
6. Какую роль в развитии экономики играет конкуренция?

7. Если завод по производству удобрений отравляет реку, в которой местные жители берут воду для питья, как государство может уменьшить влияние этого отрицательного эффекта?
8. Фармакологическая фирма наладила производство эффективного лекарства против гриппа. Как государство может увеличить выгоду третьих лиц?
9. Перечислите основные отличия между общественными и частными благами.
10. В чем вы видите ограниченность возможностей рынка?
11. Что такое смешанная экономика?
12. Почему должны существовать пределы вмешательства государства в экономику?

СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Прочитав эту главу, вы узнаете:

- ✦ что такое спрос и в чем состоит закон спроса;
 - ✦ каким образом цена товара влияет на величину спроса на этот товар;
 - ✦ какие факторы, помимо цен, влияют на изменение спроса на товар;
 - ✦ что такое предложение и в чем состоит закон предложения;
 - ✦ как цена товара влияет на величину его предложения;
 - ✦ какие факторы, помимо цены, вызывают изменение предложения товара;
 - ✦ каким образом на основе взаимодействия спроса и предложения устанавливаются рыночные цены;
 - ✦ в чем состоит рыночное равновесие и что представляет собой равновесная цена;
 - ✦ почему изменение соотношения спроса и предложения влияет на цены;
 - ✦ как влияет воздействие внешних сил на рыночное равновесие.
-

Цены в рыночной экономике — это своего рода сигнал, на который ориентируются производители товаров и услуг, когда принимают решения о том, сколько производить продукции, куда вложить свой капитал, на какой доход от производства и продажи товара можно рассчитывать. На этот своеобразный сигнал ориентируются и потребители, когда принимают решения, какие товары и в каких количествах им можно купить, чтобы удовлетворить свои потребности. Ценовой ориентир играет исключительно важную роль в поведении как производителей, так и потребителей товаров и услуг, как фирм, так и домашних хозяйств.

Поэтому чтобы понять, как действует рыночный механизм, нам необходимо выяснить, как определяется уровень цены, от чего он зависит и под влиянием каких факторов изменяется. На эти и другие связанные с ними вопросы нам и предстоит ответить в данной главе.

3.1. СПРОС И ЗАКОН СПРОСА

Любой предприниматель, поставляя товар на рынок, прежде всего сталкивается с проблемой спроса на данный товар. Допустим, он намерен вложить деньги в производство кожаных сумок. Но для этого ему в первую очередь следует установить, есть ли спрос на сумки и какова его величина.

Определение спроса

Спрос определяется желанием потребителей приобрести какой-то товар. Но определять спрос в экономике только на основе желаний покупателей практически невозможно и чревато серьезными ошибками. Можно с большой степенью вероятности предположить, что почти все школьники хотят иметь кроссовки фирмы «Reebok», однако производители этих кроссовок допустят серьезный просчет, если будут ориентироваться только на желания школьников. Каждому понятно, что на сегодняшний день далеко не для всех школьников это желание осуществимо.

Кроме желания иметь кроссовки, надо располагать возможностью их купить, а для этого необходимо, чтобы в кошельке было бы около 120 долларов. Те, у кого такой суммы денег нет, свое желание осуществить не смогут, и на эту группу покупателей изготовителям данного товара ориентироваться не следует. Следовательно,

СПРОС — это потребность покупателей в данном товаре (услуге), выраженная в их покупательной способности.

Спрос не следует отождествлять с величиной спроса. От чего же зависит *величина спроса*?

Прежде всего величина спроса будет определяться уровнем цены. Допустим, провели опрос большой группы возможных покупателей, в результате чего удалось выявить следующую зависимость между величиной спроса и ценой товара, которая представлена в табл. 3-1.

Таблица 3-1

Зависимость величины спроса от цены товара

Цена (P) ¹ , р.	Величина спроса (Q_d) ² , шт.
10	50
15	42
20	32
25	25
30	20
35	15
40	10

¹ P — от англ. *price* — цена;

² Q — от англ. *quantity* — количество.

Таблица 3-1 показывает, что повышение цены сопровождается снижением величины спроса. Так, при цене 10 р. за штуку товара величина спроса будет равна 50 штукам товара. Повышение цены до 15 р. повлечет за собой снижение величины спроса до 42 штук, и т. д.

Эта зависимость величины спроса от уровня цены называется **шкалой спроса**.

Определяя величину спроса и ее зависимость от цены, мы имеем в виду установленное время и место. Если бы наше исследование проводилось в другой стране, регионе или в другое время, возможно, каждому уровню цены соответствовало бы другое значение величины спроса. Поэтому,

ВЕЛИЧИНА СПРОСА — это количество товара (услуг), которое покупатели готовы купить по данной цене в определенное время и в определенном месте.

Установленную зависимость между ценой и величиной спроса можно изобразить и в виде графика (см. рис. 3-1).

Полученная на графике кривая DD (от англ. *demand* — спрос) называется кривой спроса. Каждая точка этой кривой отражает зависимость величины спроса от уровня цены. Кривая DD построена в соответствии с данными, которые приведены в табл. 3-1.

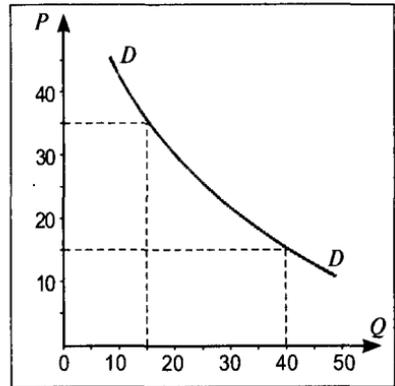


Рис. 3-1. ▷
Кривая спроса.

Кривая спроса показывает, что повышение цены понижает величину спроса. Например, если цена повысится с 15 р. за штуку до 35 р., то величина спроса уменьшится с 40 до 15 штук.

Кривая спроса может быть рассмотрена с двух точек зрения:

- для любой конкретной цены величина спроса показывает максимальное количество товара, которое покупатели желают и могут приобрести;
- для любого конкретного объема спроса устанавливается максимальная цена, по которой продавцы смогут продать указанное количество товара.

Закон спроса

И шкала спроса, и кривая спроса дают нам возможность определить, как зависит величина спроса от уровня цен. Эта зависимость — обратная. Она формулируется в виде закона спроса.

ЗАКОН СПРОСА гласит: при прочих равных условиях величина спроса на товар (услугу) находится в обратной зависимости от цены этого товара.

Иными словами, чем выше цена товара, тем меньше величина спроса на него, и, наоборот, чем ниже цена, тем больше величина спроса. Это означает, что величина спроса является функцией цены товара:

$$Q_d = f(P).$$

Как объяснить эту закономерность? На первый взгляд этот закон кажется очевидным. Тем не менее он требует объяснения, ибо не все очевидное истинно.

Для обоснования достоверности закона спроса может быть предложено несколько аргументов.

1. В подавляющем большинстве случаев существует так называемый **ценовой барьер**: если цена повышается, то для какой-то части людей товар оказывается недоступным, и они вынуждены будут отказаться от его покупки; чем выше цена, тем больше будет людей, для которых ценовой барьер окажется непреодолимым; широко практикуемые во всех странах распродажи, когда с целью увеличения объема спроса цену резко снижают, иногда до уровня издержек по ликвидации товара, могут служить примером снижения ценового барьера.

2. Рост объема спроса при снижении цены можно обосновать возникающим при этом **эффектом дохода**. Эффект дохода возникает, когда снижение цены на товар экономит часть дохода покупателя; сам доход в этом случае не изменяется абсолютно, но экономия дает покупателю возможность приобрести на сэкономленную сумму денег дополнительное количество товара. Например, если цены на бананы снизятся с 30 р. до 20 р., покупатель вместо 2 кг бананов на 60 р. сможет купить 3 кг, хотя доход его не изменился. Он вырос лишь *относительно* упавшей цены на бананы.

3. Рост объема спроса при снижении цены объясняется и **эффектом замещения**. Этот эффект связан с проблемой выбора. Если из двух взаимозаменяемых товаров один становится дешевле, то покупатель отдаст предпочтение более дешевому товару и сократит покупки другого, ставшего относительно первого более дорогим. Так, если груши подешевели в 1,5 раза, а цена яблок не изменилась, многие потребители уменьшат покупки яблок и приобретут большее количество груш.

4. Рост величины спроса при снижении цены можно объяснить и **принципом убывания предельной** (дополнительной)

полезности товара. Представьте себе, что вы находитесь в жаркий полдень на пляже и вас мучает жажда. Этим воспользуются предприимчивые люди и предложат вам купить бутылку «Фанты». Удовольствие, или полезность, полученное вами от первой выпитой бутылки, будет очень велико. Вторая принесет вам меньшее удовольствие, т. е. предельная полезность ее будет меньше; а вот третью бутылку большинство из вас согласится купить только при условии, если вам ее предложат по более низкой цене, так как ее предельная полезность будет очень низка, а для кого-то станет даже отрицательной¹.

Рассмотренные аргументы дают нам возможность объяснить, почему кривая спроса направлена вниз слева направо, т. е. имеет отрицательный наклон: уменьшение отрезка цены на вертикальной оси сопровождается увеличением отрезка, отражающего величину спроса на горизонтальной оси.

Бывают ли исключения из этого правила?

Эффект Гиффена

Английский экономист и статистик Роберт Гиффен (1837—1910) описал ситуацию, когда повышение цены ведет к повышению величины спроса. Эта ситуация была названа **эффектом Гиффена**. Он наблюдал, как бедные рабочие семьи расширяют потребление картофеля, несмотря на его подорожание. Объяснение сводится к тому, что картофель занимал большую долю расходов на еду в бедных семьях. Другую пищу они могли себе позволить нечасто. И если происходил рост цен на картофель, бедная семья вынуждена была отказываться от покупки мяса и других полноценных продуктов и тратить весь свой небольшой доход на покупку такого товара, как картофель. Кривая спроса в этом случае имела бы положительный наклон.

Другие факторы, влияющие на спрос

Рассматривая влияние цены на величину спроса, мы упростили ситуацию по сравнению с тем, что происходит в реальной жизни. Мы считали, что прочие факторы, которые

¹ Более основательно теорию предельной полезности мы рассмотрим в главе 5.

вливают на величину спроса, остаются неизменными. Однако на практике изменения спроса зависят от ряда факторов, которые не связаны с изменениями цены данного товара.

Вернемся к нашему примеру и предположим, что в обследуемой группе потенциальных покупателей данного товара произошло изменение величины доходов их семей: заработная плата выросла. Как это отразится на шкале и графике спроса?

В новых условиях шкалу спроса показывает таблица 3-2.

Таблица 3-2

**Зависимость величины спроса от цены товара
при возросших доходах покупателей**

Цена (P), р.	Количество товара (Q_d), шт.
10	70
15	60
20	45
25	35
30	28
35	21
40	15

Рассмотрение шкалы спроса позволяет сделать вывод о том, что закономерность взаимодействия величины спроса и цены сохранилась: увеличение цены приводит к уменьшению объема спроса. Но теперь каждому значению цены соответствует больший объем спроса. В условиях общего роста доходов и при низких, и при высоких, и при средних ценах будет произведено больше покупок. Как это отразится на графике?

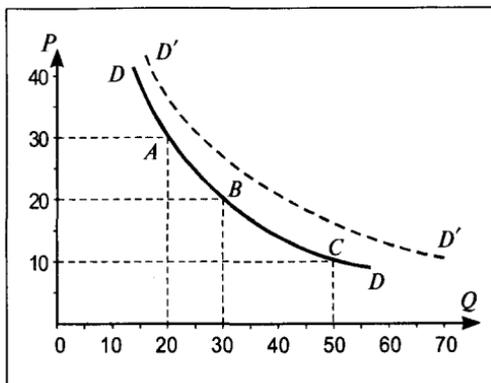
Построим рядом с прежней кривой DD новую кривую спроса $D'D'$.

График показывает, что произошел сдвиг кривой спроса вправо, что свидетельствует об изменении спроса. Теперь мы должны сделать существенное уточнение двух понятий — спроса и величины спроса — и провести различие между ними.

Изменение *величины спроса* вызывается только изменением цены данного товара и может быть проиллюстрировано

Рис. 3-2. ▷
Сдвиг кривой спроса.

В результате того что доходы покупателей увеличились, кривая спроса сместилась вправо. Если первоначально она занимала положение DD , то теперь она занимает положение $D'D'$ (пунктирная линия).



движением по точкам кривой спроса. Например, перемещение из точки A в точку B и C на кривой DD показывает, что снижение цены товара ведет к росту величины спроса.

Изменение же *спроса*, его рост или уменьшение, найдет отражение в новом положении кривой спроса относительно первоначального. Рост спроса, например вследствие увеличения доходов, сдвинет кривую спроса вправо, а уменьшение доходов приведет к снижению спроса, кривая спроса в этом случае сместится влево.

Какие же факторы приводят к сдвигу кривой спроса, т. е. вызывают увеличение или уменьшение спроса?

1. Уровень дохода покупателей. Влияние этого фактора мы уже проанализировали. Здесь нам остается уточнить, что рост доходов покупателей неодинаково влияет на спрос на разные типы товаров. Различают «низшие» и «нормальные» товары.

К «низшим» товарам относят те блага, которые приобретаются, как правило, людьми с низкими доходами. Это менее ценные товары, хотя качество их может быть хорошее. Например, к «низшим» товарам можно отнести крупу, хлеб, макароны, товары «сэконд-хэнд», услуги по ремонту обуви и т. д.

С ростом доходов населения спрос на «низшие» товары сокращается, кривая спроса сдвигается влево. Люди меньше покупают хлеба, маргарина, круп, заменяя их фруктами, овощами, мясом, сливочным маслом, отказываются от ремонта носившейся обуви, покупая новую, и т. д.

«Нормальные» товары — товары более ценные, более полезные. Их потребление отражает высокий уровень благосостояния людей. Если доходы потребителей возрастают, они увеличивают покупку «нормальных» товаров, таких, как мясо, ценные сорта рыбы, овощи, фрукты, спортивный инвентарь, услуги бюро путешествий и т. д. Спрос на них возрастает, кривая спроса сдвигается вверх вправо.

2. Вкусы и предпочтения потребителей. Вкусы и предпочтения потребителей меняются довольно часто. Они зависят от успешно проведенной рекламной кампании, разъяснительной работы (например, о вреде курения), маркетинговых мероприятий, связанных со стимулированием сбыта, появления новинок производства, изменения моды, сезона года.

3. Спрос на товары будет изменяться, если изменяются цены на другие товары, каким-либо образом связанные с данным товаром. В этой связи необходимо провести различие между взаимозаменяемыми и дополняющими товарами.

Взаимозаменяемые товары — это группа товаров, удовлетворяющих аналогичные потребности. Например, различные средства для стирки белья, те или иные виды прохладительных напитков и т. д. В случае если значительно увеличится цена на стиральные порошки, спрос на мыло вырастет, так как оно окажется относительно дешевле. Тогда кривая спроса на мыло сдвинется вправо. При уменьшении цены на «Пепси-колу» спрос на «Фанту» сократится и кривая спроса на «Фанту» переместится влево.

Дополняющие товары — это товары, которые не могут потребляться один без другого. Примерами дополняющих товаров могут служить фотоаппараты и фотопленка, магнитофоны и кассеты, теннисные ракетки и теннисные мячи и т. д. Если увеличится цена на теннисные ракетки, то спрос на мячи упадет. Тогда кривая спроса на теннисные мячи сдвинется влево.

4. Ожидание изменения доходов и цен. Спрос на товары связан с ожидаемыми людьми изменениями доходов и цен. Если принимается решение о повышении заработной платы в предстоящем месяце, то люди до того, как вырастут их доходы, начнут больше покупать товаров. Они откажутся от части своих сбережений, совершат отложенные покупки, что вызовет рост спроса на товары.

Такой же эффект вызывает и ожидание роста цен. В этом случае люди постараются запастись товарами впрок и истратить деньги, которые, как ожидается, в ближайшее время обесценятся. Спрос на товары возрастет, независимо от того, дороги они или дешевы.

5. Изменение числа покупателей. Спрос вырастет, если будет происходить увеличение числа покупателей. Так, если лоток с мороженым подвезти к зданию школы, многие школьники, проходя мимо, захотят купить это лакомство, так как не надо будет бежать на перемене к ближайшему универсаму. В этом случае спрос на мороженое возрастет. Будет больше куплено как недорогих его сортов, так и тех, которые стоят дороже.

Увеличение рождаемости вызовет рост спроса на товары детского ассортимента.

3.2. ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Покупатели — лишь одна сторона рынка. На другой его стороне те, кто призван удовлетворить спрос, — многочисленные производители и продавцы продукции. Их действия формируют предложение.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ — это количество товаров (услуг), которое производители готовы поставить на рынок в зависимости от их цены.

Собираясь заняться бизнесом, предприниматель должен применить свои знания и способности в каком-то определенном деле. Например, предприниматель имеет склонность к кондитерскому делу. Но прежде чем его желание приведет к появлению реальных тортов на прилавках магазинов, ему нужно убедиться, что для этого у него имеются необходимые условия. Возможность производства любого товара связана прежде всего с получением прибыли. Это значит, что, прежде чем начать свой бизнес, предприниматель должен установить, что его затраты будут ниже, чем существующие на рынке цены на товар. Только в этом случае можно рассчитывать на получение прибыли.

Теперь рассмотрим, от чего же зависит величина предложения.

Так же как и величина спроса, она будет определяться величиной цены. Если мы проведем опрос группы продавцов однородной продукции, мы сможем составить **шкалу предложения** (см. табл. 3-3).

Таблица 3-3

Зависимость величины предложения от цены

Цена (P), р.	Количество произведенного продукта (Q_s), шт.
10	2
15	9
20	18
25	25
30	31
35	37
40	40

Таблица 3-3 показывает, что повышение цены сопровождается ростом величины предложения. Например, если цена 10 р. за штуку товара, то величина его предложения составит 2 шт. Повышение цены до 30 р. приведет к тому, что величина предложения вырастет до 31 шт.

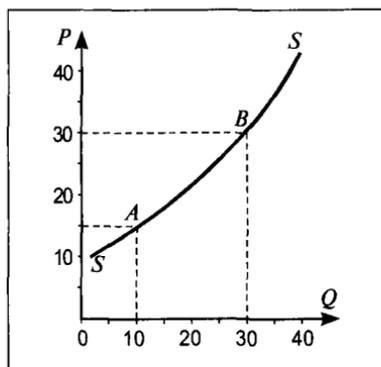
Определяя величину предложения, нужно так же, как и при выявлении величины спроса, фиксировать место и время покупок и продаж товаров, так как в другое время или в каком-либо ином месте тем же значениям цен может соответствовать иной объем предложения. Следовательно,

ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ — то количество товара (услуг), которое продавцы способны и готовы продать по определенной цене в заданном месте и в заданное время.

Зависимость между ценой и объемом предложения можно изобразить графически (см. рис. 3-3).

Рис. 3-3. ▷
Кривая предложения.

Кривая предложения показывает, что рост цены сопровождается ростом величины предложения. Например, точка А показывает, что цене 15 р. соответствует объем предложения 10 шт. товара, цене 30 р. — 30 шт. и т. д. Повышение цены будет сопровождаться движением соответствующей точки вверх, например от точки А до точки В.



Полученная на графике кривая *SS* (от англ. *supply* — предложение) называется **кривой предложения**. Каждая точка этой кривой показывает зависимость между ценой товара и величиной его предложения. При этом кривая предложения имеет, в отличие от кривой спроса, положительный наклон. Положительный наклон свидетельствует, что между величиной предложения и ценой товара существует прямая зависимость, которая характеризует действие закона предложения.

ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ гласит: при прочих равных условиях изменение величины предложения товара или услуги находится в прямой зависимости от изменения цены этого товара (услуги).

Таким образом, согласно закону предложения, с ростом цены товара величина предложения растет, а уменьшение его цены вызовет падение объема предложения. Так, при цене в 10 р. величина предложения составит 2 шт. товара. Если же цена вырастет до 40 р., то объем предложения увеличится до 42 шт. товара, и наоборот.

Чем объясняется действие закона предложения? Чтобы ответить на этот вопрос, т. е. обосновать достоверность закона предложения, мы можем выдвинуть следующие аргументы.

1. Когда цена на товар растет, производители, заинтересованные в увеличении прибыли, начнут расширять свое производство. Кроме того, в отрасль, где растут цены, устремятся и предприниматели из других отраслей, изымая свои капиталы из менее прибыльного дела. Открытие новых предприятий еще больше увеличит объем предложения.

2. Рост объема предложения связан с ростом цены товара еще и потому, что производство каждой дополнительной единицы товара требует **дополнительных затрат**. Следовательно, дополнительная продукция будет производиться, если будет расти цена товара. Расширение производства может продолжаться до тех пор, пока дополнительные затраты не превысят дополнительный доход, полученный от производства еще одной, дополнительной, единицы продукции. Более подробно этот вопрос будет рассмотрен в главе 6.

Факторы, влияющие на предложение

До сих пор речь шла об изменении величины предложения, т. е. того количества товара, которое производители намерены и могут произвести при определенной величине цены этого товара. Это можно проиллюстрировать, двигаясь по кривой предложения SS от точки A к точке B (см. рис. 3-3). Это говорит о том, что величина предложения является прежде всего функцией цены товара:

$$Q_s = f(P).$$

Но в реальной жизни предложение изменяется не только под влиянием изменения цены производимого товара. Существует и ряд факторов, вызывающих рост или уменьшение предложения, которые не связаны с изменением цены данного товара. Рассмотрим их.

1. Цены на ресурсы. Вернемся к нашей шкале предложения. Предположим, что производители теперь покупают для производства своей продукции более дешевое сырье. Поскольку покупка его требует меньше затрат, при прежних ценах на выпускаемые изделия, производители с разным

первоначальным уровнем затрат имеют возможность произвести больше продукции. Это найдет отражение в шкале предложения:

Таблица 3-4

Зависимость величины предложения от цены при снижении затрат на сырье

Цена (P), р.	Количество произведенного товара (Q_s), шт.
10	8
15	20
20	30
25	37
30	41
35	45
40	50

Шкала предложения отразила установленную зависимость: объем предложения увеличивается с ростом цены. Но теперь каждому уровню цены соответствует новый, более высокий объем предложения.

Как на это отреагирует график кривой предложения? Построим новую кривую предложения рядом со старой (см. рис. 3-4).

Новая кривая предложения $S'S'$ расположена правее прежней, что свидетельствует о росте предложения. При уровне цены 10 р. величина предложения составляет теперь 8 шт. то-

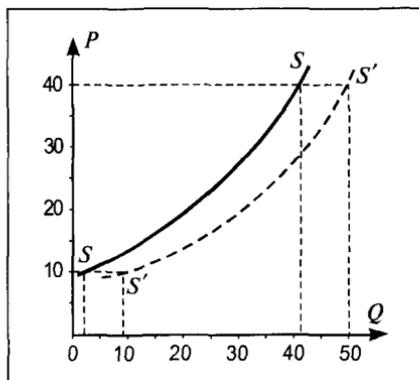


Рис. 3-4. ▷

Сдвиг кривой предложения.

В результате того что затраты фирмы на производство товаров снизились, кривая предложения сместилась вправо. Если сначала она занимала положение SS , то теперь — $S'S'$.

вара, а не 2, как раньше; при цене 40 р. величина предложения составляет 50 шт. товара, тогда как прежде она равнялась 40 шт.

Следовательно, факторы, не связанные с ценой данного товара, вызывают изменение предложения, что приводит к сдвигу кривой предложения вправо, если предложение растёт, или влево, если оно падает.

2. Изменение в технологии производства. Если ручной труд заменить машинами, произойдет увеличение производительности труда и, следовательно, предложение товара вырастет, кривая предложения сдвинется вправо.

3. Налоги и дотации. Производители рассматривают увеличение налогов как рост издержек производства. Чрезмерное увеличение налогов на прибыль приведет к сокращению производства, так как сделает его менее выгодным. Кривая предложения сдвинется влево.

Дотации — это «издержки наоборот». Выплата дотаций часто осуществляется с целью стимулирования производства либо отдельного товара, либо производства в определенных районах страны. Дотации ведут к росту предложения и сдвигу кривой предложения вправо.

4. Цены на другие товары. Часто рост цен на одни товары приводит к изменению предложения других товаров. Так, повышение цен на йогурт переключит производителей с изготовления кефира на производство йогурта, и предложение кефира уменьшится, кривая его предложения сдвинется влево.

5. Ожидания изменения цен. В условиях инфляции ожидание повышения цен по-разному отразится на поведении фирмы в кратковременном и долговременном периодах.

В кратковременном периоде, когда затраты уже произведены, фирма, зная, что ежедневно цены растут, скажем, на 0,5%, постарается попридержать товар на складе хотя бы на 3 дня, зная, что через 3 дня продаст его на 1,5% дороже. Следовательно, в кратковременном периоде предложение сократится, и кривая предложения сдвинется влево.

В долговременном же периоде небольшая инфляция будет стимулировать рост производства, так как повышение цен будет приносить фирмам больше прибыли. Кривая предложения будет сдвигаться вправо.

6. Рост числа производителей. Увеличение количества фирм, производящих однородный товар, ведет к росту предложения и сдвигает кривую предложения вправо.

3.3. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Теперь мы можем рассмотреть спрос и предложение в их единстве, выяснить, как они взаимодействуют, и показать, как в результате этого взаимодействия устанавливаются рыночные цены.

Условия совершенной конкуренции

Предварительно необходимо оговориться, что все наши дальнейшие рассуждения относятся к условиям совершенной конкуренции, при которых большое число продавцов взаимодействует с большим числом покупателей, все они равноправны в своих действиях и никто из них в отдельности не может повлиять на цену, потому что покупает или поставляет на рынок лишь незначительную часть от общего количества продукта.

Какая же цена установится на рынке в результате взаимодействия спроса и предложения? Чтобы ответить на этот вопрос, сведем в единую таблицу шкалу спроса (табл. 3-1) и шкалу предложения (табл. 3-3). Рассмотрим данные таблицы 3-5. В ней представлено семь уровней цены, которым соответствуют семь величин спроса и семь величин предложения.

Таблица 3-5

Спрос, предложение и рыночная цена

Величина предложения, единиц товара	Цена, р.	Величина спроса, единиц товара	Излишек (+) или нехватка (-) товара, единиц
2	10	50	- 48
9	15	42	- 33
18	20	32	- 14
25	25	25	0
31	30	20	+ 11
37	35	15	+ 22
42	40	10	+ 32

При каком из семи обозначенных уровней цен будут продаваться данные товары? Попробуем определить это методом проб и ошибок:

- при цене 15 р. — образуется нехватка 33 единиц товара;
- при цене 20 р. — нехватка уменьшится, но все еще будет составлять 14 единиц товара;
- при цене 35 р. — возникает излишек продукции, равный 22 единицам;
- при цене 30 р. — излишек уменьшится, но все еще составит 11 единиц товара.

И лишь при цене 25 р. не будет ни излишка, ни дефицита. При этой цене количество единиц товара, которое вынесут на рынок продавцы, будет равно тому количеству, которое покупатели желают и могут купить.

Равновесная цена

Таким образом, при цене в 25 р. величина спроса совпадает с величиной предложения, т. е. будет достигнуто равновесие спроса и предложения. Эту цену называют равновесной ценой, т. е. при этой цене решения покупателей о покупке и продавцов о продаже взаимно согласуются.

РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА — цена, при которой количество товара (услуг), предлагаемого продавцами, совпадает с количеством товара (услуг), которое готовы купить покупатели.

На графике равновесная цена соответствует точке **равновесия**, получаемой в результате пересечения кривой спроса с кривой предложения (см. рис. 3-5).

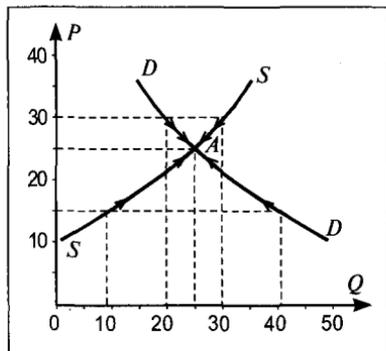
Уравновешивающая функция цены

Способность конкурентных сил спроса и предложения уравнивать цену на уровне, при котором решения о продаже и купле синхронизируются, называется **уравновешивающей функцией цены**.

В условиях совершенной конкуренции излишек и дефицит на рынке — явление временное, быстро устранимое силами рыночной конкуренции.

Рис. 3-5. ▷
Кривые спроса и предложения
пересекались в точке равновесия А.

Этой точке соответствует равновесная цена — 25 р. — и равновесное количество — 25 единиц товара.



Предположим, что производители шли на рынок с намерением продать свой товар по цене 35 р. В этом случае объем предложения составил бы 31 шт. товара, но величина спроса была бы лишь 20 шт. В такой ситуации разворачивается конкуренция между продавцами, каждый из них стремится найти своего покупателя, и те, у кого издержки по производству товара ниже, раньше других пойдут на снижение цены. Те из производителей, у кого затраты высоки, не могут себе позволить продавать продукцию по цене ниже 30 р., они покинут рынок, и величина предложения сократится. В то же время при снизившейся цене появится большее число покупателей, которые смогут купить товар. Величина спроса будет расти. На рисунке 3-5 уменьшение величины предложения и рост величины спроса показаны стрелками, которые движутся по кривым спроса и предложения к точке равновесия А. По мере движения величины спроса и величины предложения к точке А избыток на рынке уменьшается, и наконец в точке А он исчезает совсем, величины спроса и предложения совпадают.

Представим теперь, что покупатели отправляются на рынок, планируя купить товар по цене 15 р. При такой цене объем спроса составит 42 шт. товара, а объем предложения лишь 9 единиц. Возникает дефицит в размере 33 шт. товара. Дефицит создает конкуренцию среди покупателей, и какая-то часть из них, очевидно имеющая большие доходы, согласится приобрести товар по более высокой цене, остальные вынуждены будут покинуть рынок. Это приведет к сокращению величины спроса. Но одновременно рост цены будет увеличивать объем предложения. Нижние стрелки показывают движение

величин спроса и предложения навстречу друг другу, но уже вверх, к точке равновесия *A*. В этой точке дефицит будет окончательно ликвидирован, объем спроса и объем предложения совпадут.

3.4. РЕАКЦИЯ РЫНКА НА ИЗМЕНЕНИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Равновесная цена не может оставаться долгое время неизменной. Те же рыночные силы, которые привели к ее установлению, будут вызывать и ее изменение. Мы уже выяснили, что множество факторов ведет к изменению спроса и предложения, что будет выражаться в сдвиге кривых спроса и предложения, либо только одной из них в ту или другую сторону, либо обеих сразу в одном или противоположных направлениях. Эти движения кривых спроса и предложения неизбежно будут вызывать изменение рыночного равновесия, а значит, и равновесной цены.

Рассмотрим конкретные примеры.

Изменение спроса (предложение остается неизменным) — рис. 3-6.

Спрос возрастает. Кривая спроса сдвигается вправо, это приводит к росту как равновесной цены ($P_1 > P_0$), так и равновесного количества ($Q_1 > Q_0$).

Спрос уменьшается. Кривая спроса сдвигается влево, что ведет к снижению и равновесной цены ($P_2 < P_0$), и равновесного количества ($Q_2 < Q_0$).

Изменение предложения (спрос остается неизменным) рис. 3-7.

Предложение увеличивается. Кривая предложения сдвигается вправо. Это приводит к уменьшению равновесной цены ($P_1 < P_0$), но увеличению равновесного количества ($Q_1 > Q_0$).

Предложение сокращается. Кривая предложения сдвигается влево. Это приводит к росту равновесной цены ($P_2 > P_0$), но уменьшению равновесного количества ($Q_2 < Q_0$).

В рассмотренных случаях сдвигалась только одна кривая — либо спроса, либо предложения, когда вступали в действие либо детерминанты спроса, либо детерминанты предложения. Скажем, в первом примере сдвиг рыночного равновесия мог произойти под действием роста или снижения доходов поку-

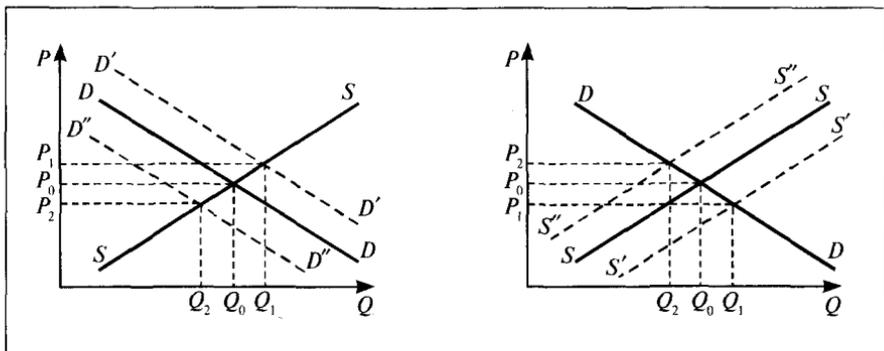


Рис. 3-6. Δ
Изменение спроса (предложение
остается неизменным).

Рис. 3-7. Δ
Изменение предложения (спрос
остается неизменным).

пателей, а во втором примере — за счет увеличения или уменьшения числа производителей.

Но в реальной жизни нередки случаи, когда одновременно действуют факторы, изменяющие и спрос, и предложение. Например, повышение таможенных пошлин может вызвать уменьшение предложения импортных товаров, а рост доходов населения — одновременное увеличение спроса на них.

Рассмотрим случаи одновременного изменения и спроса, и предложения. Здесь возможно несколько вариантов.

1. Спрос и предложение изменяются в одном направлении.

а) *Спрос и предложение увеличиваются одновременно и в равной степени* (рис. 3-8). В этом случае произойдет изменение только равновесного количества в сторону его увеличения ($Q_1 > Q_0$), а равновесная цена останется прежней.

б) *Спрос и предложение сокращаются одновременно и в равной степени* (рис. 3-9). При одновременном сокращении спроса и предложения равновесная цена не изменится, а равновесное количество снизится ($Q_1 < Q_0$).

2. Спрос и предложение изменяются в разных направлениях.

а) *Спрос увеличивается, а предложение сокращается в той же пропорции* (рис. 3-10). Одновременное увеличение спроса и сокращение предложения не изменят равновесного количества, но приведут к росту равновесной цены ($P_1 > P_0$).

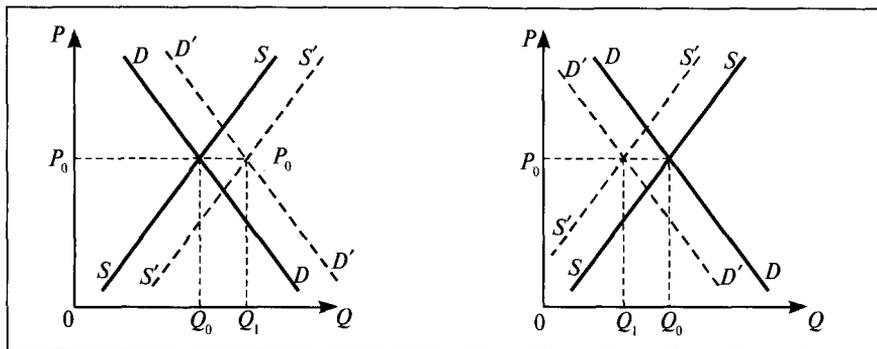


Рис. 3-8. Δ
Спрос и предложение
увеличиваются.

Рис. 3-9. Δ
Спрос и предложение
сокращаются.

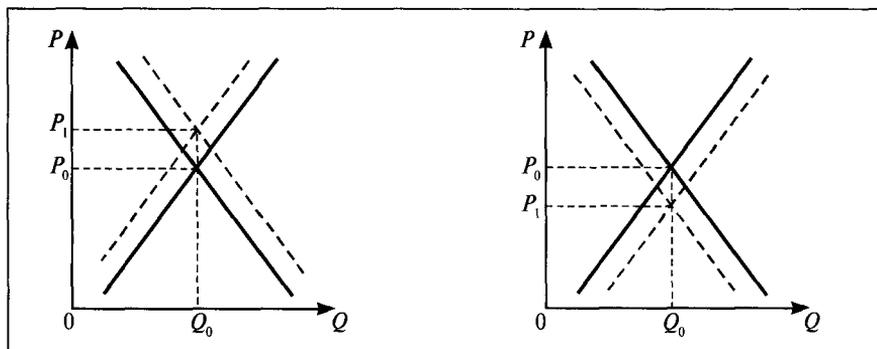


Рис. 3-10. Δ
Спрос увеличивается,
а предложение сокращается.

Рис. 3-11. Δ
Спрос сокращается,
а предложение увеличивается.

б) Спрос сокращается, а предложение увеличивается в той же пропорции (рис. 3-11). В этом случае равновесное количество также не изменится, а равновесная цена снизится ($P_1 < P_0$).

Необходимо учесть и еще одно обстоятельство. Во всех случаях одновременного изменения спроса и предложения мы исходили из того, что эти изменения происходят в одинаковой пропорции, т.е. что предложение и спрос, скажем, увеличиваются в 2 раза или предложение увеличивается, а спрос сокращается в 1,5 раза. Но в реальной жизни такое случается редко. Типичны случаи, когда эти изменения происходят в

неравной степени. Например, спрос вырос в 2 раза, а предложение сократилось в 1,3 раза и т. п.

3.5. ВОЗДЕЙСТВИЕ ВНЕШНИХ СИЛ НА РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ. ДЕФИЦИТ И ИЗБЫТОК

Мы выяснили, что в условиях совершенной конкуренции рынок быстро справляется с проблемой излишка и дефицита. Однако в реальной жизни наличие и того, и другого не такое уж редкое явление. Чем же они вызываются?

Дефицит и избыток существуют там, где силы рыночной конкуренции кем-то подавляются, кто-то мешает их действию. Этим «кем-то» чаще всего могут быть государство и монополии.

Рассмотрим последствия вмешательства государства в рыночный механизм.

«Потолок» цены и товарный дефицит

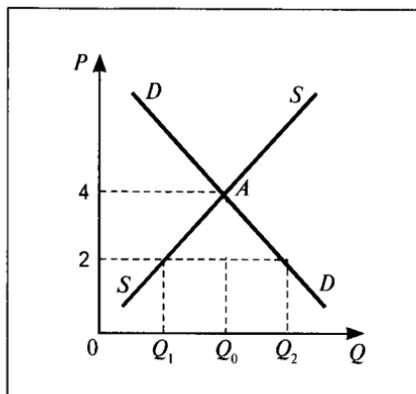
До начала рыночных реформ в нашей стране государство централизованно устанавливало цены на подавляющую часть производимых в стране товаров, в том числе и на продукцию сельского хозяйства. Поскольку уровень производительности труда в сельском хозяйстве СССР был очень низким, а затраты высокими, постольку равновесная цена, определяемая рыночными силами, устанавливалась бы на довольно высоком уровне. Государство, желая сделать сельскохозяйственную продукцию доступной для потребителей с невысокими денежными доходами, устанавливало «потолок» цены. Выше установленного «потолка» цена не могла подняться в государственных магазинах. Скажем, если предположить, что равновесная цена 1 кг говядины установилась бы на рынке в размере 4 р., то государство фиксировало ее на уровне 2 р. и продавать ее дороже в государственных магазинах было нельзя.

К чему это приводило? Обратимся к графику (рис. 3-12).

При уровне цены в 2 р. величина спроса будет измеряться отрезком OQ_2 , а величина предложения — OQ_1 , т. е. объем спроса превысит равновесное количество ($OQ_2 > OQ_0$), а объем предложения будет ниже его ($OQ_1 < OQ_0$). Образуется дефицит в размере Q_1Q_2 .

Рис. 3-12. ▷
«Потолок» цен и образование дефицита.

Установление государственной цены на уровне ниже цены равновесия приводит к образованию дефицита. Если цена равновесия равна 4 р., а государственная цена равна 2 р., то величина дефицита соответствует длине отрезка Q_1Q_2 .



В этой ситуации государство вынуждено либо смириться с тем, что мясо исчезло с прилавков магазинов, за ним постоянно выстраиваются большие очереди и немалая часть населения отправляется за мясом и колбасой в столичные города, куда оно поступает в первую очередь. Возникает спекуляция — неизбежный спутник дефицита. Цены же спекулятивного рынка выше, чем равновесные, так как в издержки теперь войдет оплата риска: незаконная продажа «из-под прилавка» наказуема.

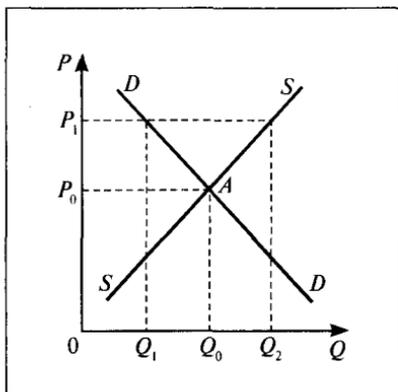
Или в этом случае государство будет вынуждено прибегать к нормированному распределению дефицитных продуктов, продаже их по карточкам. Однако это проблемы не решает, ибо по-прежнему у производителей нет стимулов к расширению производства недостающего товара вследствие навязанных им цен, которые ниже равновесных.

Минимальная цена и излишек товаров

Цены на сельскохозяйственную продукцию регулируют и правительства большинства стран с развитой рыночной экономикой. Но ситуация здесь прямо противоположная. Уровень производства сельскохозяйственной продукции в США, западноевропейских странах таков, что ее хватает не только для того, чтобы накормить население стран-производителей. Значительная часть этой продукции экспортируется. Высокое предложение приводит к установлению довольно низкой равновесной цены. Если бы фермеры продавали свою продукцию

Рис. 3-13. ▷
«Пол» цены и образование
избытка.

Установление минимального уровня цены, который выше цены равновесия, приводит к образованию избытка товаров. Если цена равновесия равна P_0 , а цена, установленная государством, должна быть не ниже, чем P_1 , то возникает излишек, величина которого соответствует отрезку Q_1Q_2 .



по рыночным ценам, то значительная их часть, имея высокие издержки, была бы обречена на разорение, что привело бы к росту безработицы, социальным конфликтам.

Государства развитых стран, не желая допустить разорения большого числа фермерских хозяйств, устанавливают «пол» цены, т. е. фиксируют цену на уровне выше равновесной. К чему это приводит, можно проследить, обратившись к графику (рис. 3-13).

При цене выше равновесной величина предложения составит OQ_2 , а величина спроса — OQ_1 , т. е. объем предложения превысит объем спроса и образуется излишек, величина которого соответствует отрезку Q_1Q_2 .

При таких обстоятельствах государство вынуждено скупать этот излишек продукции у фермеров или выплачивать им дотации за то, что они сокращают объем посевных площадей. И в том, и в другом случае деньги берутся из карманов налогоплательщиков. Поэтому часто разгораются жаркие споры, надо ли проводить политику регулирования цен на сельскохозяйственную продукцию или лучше тратить деньги налогоплательщиков на переквалификацию разоряющихся фермеров и их трудоустройство. Проблема эта выходит за рамки развития только одной отрасли. Поддержание платежеспособности фермеров обеспечивает гарантированный спрос на промышленную продукцию для сельского хозяйства и услуги для села, а следовательно, занятость в смежных отраслях и сохранение социально-политической стабильности в странах.

РЕЗЮМЕ

Спрос выражается зависимостью между количеством товара, который покупатель желает и может приобрести, и ценами на этот товар. Возможность покупки зависит от того, располагает ли покупатель достаточной суммой денег. Величина спроса находится в обратной зависимости от цены: чем выше цена, тем ниже величина спроса.

Изменение величины спроса может быть проиллюстрировано движением по кривой спроса вверх, если цена растет, или вниз, если она снижается. Факторы, не связанные с ценой данного товара, — размеры дохода покупателей, их вкусы и предпочтения, цены на взаимозаменяемые или дополняющие товары, ожидания изменения цен или доходов, изменение числа покупателей — приводят к изменению спроса и перемещают кривую спроса вправо, если спрос растет, или влево, если спрос падает.

Предложение выражается зависимостью между количеством товара, который продавец желает и может продать, и ценами на этот товар. Величина предложения находится в прямой зависимости от величины цены: чем выше цена, тем больше объем предложения.

Изменение величины предложения иллюстрируется движением по точкам кривой предложения: вверх, если цена растет, вниз, если цена падает. Изменение предложения происходит, если действуют факторы, не связанные с ценой данного товара: изменение издержек производства, введение новых технологий, установление или отмена налогов и дотаций, изменение цен на другие товары, близкие к рассматриваемому, ожидание изменения цен, изменение числа производителей. Рост предложения приводит к сдвигу кривой предложения вправо, снижение предложения сдвигает кривую влево.

Взаимодействие спроса и предложения на рынке при совершенной конкуренции ведет к установлению рыночного равновесия, которое позволяет определить равновесную цену и равновесное количество товара. Равновесная цена — это цена, при которой объем предложения совпадает с объемом спроса. Изменение рыночной цены происходит при изменении спроса или предложения либо того и другого одновременно.

Вмешательство внешних сил, каковыми являются государство или монополия, приводит к нарушению рыночного равновесия. Установление государством цены выше равновесной («пол» цены) ведет к возникновению на рынке излишка продукции, который само же государство вынуждено закупать на деньги налогоплательщиков.

Устанавливаемый государством ценовой «потолок» сдерживает рост цены до уровня равновесной и вызывает образование стойкого дефицита, устранить который не под силу государству. Цена ниже равновесной не заинтересовывает производителей расширять производство.

? *Контрольные вопросы и задания*

1. Сформулируйте закон спроса.
2. Что такое эффект дохода?
3. В каком случае мы говорим об изменении величины спроса, а в каком — об изменении спроса?
4. Приведите примеры взаимозаменяемых и дополняющих товаров.
5. Всегда ли рост цен вызывает снижение величины спроса?
6. Сформулируйте закон предложения.
7. Как определяются границы роста объема предложения?
8. В каком случае мы говорим об изменении величины предложения, а в каком — об изменении предложения?
9. В чем состоит уравнивающая функция рыночной цены?
10. Почему в условиях совершенной конкуренции дефицит и избыток носят временный характер?
11. Каковы последствия установления государством «потолка» цен?

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Прочитав эту главу, вы узнаете:

- ✦ почему величина спроса на разные товары изменяется неодинаково при повышении или понижении цен на них в одной и той же степени;
 - ✦ как учитывают это явление предприниматели, когда принимают решение об изменении цен на свои товары;
 - ✦ как измеряется степень реагирования величины спроса на изменение цены товара;
 - ✦ одинаково ли изменится величина предложения товаров, если происходит повышение или понижение цен на них в равной степени, и какое значение при этом имеет фактор времени;
 - ✦ какие факторы, помимо цен, влияют на степень реагирования величины спроса.
-

В предыдущей главе мы установили, что величина спроса на товар находится в обратной зависимости от цены.

Теперь допустим, что произошло повышение цен на два вида продукции. Скажем, цены на молоко и «Пепси-колу» выросли в 2 раза. Означает ли это, что величина спроса на оба эти напитка снизится в равной степени? Ответ на этот вопрос, кроме чисто теоретического интереса, имеет и важное практическое значение. Целесообразно ли фирмам повышать цены на свои товары без учета сокращения величины спроса на них? Предприниматели должны учесть, что повышение цены может привести к столь резкому падению объема спроса на их товары, что общая выручка от продажи товаров уменьшится. Это имеет практическое значение и для государства: уменьшение дохода от продажи товара приведет к снижению налоговых поступле-

ний в бюджет. Рассмотрение этих и других, связанных с ними, проблем и является предметом данной главы.

4.1. ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ДОХОД ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Ценовая эластичность спроса

В экономической теории мера реакции одной величины на изменение другой называется эластичностью.

Мера реакции величины спроса на данный товар или услугу, вызванной изменением цены этого товара или услуги, называется **ЦЕНОВОЙ ЭЛАСТИЧНОСТЬЮ СПРОСА** или **ЭЛАСТИЧНОСТЬЮ СПРОСА ПО ЦЕНЕ**.

Ценовая эластичность спроса показывает, на сколько изменится в процентном отношении величина спроса на тот или иной товар при изменении его цены на 1%.

Спрос эластичен, если при изменении цены товара на 1% величина спроса на него изменится более чем на 1%. Например, если при подорожании велосипедов на 10% величина спроса на них упадет на 15% или при снижении цены на 25% величина спроса повысится на 40%, говорят, что спрос на этот товар окажется эластичным по цене.

Спрос неэластичен, если при изменении цены товара на 1% величина спроса на него изменится менее чем на 1%. Например, если все сорта растительного масла подорожают на 49%, а объем спроса снизится только на 19%, можно будет сделать вывод, что спрос на растительное масло неэластичен по цене.

Информация об эластичности или неэластичности спроса на товар очень важна для предпринимателей, целью которых является увеличение дохода, или выручки от продажи товара, которую можно подсчитать, умножив цену одной единицы товара на количество реализованных товаров:

$$Y = P \times Q, \quad (4.1)$$

где Y — доход, или выручка от продажи товаров; P — цена единицы товара; Q — количество проданного товара.

Если спрос на товар эластичен, как в рассмотренном случае с велосипедами, то можно составить следующую схему:

если $P \uparrow$, то $Q \downarrow$ в большей степени, чем растет цена, или

если $P \downarrow$, то $Q \uparrow$ в большей степени, чем падает цена (стрелки показывают соответственно рост (\uparrow) или снижение (\downarrow)).

В случае же, когда спрос неэластичен, например спрос на все сорта растительного масла, то

если $P \downarrow$, то $Q \uparrow$ в меньшей степени, чем снижается цена, или

если $P \uparrow$, то $Q \downarrow$ в меньшей степени, чем растет цена.

Следовательно, производители велосипедов для увеличения доходов должны снизить цены на них, а производители растительного масла, наоборот, повысить.

Проиллюстрируем эластичность спроса по цене с помощью кривых спроса. Рисунок 4-1 показывает, что в результате снижения цены на $1/3$ — с 6 р. до 4 р. — объем спроса вырос в 2 раза — с 3 единиц товара до 6 единиц, что привело к росту дохода с 18 до 24 р. Следовательно, спрос на данный товар оказался эластичным.

На рис. 4-2 мы имеем пример неэластичного спроса, так как снижение цены в 2 раза привело к незначительному увеличению спроса — всего на $1/3$, поэтому общий доход производителей уменьшился с 18 до 12 р.

Рис. 4-1. ▷
График кривой спроса, когда спрос эластичен.

График показывает, что при цене 6 р. объем спроса равен 3 единицам товара. Когда цена снизилась до 4 р., объем спроса вырос до 6 единиц. Площадь прямоугольника $P_1D_1Q_1O$ показывает величину дохода, когда цена равна 6 р., а площадь прямоугольника $P_2D_2Q_2O$ — доход, когда цена равна 4 р. В первом случае площадь прямоугольника меньше, чем во втором.

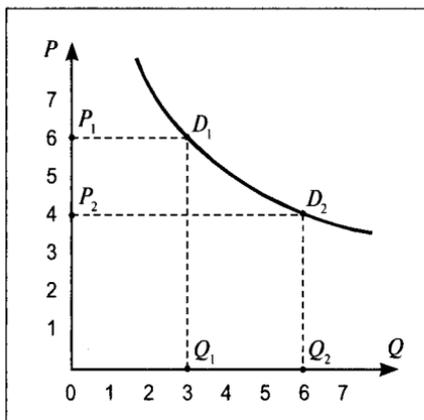
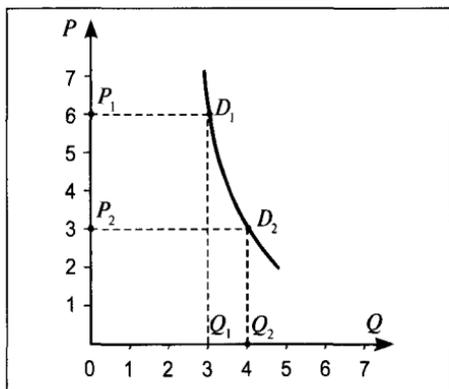


Рис. 4-2. ▷
График кривой спроса, когда спрос неэластичен.

Снижение цены с 6 р. до 3 р. привело к тому, что объем спроса вырос с 3 до 4 единиц товара. Снижение цены привело к падению дохода от продажи товара, т. е. площадь $P_1D_1Q_1O > P_2D_2Q_2O$.



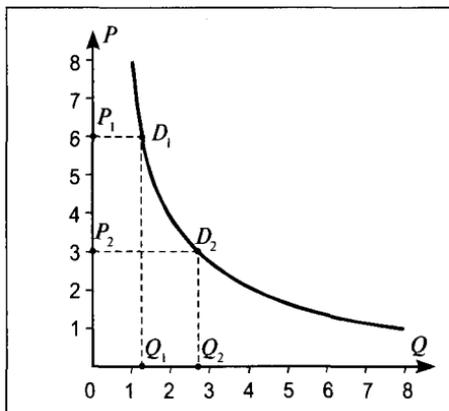
Особый случай представляет собой **единичная эластичность спроса**. Она предполагает, что повышение цены товара на 1% ведет к тому, что величина спроса на него снижается на 1%. Следовательно, единичная эластичность подразумевает, что любое изменение цены товара или услуги сопровождается обратно пропорциональным изменением величины спроса на данный товар (услугу). Таким образом, при единичной эластичности $PQ = Y_k$, где Y_k — константа (неизменяющийся доход), а функциональная зависимость величины спроса от цены может быть представлена в виде:

$$Q = \frac{Y_k}{P}. \quad (4.2)$$

Кривая спроса при единичной эластичности представляет собой гиперболу (см. рис. 4-3).

Рис. 4-3. ▷
График кривой спроса при единичной эластичности.

График показывает, что понижение цены в 2 раза ведет к увеличению объема спроса в 2 раза. Площади прямоугольников $P_1D_1Q_1O$ и $P_2D_2Q_2O$ равны, т. е. выручка от продажи товаров остается неизменной при любой цене.



Сведем выводы, сделанные нами на основании анализа рисунков, в таблицу (см. табл. 4-1). Она дает основание сделать вывод о том, что когда цены и доход изменяются в противоположных направлениях, следует говорить об эластичном относительно цены спросе. Если же доход и цены изменяются в одном направлении, спрос относительно цены неэластичен. В случае когда изменение дохода не происходит при изменении цен, мы имеем дело со спросом, характеризующимся единичной эластичностью.

Таблица 4-1

Зависимость изменения цен и дохода от типа эластичности

Тип эластичности	Изменение цены	Изменение дохода	Взаимное изменение цен и доходов
Спрос эластичный	Рост Снижение	Снижение Рост	Противоположное
Спрос неэластичный	Рост Снижение	Рост Снижение	Одинаковое
Единичная эластичность спроса	Рост Снижение	Без изменения	Изменение цены не влияет на доход

Существует два крайних случая эластичности, когда кривая ведет себя вопреки действию закона спроса (обратной зависимости величины спроса от цены). Эти случаи на практике встречаются редко.

Совершенно эластичный спрос

В первом случае имеет место **совершенно эластичный спрос**. При совершенно эластичном спросе при данной установившейся цене можно продать определенное количество товара в каком-то диапазоне спроса (например, от 0 до Q_n). В этом диапазоне потребители готовы покупать любое количество товара по цене P_1 . Но они откажутся покупать товар, если цена будет выше P_1 .

В качестве примера можно рассмотреть рынок сельскохозяйственной продукции, на котором много продавцов и покупателей и каждый продает и покупает небольшую долю однородной продукции. Допустим, на этом рынке продается пшеница. По установившейся рыночной цене предлагается к

продаже большое количество пшеницы. Но стоит кому-то из продавцов лишь незначительно повысить цену, как объем его продаж сведется к нулю, так как все покупатели станут приобретать такую же по качеству пшеницу у его конкурентов по установившейся цене. Поэтому спрос на пшеницу отдельного продавца будет совершенно эластичен.

Совершенно неэластичный спрос

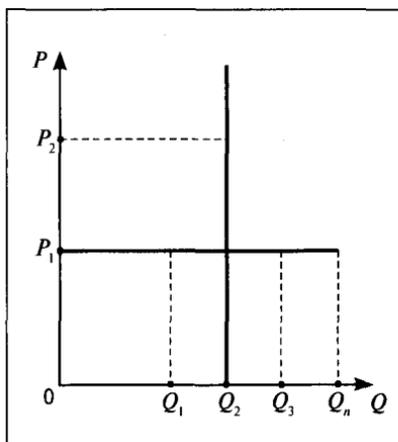
Другой крайний случай характеризует противоположную ситуацию — **совершенно неэластичный спрос**. Совершенно неэластичный спрос означает, что объем спроса на товар остается неизменным при любой цене, т. е. объем спроса не реагирует на изменение цены в любом направлении.

Такое возможно, когда потребитель не может отказаться от покупки определенного количества какого-то товара. Например, для больных сахарным диабетом жизненно необходимы ежедневные инъекции инсулина, без них больные могут погибнуть. Поэтому они вынуждены покупать лекарство по любой цене. То же самое делают люди, страдающие пристрастием к наркотикам. Они могут пойти на тяжкие преступления, чтобы достать денег для приобретения нужной им дозы наркотика. В рассмотренных примерах кривая спроса будет стремиться к вертикальной линии, идущей параллельно оси цен (см. рис. 4-4).

Рис. 4-4. ▽

Графики совершенно эластичного и совершенно неэластичного спроса.

График совершенно эластичного спроса представляет собой прямую линию, параллельную оси абсцисс. Он показывает, что по цене, равной P_1 , может быть продано продукции, объем которой равен Q_1 , Q_2 и т. д. График совершенно неэластичного спроса представляет собой линию, параллельную оси ординат. Повышение цены от уровня P_1 до P_2 и т. д. не влияет на количество продукции, удовлетворяющее спрос на данный товар. При любых значениях P оно остается равным Q_2 .



4.1. Ценовая эластичность спроса.

Эластичность спроса и доход производителей

До сих пор, говоря об эластичности спроса, мы констатировали лишь сам факт эластичности или неэластичности спроса на тот или иной товар. Но на практике часто необходимо достаточно точно знать, чему равна степень ценовой эластичности спроса, более того — уметь ее измерить. Для этого необходимо подсчитать процентное изменение величины спроса и соотнести его с процентным изменением цены:

$$E_{pd} = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}, \quad (4.3)$$

где E_{pd} — коэффициент ценовой эластичности спроса; ΔQ — прирост величины спроса; ΔP — прирост цены.

Приведенная формула показывает, что коэффициент эластичности зависит не только от соотношения приростов цены и объема спроса, но и от фактического значения P и Q . Следовательно, коэффициент ценовой эластичности будет различным для разных точек кривой спроса.

В этой связи возникает вопрос: какой объем спроса и какой уровень цен использовать при расчетах — начальный, до изменения, или конечный, после изменения коэффициента эластичности? Для того чтобы ответить на поставленный вопрос, рассмотрим конкретный пример.

Предположим, что небольшая семья занимается производством мороженого и продает его по рыночным ценам вблизи школы. Предположим далее, что при цене 10 р. не будет куплено ни одной порции мороженого. Если цена начнет снижаться, то число желающих полакомиться мороженым будет расти. Производителям важно выработать правильную ценовую стратегию. Гипотетические данные о реагировании количества проданного мороженого на изменение цены, рассчитанная на их основе выручка от продажи и коэффициент эластичности сведем в таблицу (см. табл. 4-2).

Прежде всего посмотрим, как изменяется доход (выручка от продажи) по мере снижения цены. Мы видим, что первоначальное снижение цены с 10 до 5 р. вызывает рост дохода от 0 до 250 р. Используя табл. 4-2, можно сделать вывод, что на

Расчет коэффициента эластичности

Количество проданных порций	Цена одной порции, (P) р.	Выручка от продажи, (Y) р.	Коэффициент эластичности (E_{pd})
0	10	0	—
10	9	90	19
20	8	160	5,7
30	7	210	3
40	6	240	1,8
50	5	250	1,2
60	4	240	0,8
70	3	210	0,5
80	2	160	0,3
90	1	90	0,2

этом интервале спрос на мороженое оказывается эластичным (цена и доход изменяются в противоположных направлениях). Однако дальнейшее уменьшение цены до 4 р., 3 р. и т. д. до 1 р. вызовет снижение дохода до 240 р., 210 р., 160 р. и 90 р. Таким образом, мы вправе сделать вывод, что спрос будет неэластичным после того, как снижение цены не перекроется более существенным повышением объема спроса. Как эту закономерность отразит коэффициент эластичности?

При его подсчете возникает проблема измерения того, как изменяется величина спроса. Рассмотрим, к примеру, интервал роста объема спроса с 10 до 20 порций. Если мы будем ориентироваться на первоначальный уровень спроса, то его прирост составит $\frac{20-10}{10} \times 100\% = 100\%$. Если же мы будем подсчитывать изменение объема спроса, двигаясь назад, с 20 до 10 порций, и при этом также относить абсолютный прирост к первоначальному значению величины спроса, мы получим другое значение: $\frac{10-20}{20} \times 100\% = -50\%$. Чтобы избежать подобных сложностей при расчете коэффициента эластичности, используется средняя точка выбранного интервала. В на-

шем примере это будет $\frac{10+20}{2} = 15$. Поэтому формула (4.3) примет вид:

$$\begin{aligned} E_{pd} &= \frac{\Delta Q}{\bar{Q}} : \frac{\Delta P}{\bar{P}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{\bar{P}}{\bar{Q}} = \\ &= \frac{\frac{P_1 + P_2}{2}}{\frac{Q_1 + Q_2}{2}} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P} = \frac{(P_1 + P_2) \cdot \Delta Q}{(Q_1 + Q_2) \cdot \Delta P}, \end{aligned} \quad (4.4)$$

где ΔQ — прирост объема спроса; Q_1 — первоначальный объем спроса в выбранном интервале; Q_2 — конечный объем спроса в выбранном интервале; ΔP — прирост цены; P_1 — первоначальная цена в выбранном интервале; P_2 — конечная цена в выбранном интервале.

Рассчитаем на основе формулы (4.3) коэффициент эластичности спроса для выбранного интервала:

$$E_{pd} = \frac{10}{-1} \cdot \frac{9+8}{20+10} = -5,6(6).$$

При этом минус, полученный в итоге (поскольку цена и объем находятся в обратной зависимости), не имеет значения, так как берется только абсолютная величина коэффициента эластичности — $|E_{pd}|$, т. е. его величина по модулю.

Рассчитаем оставшиеся значения коэффициента эластичности. Полученный результат позволяет сделать вывод о том, что если $E_{pd} > 1$, то спрос на товар эластичен по цене. При $E_{pd} < 1$ спрос неэластичен.

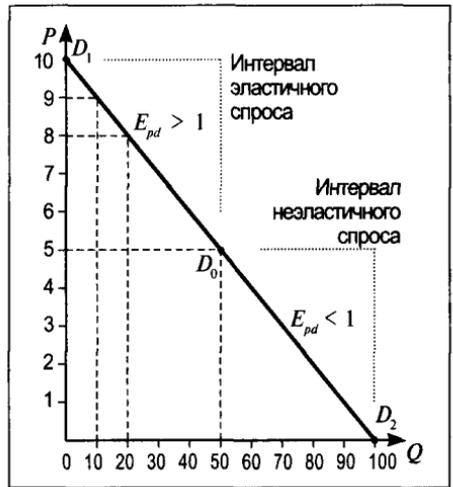
Построим на основе данных таблицы 4-2 кривую спроса (см. рис. 4-5).

Рисунок показывает, что в верхней части кривой спроса цена относительно высока, и поэтому каждый рубль ее прироста предполагает, что процентное ее изменение незначительно. Объем же спроса, наоборот, мал, поэтому соответствующее его процентное изменение значительно. Следовательно, в верхней части кривой спроса последний оказывается эластичным.

Напротив, в нижней части кривой при малых абсолютных величинах цен процентное их изменение оказывается значительным, в то время как большие объемы спроса дают незначительное их процентное изменение, поэтому в нижней части кривой спрос неэластичен.

Рис. 4-5. ▾
Эластичность в различных точках кривой спроса.

Отрезок D_1D_0 на графике кривой спроса представляет собой интервал эластичного спроса. Коэффициент эластичности в этом интервале больше 1. Отрезок D_0D_2 является интервалом неэластичного спроса, на котором коэффициент эластичности меньше 1. В точке D_0 эластичность является единичной.



В середине кривой процентное изменение объема спроса равноценно процентному изменению цены, поэтому здесь мы имеем дело с единичной эластичностью спроса по цене.

Какой совет вы сможете дать производителям мороженого, опираясь на данные таблицы и графика, относительно их ценовой политики?

4.2. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЦЕНОВУЮ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

Почему спрос на одни товары эластичен, а на другие неэластичен? Объясняется это действием целого ряда факторов.

1. Наличие заменителей. Чем больше у товара заменителей, тем более эластичным оказывается спрос на него. Например, если подорожают все сорта стиральных порошков, то хозяйственное мыло станет *относительно* дешевле и хозяйки станут покупать больше мыла и меньше порошка. Спрос на стиральный порошок окажется эластичным.

Еще более эластичным спрос окажется в том случае, если цена будет изменяться на какой-то определенный, конкретный сорт порошка. Например, если порошок «Тайд» подорожает, а цены на «Ариэль», «ОМО», «Новый лоск» и другие не изменятся, подавляющее большинство хозяек предпочтут

«Тайду» другие сорта, которые теперь окажутся дешевле. Величина спроса на «Тайд» резко снизится.

Если же заменителей товару нет, спрос на него будет неэластичным. Сколько бы ни дорожал проезд в метро, число поездок почти не сократится, так как подавляющее число жителей Москвы, Петербурга и других городов, где существует метрополитен, не может приобрести себе автомобиль или ходить на работу пешком, а наземные виды общественного транспорта во многих случаях не смогут служить равноценной заменой метро из-за несоответствия их маршрутов потребностям пассажиров и низкой скорости. Поэтому спрос на услуги метро неэластичен по цене.

2. Степень необходимости данного товара для потребителя.

Чем более необходим товар, тем ниже степень эластичности спроса на него. Скажем, бензин для автомобилистов является товаром первой необходимости. Если цена на бензин повысится, владельцы автомобилей не смогут отказаться от его покупки, некоторые из них ограничат эксплуатацию своего автомобиля, но это приведет лишь к незначительному сокращению покупок бензина, и ничтожно малое число владельцев машин решатся продать автомобиль. Поэтому спрос на бензин неэластичен.

С другой стороны, существует ряд товаров, относящихся для рядового покупателя к разряду предметов роскоши: изделия из драгоценных металлов, дорогие импортные гарнитуры мебели, меха и т. п. Для людей со средними доходами спрос на эти товары будет эластичным относительно цены. Но для людей с высокими доходами подобные товары являются предметами престижа, и случается так, что при повышении их цены объем спроса не только не сокращается, но и может возрасти.

3. Степень эластичности спроса на товар зависит и от того, какую долю в бюджете потребителя составляют расходы, связанные с покупкой этого товара.

Мыло, зубная щетка и зубная паста сравнительно недороги, расходы, связанные с покупкой этих предметов, составляют незначительную долю в доходах среднего россиянина, поэтому повышение цен на них не отразится существенным образом на бюджете его семьи. Следовательно, спрос на эти товары неэластичен.

С другой стороны, стоимость автомобиля, мебели достаточно высока, доля ее в бюджете потребителя значительна, поэтому спрос на эти товары эластичен по цене.

4. Фактор времени также оказывает влияние на эластичность спроса. Как правило, спрос более эластичен в долгосрочном периоде, так как люди постепенно находят заменители подорожавшему товару, а порой и меняют свои привычки и пристрастия в потреблении. Так, при значительном увеличении арендной платы за жилье в краткосрочном периоде объем спроса не изменится, но постепенно определенная часть людей подыщет себе более скромное жилье, меньшего размера. Например, в США ценовая эластичность спроса на жилье в краткосрочном периоде составляет 0,3, т. е. спрос неэластичен, но в долгосрочном периоде он становится эластичным, коэффициент составляет уже 1,88.

4.3. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ. ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ

Анализ эластичности спроса включает не только рассмотрение того, как влияет на него цена. Необходимо также учесть, что эластичность спроса зависит и от некоторых других факторов, среди которых наиболее существенное значение имеет доход потребителей.

Эластичность спроса по доходу

Мера реакции величины спроса на товар или услугу, вызванной изменением величины дохода покупателя, называется **ЭЛАСТИЧНОСТЬЮ СПРОСА ПО ДОХОДУ**.

Эластичность спроса по доходу измеряется как отношение процентного изменения объема спроса на товар к процентному изменению доходов потребителей. Ее можно рассчитать по следующей формуле:

$$E_{yd} = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot \frac{\Delta Y}{\bar{Y}} = \frac{\Delta Q \cdot \bar{Y}}{\Delta Y \cdot Q} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \cdot \frac{Y_1 + Y_2}{Q_1 + Q_2} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \cdot \frac{Y_1 + Y_2}{Q_1 + Q_2}, \quad (4.5)$$

где E_{yd} — коэффициент эластичности спроса по доходу; Y_1 — первоначальная величина дохода; Y_2 — конечная величина дохода.

Расчет коэффициента эластичности спроса по доходу дает нам возможность отделить в потреблении «низшие» товары от «нормальных» товаров. Отличие коэффициента эластичности спроса по доходу от коэффициента эластичности спроса по цене состоит, в частности, в том, что абсолютное значение коэффициента эластичности здесь играет меньшую роль, чем при определении эластичности спроса по цене. Зато большее значение приобретает положительная или отрицательная реакция на изменение дохода. Поэтому знак «+» или «—» должен учитываться и величина коэффициента не должна оцениваться только по модулю. Объясняется это тем, что если мы имеем дело с «нормальными» товарами, такими, как качественная одежда, обувь, товары длительного пользования, ценные продукты, то рост доходов ведет к увеличению спроса на них, а значит, прямая зависимость объема спроса и доходов найдет отражение в положительном значении коэффициента эластичности. Таким образом, для «нормальных» товаров $E_{py} > 0$.

Если же речь идет о «низших» товарах, таких, как хлеб, крупы, макароны, «сэконд хэнд», рост доходов вызовет снижение объема спроса на них. Обратная зависимость спроса и доходов в этом случае найдет отражение в отрицательном значении коэффициента эластичности спроса по доходу, т. е. для «низших» товаров $E_1 < 0$.

Если эластичность спроса по доходу близка к нулю, то мы имеем дело с товарами первой необходимости, потребление которых нечувствительно к изменению дохода. Таковыми являются, например, предметы туалета (коэффициент эластичности 0,25), услуги врачей (0,28), частные дома в развитых странах (0,07).

Перекрестная эластичность спроса

Для определения степени влияния на величину спроса на данный товар изменения цены другого товара используют понятие перекрестной эластичности спроса.

ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА — это мера реакции величины спроса на данный товар или услугу, которая вызвана изменением цены другого товара или услуги.

Коэффициент перекрестной эластичности — это отношение процентного изменения спроса на товар A к процентному изменению цены товара B :

$$E_{AB} = \frac{\Delta Q_A}{Q_A} \cdot \frac{\Delta P_B}{P_B}, \quad (4.6)$$

где E_{AB} — перекрестная эластичность спроса; Q_A — объем спроса на товар A ; P_B — цена товара B .

Коэффициент перекрестной эластичности спроса может быть меньше нуля, больше нуля и равен нулю.

Если $E_{AB} > 0$, то мы имеем дело с взаимозаменяемыми товарами. Например, рост цены на апельсины вызовет увеличение объема спроса на мандарины, поскольку в этом случае они оказываются сравнительно более дешевыми. И наоборот, снижение цены на апельсины приведет к уменьшению спроса на мандарины, ибо относительно дешевле станут апельсины.

Если $E_{AB} < 0$, речь идет о товарах, дополняющих друг друга. Если подешевели теннисные ракетки, то это приведет к росту объема спроса на них и на теннисные мячи. А удорожание фотоаппаратов вызовет падение объема спроса на фото-пленку.

Если же $E_{AB} = 0$, то товары A и B нейтральны, никак не связаны между собой. Скажем, если снизилась цена на шоколад, это никак не отразится на спросе на услуги окулистов.

4.4. ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Если ценовая эластичность спроса — это реакция покупателей на изменение цены, то ценовая эластичность предложения — это реакция на изменение цены со стороны производителей. В предыдущей главе мы выяснили, что между ценой и объемом предложения существует прямая зависимость. Эластичность предложения позволяет определить степень реагирования производителей различной продукции на изменение цены.

ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ показывает, на сколько изменится в процентном отношении величина предложения при изменении цены товара (услуги) на 1%.

Предложение эластично, если при изменении цены на 1% его объем изменится более чем 1%.

Например, если при повышении цены на мороженое на 10% величина предложения его вырастет на 15% или, наоборот, при снижении цены на него на 20% объем предложения сократится на 27%, следует заключить, что предложение мороженого эластично по цене.

Предложение неэластично, если при изменении цены товара на 1% объем его предложения изменится менее чем на 1%.

Например, если цена на нефть вырастет на 40%, а объем предложения увеличится на 32%, или при снижении цены на 30% объем поставок уменьшится на 27%, это свидетельствует, что предложение нефти неэластично.

Коэффициент ценовой эластичности предложения рассчитывается аналогично тому, как рассчитывается коэффициент эластичности спроса по цене:

$$E_{ps} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P_1 + P_2}{Q_1 + Q_2}, \quad (4.7)$$

где E_{ps} — коэффициент ценовой эластичности предложения; ΔQ — изменение объема предложения; ΔP — изменение цены.

Например, при изменении цены на тюльпаны с 0,7 до 1,2 гульденов за штуку величина их предложения увеличилась с 200 тысяч шт. до 280 тысяч шт. Эластично или неэластично по цене предложение тюльпанов?

Рассчитаем коэффициент эластичности:

$$E_{ps} = \frac{80 \times 1,9}{480 \times 0,5} = \frac{3,8}{6} = 0,63.$$

Предложение тюльпанов неэластично по цене.

Рассчитывая коэффициент ценовой эластичности предложения, обратите внимание на то, что он всегда имеет положительный знак, так как между ценой и величиной предложения всегда существует прямая зависимость. По этой же причине цена и объем выручки изменяются в одном и том же направлении.

От чего же зависит степень реагирования величины предложения на цену?

Прежде всего, основную роль здесь играет фактор времени. Если при изменении цены спрос может отреагировать мгновенно, то в случае с предложением мгновенная реакция, как правило, исключается. Дело в том, что для изменения предложения необходимо осуществить ряд преобразований в производстве. Одни из них могут быть проведены быстро, а для других нужны месяцы или даже годы.

В связи с этим при анализе эластичности предложения выделяют три временных периода: краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный.

Эластичность предложения в краткосрочном периоде

Представьте себе, что из ближайшего агрообъединения привезли на рынок 6 тонн зрелых томатов. Поскольку томаты — продукт скоропортящийся, продавец заинтересован продать их как можно быстрее. Допустим, что рыночная конъюнктура сложилась в пользу поставщика: объем спроса на томаты высок, что при неизменном объеме предложения вызвало рост цен. Но в краткосрочном периоде продавцы не в состоянии отреагировать на выросшие цены увеличением объема предложения, и, располагая в данный момент шестью тоннами томатов, они не смогут продать ни на один килограмм больше. Предложение в краткосрочном периоде окажется совершенно неэластичным по цене. Эту ситуацию можно проиллюстрировать с помощью графика (см. рис. 4-6).

Рис. 4-6. ▷
Предложение в краткосрочном периоде.

График предложения представляет собой линию, параллельную оси ординат. Несмотря на повышение цены с P_1 до P_2 и выше, предложение, будучи абсолютно неэластичным в краткосрочном периоде, остается равным величине Q_s .

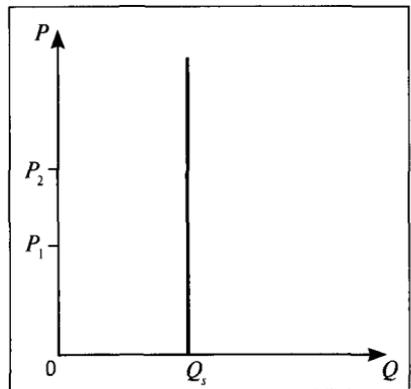


Рис. 4-7. ▷
Предложение в среднесрочном периоде.

График предложения теперь представлен кривой SS . Это означает, что смещение кривой спроса с положения D_1D_1 до D_2D_2 и повышение цены с P_1 до P_2 увеличат объем предложения с Q_1 до Q_2 . Но отрезок Q_1Q_2 меньше, чем отрезок P_1P_2 .

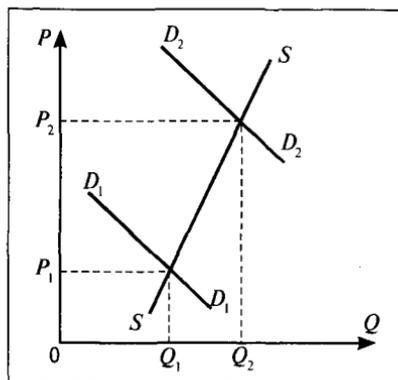


Рисунок показывает, что как бы ни изменялась цена, объем предложения остается постоянным. Поэтому он представляет собой линию, которая проходит перпендикулярно оси абсцисс.

Эластичность предложения в среднесрочном периоде

Теперь предположим, что уже на следующий день продавцы смогут хотя и незначительно, но отреагировать на возросший спрос. Например, позвонят на агрокомбинат и попросят привлечь дополнительных людей к уборке урожая, с тем, чтобы как можно скорее привезти на рынок еще 9 тонн томатов. Эти новые условия поставки товара на рынок можно представить в виде графика (см. рис. 4-7).

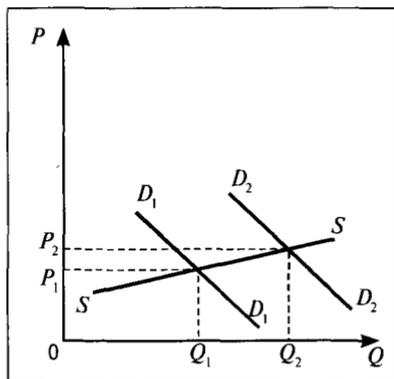
В среднесрочном периоде кривая предложения имеет некоторый наклон, что отражает известную реакцию объема предложения на изменение цены. Теперь повышение цены от P_1 до P_2 привело к тому, что $Q_2 > Q_1$, но степень увеличения объема предложения меньше степени роста цены: отрезок Q_2Q_1 меньше отрезка P_1P_2 — предложение все еще неэластично.

Эластичность предложения в долгосрочном периоде

Теперь допустим, что у производителей и поставщиков товара есть уверенность, что спрос и в будущем останется

Рис. 4-8. ▷
Предложение в долгосрочном периоде.

График предложения в долгосрочном периоде представлен кривой SS . Смещение кривой спроса с положения D_1, D_1 до D_2, D_2 и повышение цены с P_1 до P_2 увеличат объем предложения в большей степени, чем вырастет цена. Отрезок Q_1, Q_2 больше, чем отрезок P_1, P_2 .



высоким и будет расти. Но теперь они имеют возможность в течение года приспособиться к новому объему спроса и изменению цен. Например, производители томатов увеличат на будущий год площади земель, занятых под посадку томатов, используют более урожайные их сорта и т.д. Это найдет отражение в новом положении кривой предложения (см. рис. 4-8).

Рисунок демонстрирует кривую эластичного предложения, т.е. степень изменения объема предложения в долгосрочном периоде выше, чем величины цены: отрезок Q_2, Q_1 больше отрезка P_1, P_2 .

Приведенные примеры показали, что эластичность предложения растет по мере увеличения рассматриваемого периода времени.

С учетом значения временного фактора при анализе степени ценовой эластичности предложения можно выделить и еще ряд факторов, объясняющих различную степень эластичности предложения в том или ином случае.

1. Наличие или отсутствие резервов производства. Если производственные мощности загружены не полностью, а часть рабочих работает неполный рабочий день, у предприятия есть возможность достаточно быстро отреагировать на повышение цен на производимую им продукцию. В краткосрочном периоде предложение в этом случае будет эластичным. Если же неиспользуемые мощности и трудовые ресурсы отсутствуют, то понадобится много времени для того, чтобы построить

новые или расширить действующие участки производства, оснастить их дополнительным оборудованием, подготовить дополнительную рабочую силу. В этом случае предложение в краткосрочном периоде будет неэластичным.

2. На степень эластичности предложения большое влияние оказывают **характер и тип производимого товара или услуги**. Например, возможность значительного увеличения предложения натурального каучука связана с длительным периодом выращивания каучуконосных деревьев, поэтому предложение каучука не может быть эластичным на протяжении довольно долгого периода времени. Та же особенность характерна и при возрастании объема спроса и цены на услуги архитекторов в условиях строительного бума. Для подготовки хорошего специалиста в этой области понадобится несколько лет, в течение которых предложение данной услуги будет неэластично относительно цены.

В то же время предложение товаров, объем производства которых может быть увеличен на уже существующих мощностях при сокращении производства на них менее выгодных изделий, будет эластично. Например, на имеющихся полиграфических мощностях можно быстро наладить производство красочной обертки или упаковки для многих товаров, что повысит конкурентоспособность упакованных в них товаров. Но это может произойти в ущерб производству, например, школьных учебников, для оплаты производства которых у государства может нехватать нужного количества средств. Предложение упаковки будет эластично.

3. Предложение товаров эластично в том случае, когда фирма имеет возможность хранить **значительное количество запасов** готовой продукции. В этом случае фирма сможет быстро реагировать на растущий спрос и повышение цены не только за счет производства новых изделий, но и за счет имеющихся запасов. Если же цены снижаются, то величина предложения может быть быстро и значительно сокращена за счет увеличения запасов готовой продукции. Но в этом случае необходимо, чтобы это позволил характер продукции (например, хранение хлеба недопустимо, так как он зачерствеет). Кроме того, издержки хранения готовой продукции должны быть сравнительно невелики.

4.5. ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ЭЛАСТИЧНОСТИ

Эластичность спроса и поведение фирм

Ранее уже отмечалось, что знание теории эластичности необходимо прежде всего представителям маркетинговых служб фирм. Оно дает возможность построить ценовую стратегию, принять верное решение относительно того, снижать или повышать цены, если целью фирмы является увеличение дохода.

Теперь мы можем уточнить, что менеджер фирмы должен уметь учесть, что эластичность спроса на продукцию фирмы и эластичность рыночного спроса не совпадают. Эластичность спроса на продукцию фирмы, как правило, выше, чем эластичность рыночного спроса на данный вид продукции в целом. Это объясняется наличием у покупателя выбора на рынке между различными видами схожего товара.

Например, если эластичность рыночного спроса на стиральные порошки составляет 0,7, то это не означает, что такова же эластичность спроса на порошок марки «ОМО». Конкуренция может повысить коэффициент эластичности спроса на порошок какой-либо фирмы, и не исключено, что в данном конкретном случае он окажется больше единицы. А как уже было установлено, политика ценообразования в первом (при $E_{pd} = 0,7$) и во втором (при $E_{pd} > 1$) случаях должна быть противоположной.

Теория эластичности и налоговая политика государства

Другое применение теории эластичности находит при определении налоговой политики государства.

Одним из важнейших источников доходов государственного бюджета являются косвенные налоги, которые включаются в цену производимого товара и которые ведут поэтому к повышению цены этого товара. После его продажи сумма денег, соответствующая сумме налога, поступает в бюджет и может использоваться для различных целей, например для поддержания малоимущих, развития социальной сферы, финансирования отраслей народного хозяйства и т. д.

Разрабатывая налоговую политику, руководители государства должны решать ряд проблем.

Одна из них — какие товары освободить от обложения косвенным налогом. Ответ на этот вопрос кажется простым: те товары, спрос на которые неэластичен, не должны освобождаться от косвенного налога. Но в эту группу товаров попадут прежде всего товары первой необходимости, которые в больших количествах покупаются малоимущими людьми: соль, спички, молоко, хлеб, картофель и т. п. Если цены на них вырастут при введении косвенного налога, то при неизменном объеме их потребления расходы малоимущих людей возрастут и их материальное положение ухудшится.

В этом случае государство будет вынуждено увеличить выплаты из государственного бюджета средств на оказание помощи особо нуждающимся. Таким образом, деньги будут двигаться по кругу: сначала от малоимущих к государству, а потом назад, от государства к малоимущим. Этот пример свидетельствует о том, что правильный выбор товаров, подлежащих косвенному налогообложению, не может быть сделан без учета теории эластичности спроса.

Другую группу товаров, на которые, как правило, существует неэластичный спрос, покупают состоятельные люди, не нуждающиеся в материальной поддержке государства. К этой группе товаров относятся дорогие мебельные гарнитуры, изделия из дорогих мехов, ювелирные изделия и т. д. Введение косвенных налогов на товары этой группы повысит цены на эти товары, но не приведет к существенному сокращению величины спроса на них. Поэтому доходы государственного бюджета увеличатся и в то же время материальное благополучие потребителей бриллиантовых коле и котиковых манто практически не пострадает. Поэтому обложение косвенным налогом товаров подобного рода оправдано.

Введение косвенных налогов оправдано и в том случае, когда ими облагаются спиртные напитки и табачные изделия.

Распределение налогового бремени при эластичном и неэластичном спросе

Важной проблемой налоговой политики, проводимой государством, является распределение налогов между производителя-

ми товаров и услуг, с одной стороны, и их покупателями, — с другой. Кто должен нести бóльшую тяжесть налогового бремени: тот, кто производит товары и услуги, или тот, кто их покупает? На этот вопрос нет и не может быть простого и однозначного ответа. Многое будет зависеть от экономического положения, в котором находится данная страна, от задач, которые стоят перед правительством, от того, должно ли оно принимать меры против инфляции, и т. д. Некоторые из этих проблем мы рассмотрим позднее. Сейчас же нам важно понять, как будет распределяться вводимый налог между продавцами и покупателями данного товара.

Предположим, что правительство приняло решение о введении косвенного налога на велосипеды. Допустим, что велосипеды продаются по цене 100 р. и что устанавливается косвенный налог 10 р. с одного велосипеда.

Рассмотрим, каковы будут последствия введения этого налога.

Еще раз вспомним, что косвенный налог включается в цену товара и после его продажи перечисляется в бюджет. Поэтому производители велосипедов будут рассматривать косвенный налог как составную часть издержек производства их продукции. Следовательно, они повысят цену на велосипеды. Казалось бы, что теперь они установят цену 110 р. Однако эта цена окажется выше равновесной, так как повышение цены повлечет за собой снижение величины спроса. Допустим, что новая цена равновесия установится на рынке на уровне 105 р. Таким образом, введение косвенного налога привело к тому, что покупатели велосипедов стали платить за каждую единицу товара на 5 р. больше, т. е. они оплачивают половину введенного косвенного налога. Другую половину налога оплачивают производители велосипедов.

Последствия введения косвенного налога при эластичном спросе показаны на рис. 4-9, а. Точка пересечения кривой спроса DD и кривой предложения $S_1S_1 - E_1$. Эта точка показывает, что при выпуске товара Q_1 и цене P_1 на рынке устанавливается равновесие спроса и предложения. Введение косвенного налога вызовет повышение цены и сокращение объема спроса, что приведет к сдвигу кривой S_1S_1 и установлению нового равновесия спроса и предложения в точке E_2 — точке пересечения кривой DD и нового положения кривой S_2S_2 .

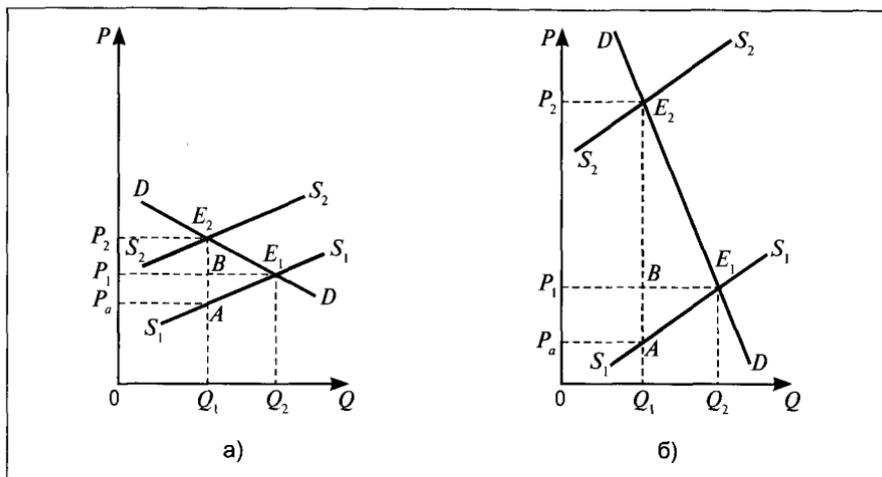


Рис. 4-9. Δ
Распределение налогового бремени при эластичном (а) и неэластичном (б) спросе.

Рисунок 4-9, а, показывает, что для покупателя расходы на велосипед повысились с уровня цены P_1 до цены P_2 , и, следовательно, отрезок P_1P_2 — сумма косвенного налога с единицы продукции, оплачиваемая покупателем. Производитель, который повысил цену до P_2 , выплачивает косвенный налог, выраженный на графике отрезком AE_2 . Но так как часть этого налога производители переложили на покупателей путем повышения цены, то для них введение косвенного налога равносильно снижению цены до уровня P_a , т.е. косвенный налог, выплаченный производителями, равен отрезку P_aP_1 или отрезку BA .

Заметим, что площадь прямоугольника AP_aP_1B показывает сумму косвенных налогов, которые поступили в государственный бюджет за счет доходов производителей, а площадь прямоугольника $BP_1P_2E_2$ — сумму косвенных налогов, которые производители переложили на покупателей.

Как повлияло бы повышение эластичности спроса на распределение косвенного налога? Для того чтобы ответить на этот вопрос, достаточно провести кривую DD , которая имела бы угол наклона по отношению к оси абсцисс меньший, чем угол наклона кривой спроса на рис. 4-9, а. В этом случае отре-

зок P_1P_2 оказался бы меньше, а отрезок P_1P_a остался бы прежним. Это показывает, что чем выше эластичность спроса, тем меньше доля покупателей в оплате косвенного налога и тем больше доля производителей.

Если мы обратимся к случаю, когда спрос на товар неэластичен, то увидим, что введение косвенного налога окажется тем бременем, которое ляжет преимущественно на покупателя. На рисунке 4-9, б, общая величина налога определяется прямоугольником $AP_aP_2E_2$. Мы видим, что его площадь больше, чем площадь прямоугольника $AP_aP_2E_2$ на рис. 4-9, а. Следовательно, абсолютный размер налога при неэластичном спросе будет выше, чем при эластичном. Площадь прямоугольника AP_aP_1B показывает сумму налога, уплачиваемую производителем, а прямоугольник $BP_1P_2E_2$ — сумму налога, которую платит покупатель, и она значительно превосходит первую. Здесь отрезок P_1P_2 (или BE_2) показывает величину налога, оплачиваемого покупателем, в единице товара, а отрезок P_aP_1 (или AB) — производителем этого товара.

Вводя косвенные налоги на те или иные товары и услуги, руководители исполнительных и законодательных органов власти обязаны учитывать фактор эластичности спроса и представлять себе, как будет распределяться вводимый налог между различными слоями населения.

РЕЗЮМЕ

Реакция величины спроса на изменение цены товара называется ценовой эластичностью спроса. Спрос эластичен по цене, если процентное изменение объема спроса превышает процентное изменение цены. Если процентное изменение объема спроса отстает от процентного изменения цены, спрос по цене неэластичен.

При эластичном относительно цены спросе доход продавца и цена товара изменяются в противоположных направлениях. Если спрос на товар неэластичен, цены и доход изменяются в одном направлении.

На степень эластичности спроса влияют следующие факторы: наличие или отсутствие у товара заменителей; степень необходимости товара для потребителей; доля, которую зани-

мают расходы, связанные с покупкой товара, в бюджете покупателя; фактор времени (эластичность ниже в краткосрочном периоде и выше в долгосрочном).

Эластичность спроса по доходу характеризует степень и характер реагирования спроса на изменение дохода потребителя. Если коэффициент эластичности спроса по доходу положителен, мы имеем дело с «нормальными» товарами, потребление которых растет с ростом доходов. Если же коэффициент эластичности отрицателен, речь идет о «низших» товарах, величина спроса на которые с ростом дохода будет уменьшаться.

Перекрестная эластичность спроса выявляет меру реакции объема спроса на один товар на изменение цены другого товара. Если коэффициент перекрестной эластичности выше нуля, мы имеем дело с взаимозаменяемыми товарами: при росте цены на один из них объем спроса на другой будет расти. Если коэффициент перекрестной эластичности меньше нуля, речь идет о товарах, дополняющих друг друга: при снижении цены на один из них спрос на другой будет расти.

Реакция величины предложения на изменение цены товара называется ценовой эластичностью предложения. Предложение эластично, если процентное изменение объема предложения превышает процентное изменение цены. Если же процентное изменение предложения меньше процентного изменения цены, предложение неэластично по цене.

На степень эластичности предложения главное влияние оказывает фактор времени, поскольку изменение объема предложения связано с перестройкой производства. В краткосрочном периоде предложение неэластично, в долгосрочном, наоборот, эластично.

Теория эластичности имеет широкое практическое применение. Знание ее важно для предпринимателей. Поскольку они стремятся максимизировать доход, постольку они должны принимать адекватные решения об изменении цены. Знание ее необходимо и при проведении государством налоговой политики, когда приходится выбирать круг товаров, которые не могут быть освобождены от косвенных налогов. Не меньшее значение это имеет и при определении налоговых ставок. Кроме того, государству необходимо учитывать распределение тяжести налогообложения между потребителями и производителями.

? *Контрольные вопросы и задания*

1. Что такое эластичность спроса по цене?
2. Какой спрос называется эластичным, неэластичным и единичной эластичности?
3. Как рассчитывается коэффициент ценовой эластичности спроса?
4. Как степень эластичности влияет на объем выручки производителя?
5. Объясните, почему для «нормальных» товаров коэффициент эластичности спроса по доходу больше нуля, а для «низших» — меньше нуля.
6. Что такое перекрестная эластичность? Если коэффициент перекрестной эластичности равен нулю, как связаны между собой товары?
7. Что такое ценовая эластичность предложения?
8. Объясните, почему при увеличении периода времени эластичность предложения возрастает.
9. Укажите, какие вам известны факторы (кроме временного), влияющие на эластичность предложения.
10. Почему государство не должно вводить высокие косвенные налоги на товары первой необходимости, имеющие неэластичный спрос?
11. Кто платит большую долю налога при неэластичном спросе: производитель или покупатель?
12. Кто платит большую долю налога при эластичном спросе: производитель или покупатель?

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Прочитав эту главу, вы узнаете:

- ✦ что понимается под общей и предельной полезностью и в чем заключается закон убывающей предельной полезности;
- ✦ как формулируется правило максимизации полезности;
- ✦ что представляют собой кривые безразличия и карты безразличия и как на их основе установить субъективные предпочтения отдельного потребителя;
- ✦ что представляет собой бюджетная линия и чем определяется ее положение на карте безразличия;
- ✦ каким образом индивид оказывается в положении потребительского равновесия и под влиянием каких факторов оно может измениться;
- ✦ как построить кривые «доход—потребление» и «цена—потребление»;
- ✦ как на основе кривой «цена—потребление» строится кривая индивидуального спроса;
- ✦ как на основе информации об индивидуальном спросе всех покупателей товара определить рыночный спрос на данный товар.

В главе 3 было выяснено влияние рыночного спроса на уровень цен. Мы установили, что в основе рыночного спроса лежит индивидуальный спрос, т. е. спрос, предъявляемый отдельными покупателями данного товара или услуги. Теперь нам предстоит выяснить, под влиянием каких факторов складывается индивидуальный спрос; что представляет собой потребительский выбор и что на него влияет; почему отдельный индивид выбирает ту или иную структуру потребления.

В главе 1 уже говорилось, что мы всегда стоим перед выбором: на что израсходовать ту ограниченную сумму денег, которой располагаем в данное время, — купить порцию мороженого, чашку кофе или апельсин? Если же величина нашего денежного дохода достаточно велика, то мы можем выбрать между приобретением, например, телевизора или путевки в дом отдыха. В большинстве случаев выбор делается между различными наборами потребительских товаров или услуг. Ответ на вопрос, что лежит в основе потребительского выбора, дает теория поведения потребителя. Приобретая на рынке отдельные товары и услуги, сами того не подозревая, мы ведем себя в повседневной жизни в соответствии с этой теорией, подобно тому, как известный молюеровский герой не подозревал, что он говорит прозой. Эта теория исследует механизм взаимодействия потребностей и спроса.

5.1. ОБЩАЯ И ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ. ЗАКОН УБЫВАЮЩЕЙ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ

Предпосылки теории поведения потребителя

Теория поведения потребителя исходит из некоторых предпосылок. Прежде всего, предполагается, что потребитель всегда ведет себя рационально, т. е. стремится извлечь максимум полезности для себя. При этом важно заметить, что понятие «полезность» является субъективным: один индивид предпочтет хорошо пообедать, другой — купить бутылку вина, а третий — букет цветов любимой девушке. При этом каждый из них четко представляет себе полезность, которую ему приносит потребление данного блага, по сравнению с полезностью других благ. Фактически он решает, что для него более, а что менее полезно и, следовательно, какие блага следует приобрести в первую очередь, какие — во вторую, а покупку каких товаров можно отложить.

Теория поведения потребителя исходит также из того, что доходы всех потребителей ограничены и на все товары и услуги установлены цены. Вспомним фундаментальную экономическую проблему редкости.

В основе теории потребительского поведения лежит теория предельной полезности, играющая важную роль в экономической науке. Еще Адам Смит обратил внимание на существование такого явления, когда полезностью блага нельзя определить его ценность. Он сформулировал проблему, которая была названа «парадоксом воды и бриллиантов»: почему вода, без которой невозможна жизнь, стоит дешево (или ничего не стоит), а бриллианты, являющиеся далеко не самым насущным благом, стоят очень дорого? Этот вопрос нашел свое разрешение лишь с появлением теории предельной полезности в последней трети XIX в.

Общая и предельная полезность

Прежде всего теория предельной полезности вводит два важных понятия: 1) полезность блага (или группы благ) и 2) предельная полезность блага.

ОБЩАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ (TU — *total utility*) — то удовлетворение, которое люди получают от потребления всего имеющегося у них количества благ данного вида.

ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ (MU — *marginal utility*) — прирост общей полезности, возникающий вследствие увеличения объема потребления данного блага на единицу, или полезность последней из имеющихся в распоряжении индивида единиц блага.

Закон убывающей предельной полезности

По мере насыщения потребностей в каком-либо благом степень полезности каждой дополнительной единицы блага для данного индивида будет убывать. Так, испытывая чувство голода, вы с большим наслаждением съедите первую булочку, полезность ее окажется очень высокой; очевидно, что наслаж-

дение от второй съеденной булочки уже будет меньше, от третьей — еще меньше. Если вы полностью утолили голод, то вряд ли, поступая как рациональный потребитель, т. е. действуя с пользой для себя, будете покупать четвертую булочку. Теперь полезность от ее потребления явится для вас величиной нулевой или даже отрицательной. Возможно, что ваша приятельница остановит свое потребление уже на второй булочке. Этот пример показывает, что происходит постепенное уменьшение величины предельной полезности каждой дополнительной единицы блага по мере увеличения объема потребляемых единиц.

Наоборот, если объем потребляемых благ уменьшается, то предельная полезность каждой следующей из остающихся в распоряжении потребителя единиц блага возрастает. Карл Менгер в своей книге «Основания политической экономии» приводит условный пример, когда индивид, оказавшись на необитаемом острове в роли Робинзона, располагает источником пресной воды. Его ежедневные потребности в воде слагаются из следующих: 1 мера — для себя, 19 мер — для животных, без которых он не может получить достаточного для минимального пропитания количества мяса и молока, 40 мер — для сохранения своего здоровья и содержания в чистоте самого себя, одежды и жилища, 40 мер — для своего цветника и удовлетворения других потребностей, которые не являются жизненно необходимыми. Пока источник дает более 100 мер воды ежедневно, вода является неэкономическим благом и не представляет ценности. Если источник начнет высыхать, то Робинзон будет вынужден отказываться от удовлетворения менее насущных потребностей и ценность каждой оставшейся меры воды будет постепенно возрастать. Естественно предположить, что ценность последней оставшейся меры необычайно высока, так как от нее зависит жизнь Робинзона.

Таким образом, законом, лежащим в основе теории потребительского поведения, является **закон убывающей предельной полезности**:

По мере того как объем потребляемых благ растет, предельная полезность каждой дополнительной единицы блага уменьшается.

Основоположники теории предельной полезности исходили из *количественного (кардиналистского)*¹ подхода, предполагая, что потребители субъективно оценивают количественно полезность благ в условных единицах — *ютилях*. При этом чем больше полезность, тем выше количественная оценка блага.

Функция полезности товара A :

$$TU_A = f(Q_A), \quad (5.1)$$

где TU_A — общая полезность товара A ; Q_A — количество товара A .

Когда товарный набор состоит из множества товаров и услуг, то в функцию будет включено сколько угодно переменных величин.

Взаимосвязь между общей и предельной полезностью выражается следующим образом:

$$MU_A = \frac{\Delta TU_A}{\Delta Q_A}. \quad (5.2)$$

Покажем на условном примере связь между общей и предельной полезностью какого-либо блага.

Построим в табличной форме функцию полезности индивида, потребляющего яблоки (см. табл. 5-1).

Составленный на основе табл. 5-1 график (рис. 5-1) наглядно показывает связь между общей и предельной полезностью.

Прежде всего обратим внимание на то, что кривая общей полезности имеет положительный наклон, указывающий, что по мере увеличения потребляемого количества яблок общая их полезность возрастает (пока потребляется не более 6 яблок). Вместе с тем кривая предельной полезности, характеризующая приращение общей полезности, имеет отрицательный наклон, что является следствием закона убывающей предельной полезности. При этом предельная полезность седьмого яблока оказывается нулевой. Это говорит о том, что общая полезность достигает максимальной величины при потреблении семи яблок.

$$TU = \max \text{ при } MU = 0. \quad (5.3)$$

Если предположить, что потребитель будет поступать нерационально и потреблять больше семи яблок, то общая по-

¹ От лат. *cardinalis* — количественный.

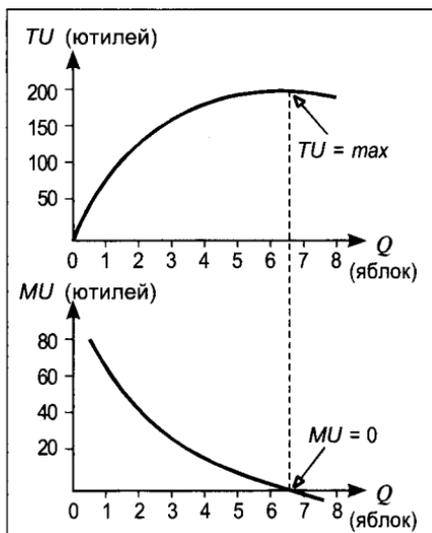
Общая и предельная полезность

Количество яблок (Q), шт.	Общая полезность (TU), ютилей	Предельная полезность (MU), ютилей
0	0	80
1	80	50
2	130	30
3	160	20
4	180	10
5	190	5
6	195	0
7	195	-5
8	190	

Рис. 5-1. ▽

Общая и предельная полезность.

Общая полезность увеличивается с ростом потребления яблок. Поэтому кривая TU имеет положительный наклон, который постепенно уменьшается. Предельная полезность уменьшается по мере роста потребления яблок. В связи с этим кривая MU имеет отрицательный наклон. Когда величина общей полезности потребляемого количества яблок достигает максимума, предельная полезность последнего яблока оказывается равной нулю.



5.1. Общая и предельная полезность.

Закон убывающей предельной полезности

лезность всего количества яблок снизится и кривая общей полезности примет отрицательный наклон. При этом предельная полезность каждого последующего яблока будет отрицательной величиной и кривая предельной полезности расположится ниже горизонтальной оси.

Предельная полезность и спрос

Мы установили, что кривая предельной полезности имеет тот же вид, что и кривая спроса. Это говорит о том, что потребитель готов приобретать дополнительные единицы блага только в том случае, если они будут продаваться по более низким ценам, чем прежде. Это объясняется тем, что они приносят ему меньшее удовлетворение, чем единицы, приобретаемые раньше, т. е. обладают снижающейся предельной полезностью. Соответственно если цена будет расти, то потребитель станет сокращать потребление, отказываясь постепенно от тех единиц блага, которые приносят ему меньшее удовлетворение. Следовательно, известный нам закон *обратной зависимости величины спроса от цены вытекает из закона убывающей предельной полезности.*

Разрешение парадокса воды и бриллиантов

Теперь мы можем разрешить парадокс воды и бриллиантов. При высокой общей полезности воды ее предельная полезность (а значит, и цена) является низкой, так как запасы воды, доступные каждому индивиду в обычных условиях, являются очень большими, а подчас и неограниченными. Общая полезность алмазов, конечно, намного ниже общей полезности воды, но их предельная полезность очень высока, так как добыча и обработка алмазов требуют больших затрат. Поэтому они стоят дорого. Если бы человечеству предложили выбор: вода или бриллианты, то, конечно, была бы выбрана вода. А что бы выбрал каждый из нас? Разумеется, бриллианты.

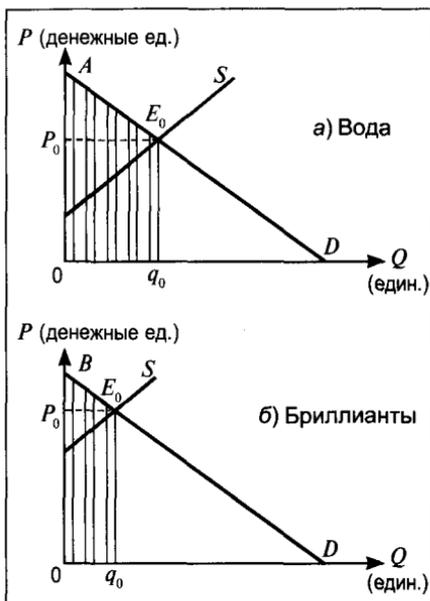
Разрешение парадокса воды и бриллиантов графически представлено на рис. 5-2.

На рис. 5-2, *а*, видно, что равновесная цена воды устанавливается на относительно низком уровне. Рис. 5-2, *б*, показывает, что цена бриллиантов, наоборот, высока. Предельные

Рис. 5-2. ▽

Парадокс воды и бриллиантов.

Общая полезность потребляемого количества воды больше, чем общая полезность потребляемого количества бриллиантов. Но предельная полезность бриллиантов выше предельной полезности воды. Поэтому равновесная цена бриллиантов выше равновесной цены воды.



полезности каждой единицы воды и бриллиантов представлены площадями прямоугольников, находящихся под кривыми спроса. Общая полезность всего количества воды выражена площадью фигуры OAE_0q_0 , предельная полезность — площадью последнего (затемненного) прямоугольника. Общая полезность бриллиантов — это площадь фигуры OBE_0q_0 , предельная полезность — площадь последнего (затемненного) прямоугольника на данном графике.

Безусловно, имеется в виду ординарная ситуация. Несомненно, что путешественник, умирающий в пустыне от жажды, не обменяет глотка воды на бриллиант. Для него предельная полезность этого глотка воды исключительно высока.

5.2. ПРАВИЛО МАКСИМИЗАЦИИ ПОЛЕЗНОСТИ

Предельная полезность на рубль потребителя

До сих пор мы исходили из того, что потребитель предъявляет спрос на один вид благ. Теперь приблизимся к реальной действительности и рассмотрим случай, когда он

распределяет свой ограниченный денежный доход между множеством товаров и услуг. Зададимся вопросом: каким образом он достигнет максимизации удовлетворения своих потребностей от приобретаемых благ, т. е. максимизирует общую полезность этих благ?

Четко представляя себе предельную полезность каждой приобретаемой единицы того или иного блага, потребитель встречается на рынке товары, каждый из которых имеет цену, выраженную в денежных единицах (рублях). Если бы цены на все товары были одинаковы, то в этом случае он всегда стремился бы купить то благо, которое обладает для него наибольшей предельной полезностью. Но цены на товары и услуги различны. Поэтому потребитель должен соизмерять полученное удовлетворение от потребления того или иного блага со своими расходами на его приобретение. Эти расходы зависят от цены товара или услуги, в связи с чем ему приходится определять предельную полезность в расчете на затраченный рубль, или взвешенную по ценам предельную полезность:

$$\frac{MU}{P}, \text{ где } P \text{ — цена.}$$

Как потребитель делает оптимальный выбор

Предположим сначала, что индивид покупает два товара: яблоки и апельсины. Он обнаруживает, что предельная полезность яблок в расчете на один рубль превышает предельную полезность апельсинов в расчете на рубль ($\frac{MU_{я}}{P_{я}} > \frac{MU_{ап}}{P_{ап}}$). В этом случае он будет покупать яблоки. Количество купленных яблок будет возрастать относительно объема купленных апельсинов. Тогда предельная полезность яблок (вспомним закон убывающей предельной полезности) в расчете на рубль станет уменьшаться. Что касается апельсинов, то наш покупатель ограничивает их потребление и, следовательно, предельная полезность апельсинов для него возрастет. В результате этого он изменит свое потребительское поведение и станет покупать больше апельсинов и меньше яблок ($\frac{MU_{ап}}{P_{ап}} > \frac{MU_{я}}{P_{я}}$).

В результате подобных колебаний потребитель достигнет максимального удовлетворения потребностей. Такое положение

ние будет достигнуто, когда взвешенные по ценам предельные полезности покупаемых товаров в расчете на 1 р. окажутся одинаковыми. Это означает, что будет выдерживаться равенство:

$$\frac{MU_{ап}}{P_{ап}} = \frac{MU_{я}}{P_{я}}. \quad (5.4)$$

Это условие может быть распространено на любое число товаров и услуг. Поэтому если рациональный потребитель покупает множество (n) товаров и услуг, то он соблюдает правило максимизации полезности:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n} \quad (5.5)$$

или

$$\frac{MU_1}{MU_2} = \frac{P_1}{P_2} \dots \frac{MU_{n-1}}{MU_n} = \frac{P_{n-1}}{P_n}. \quad (5.6)$$

Отношения между предельными полезностями приобретаемых товаров равны отношениям между их ценами.

При соблюдении этого правила потребитель оказывается в состоянии равновесия. У него отсутствуют стимулы к изменению своего поведения, так как улучшить его невозможно. Поддерживает он это положение, как мы видели, чисто рыночным путем. Безусловно, люди, не изучавшие экономическую теорию, не подозревают о существовании правила максимизации полезности. Тем не менее каждый человек осознает полезность приобретаемого набора благ и поступает в соответствии с собственными представлениями о ней. Подобно эквилибристу, балансирующему на проволоке, он склоняется в сторону приобретения того товара, который в данный момент приносит ему бóльшую предельную полезность в расчете на рубль дохода, и это, в конечном счете, позволяет ему удерживаться в положении равновесия, т. е. распределять свой доход между приобретением различных товаров и услуг таким образом, чтобы их общая полезность оказалась максимальной.

5.3. КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ

Ординалистский подход

До сих пор мы предполагали, что потребитель может соизмерить количественно полезности приобретаемых благ. Но эта предпосылка количественного подхода далека от реальной действительности. Допустим, вы решаете, что вам целесообразнее сейчас купить: джинсы или кроссовки? Вы сделаете свой выбор в пользу того товара, который представляется в данный момент более полезным (например, джинсы). Но вряд ли вы сможете сказать, на сколько процентов или во сколько раз они для вас полезнее, чем кроссовки. Задача окажется гораздо сложнее, если принять во внимание, что обычно соизмеряются не отдельные блага, а наборы благ.

Более современным и реалистичским является порядковый (ординалистский¹) подход к изучению полезности, который логически вытекает из предшествовавшего ему количественного подхода.

Порядковый подход построен на предположении, что потребитель не соизмеряет полезности благ, а лишь ранжирует их по принципу: данное благо более полезно, или менее полезно, или равно по полезности другому благо.

Ординалистский подход к теории потребительского поведения был предложен итальянским экономистом Вильфредо Парето (1848–1923), который выдвинул положение о невозможности абсолютных измерений предельной полезности и предложил перейти к оценке предпочтений одних товаров (или наборов) по отношению к другим, выводимых из эмпирических фактов товарного обмена. Идеи В. Парето были развиты русским экономистом Евгением Слуцким (1880–1948). Основным инструментом анализа в порядковом подходе явились кривые безразличия, предложенные англичанином Фрэнсисом Эджуортом (1845–1926). Широкое распространение на Западе идеи ординализма получили после выхода в свет в 1939 г. книги английского экономиста Джона Хикса (1904–1988) «Стоимость и капитал». Хикс предложил заменить понятие «предельная полезность» другим — «предельная норма замещения». Вместо закона убывающей предельной полезности он выдвинул принцип снижающейся предельной нормы замещения.

¹ От лат. *ordinalis* — порядковый.

В рамках порядкового подхода принимается, что потребитель приобретает различные наборы, состоящие из двух товаров: X и Y . В этом случае для анализа может быть использовано двухмерное пространство.

Вернемся к нашему примеру с яблоками и апельсинами.

Предположим, что наборы благ состоят из этих двух видов (см. табл. 5-2). При этом потребителю безразлично, какой из наборов выбрать. Они обладают для него одинаковой полезностью.

Таблица 5-2

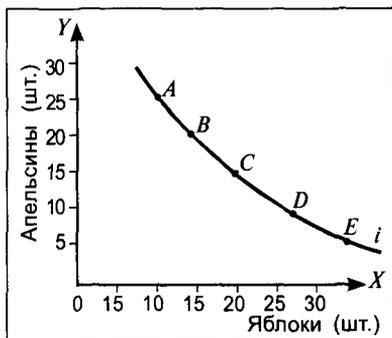
Определение предельной нормы замещения

Наборы	Яблоки (X), шт.	Апельсины (Y), шт.	ΔX	ΔY	Предельная норма замещения
A	10	25	4	-5	1,25
B	14	20		-5	0,83
C	20	15		-5	0,63
D	28	10		-5	0,5
E	38	5		-5	

На основании данных, содержащихся в табл. 5-2, построим кривую безразличия (рис. 5-3), отложив на осях системы координат количества единиц обоих товаров, входящих в наборы.

Рис. 5-3. \blacktriangleright
Кривая безразличия.

Кривая безразличия i показывает все комбинации апельсинов и яблок, обладающие одинаковой полезностью. Поэтому потребителю безразлично, какую из комбинаций выбрать. Кривая i имеет отрицательный наклон, так как уменьшение потребления апельсинов сопровождается увеличением потребления яблок. Она является выпуклой, так как ее наклон, выражающий MRS апельсинов яблоками, уменьшается.



КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ — это геометрическое место точек, которое показывает различные комбинации двух благ, обладающих одинаковой полезностью.

Кривыми безразличия можно заполнить все имеющееся пространство благ. В этом случае мы получим карту безразличия.

КАРТА БЕЗРАЗЛИЧИЯ — множество кривых безразличия, каждая из которых представляет различный уровень полезности.

На рис. 5-4 изображена карта безразличия, содержащая три кривые безразличия. Любая точка, расположенная на более высокой по отношению к началу системы координат кривой, предпочтительнее, чем точка на более низко расположенной кривой. Так, точка F предпочтительнее, чем точка C , так как представленный ею набор содержит столько же апельсинов, сколько и набор, выраженный точкой C , и больше орехов, чем в наборе C . Между тем все наборы, представленные точками на кривой безразличия i_1 , имеют ту же полезность, что и набор C .

Легко доказать, что кривые безразличия не пересекаются. Так, если бы кривые i_1 и i_2 пересеклись в точке, то в этом случае комбинации C , F и D были бы одинаково предпочтительными для потребителя, так как имели бы общую точку, лежащую одновременно на обеих этих кривых. Это противоре-

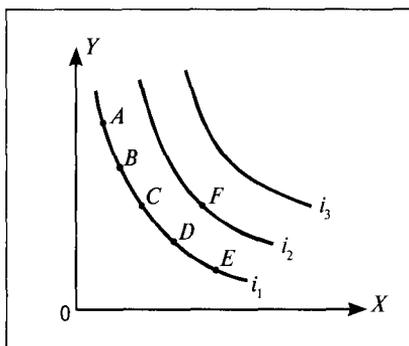


Рис. 5-4. \blacktriangleright
Карта безразличия.

Чем выше на карте представлена кривая безразличия, тем более высокий уровень полезности она представляет.

чит бы очевидному положению о предпочтительности точки F по отношению к точке C .

Кривые безразличия имеют отрицательный наклон и являются выпуклыми по отношению к началу системы координат. Такая их форма не случайна, она имеет экономическое обоснование. Отрицательный наклон говорит о том, что увеличение количества одного блага сопровождается уменьшением объема другого блага, входящего в набор (меньше яблок — больше апельсинов). Если бы увеличивались количества обоих приобретаемых благ (а только при этом условии кривая безразличия имела бы положительный наклон), то полезность каждого набора благ возрастала бы и о безразличии потребителя говорить бы не пришлось.

Предельная норма замещения

О чем говорит выпуклая форма кривых безразличия? Кривая является выпуклой, если ее наклон (отношение $\frac{\Delta Y}{\Delta X}$) при движении сверху вниз уменьшается, как это имеет место на рис. 5-3. Но нас интересует экономическая интерпретация снижающегося наклона кривой безразличия. Она заключается в том, что потребитель, переходя к наборам благ, представленным более низко расположенными точками, жертвует все меньшим количеством единиц товара Y (апельсинов) ради получения «в обмен» единицы товара X (яблок). Другими словами, происходит повышение цены апельсинов относительно цены яблок. Это и находит отражение в снижающемся значении предельной нормы замещения товара Y товаром X (см. табл. 5-2).

ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ЗАМЕЩЕНИЯ (MRS)¹ — это соотношение, в соответствии с которым одно благо (Y) может быть замещено другим благом (X) при неизменном уровне полезности набора данных благ для потребителя.

$$MRS = \frac{\Delta Y}{\Delta X}. \quad (5.7)$$

¹ *Marginal rate of substitution* — замещаемые блага.

Предельная норма замещения представляет собой цену единицы товара Y , выраженную в единицах товара X . Но цена не может быть отрицательной величиной, поэтому перед значением MRS принято ставить знак «минус», превращая ее тем самым в положительную величину.

Остается ответить на вопрос: почему потребитель готов жертвовать уменьшающимся количеством одного товара ради приобретения единицы другого товара? Так, в нашем примере он сперва готов отдать 1,25 апельсина за 1 яблоко, а в конечном счете готов пожертвовать только половиной апельсина ради приобретения одного яблока, т. е. апельсины он ценит все дороже, а яблоки, наоборот, дешевле.

Вспомним закон убывающей предельной полезности. Мы всегда ценим дороже то, чего имеем меньше. По мере движения кривой безразличия сверху вниз в распоряжении индивида апельсинов (товар Y) остается все меньше, следовательно, их ценность увеличивается, а яблок (товар X) оказывается больше, и их ценность уменьшается.

Понятие «предельная норма замещения» в порядковом варианте теории поведения потребителя имеет тот же смысл, что и «предельная полезность» в количественном варианте. Но, используя его, мы не прибегаем к измерению полезности в ютилах, а оцениваем предельную полезность одного блага в количестве единиц другого блага, которое согласны обменять на него.

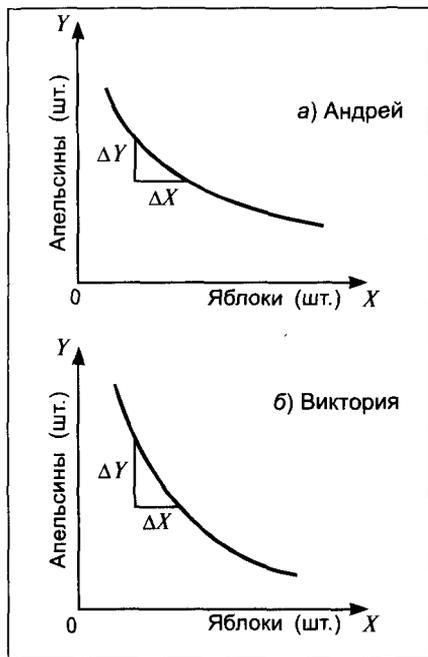
Типы кривых безразличия

Форма кривой безразличия говорит о вкусах потребителя, показывает, в какой степени он готов пожертвовать одним благом ради получения другого. На рис. 5-5 представлены кривые безразличия двух потребителей — Андрея (A) и Виктории (B), которым предстоит делать выбор между апельсинами и яблоками.

Предельная норма замещения благ у Андрея ниже, чем у Виктории, при одинаковых количествах обмениваемых товаров. Его кривая безразличия является более пологой. Он готов отдать меньшее, чем Виктория, количество апельсинов за одно яблоко. Андрей больше любит апельсины, чем яблоки, тогда как вкусы Виктории прямо противоположны. Она — любительница яблок.

Рис. 5-5. ▽
Кривые безразличия двух индивидов.

Кривая безразличия у Андрея является более полой, чем у Виктории. Это показывает, что он готов отдать небольшое количество апельсинов за получение большого количества яблок. Виктория, наоборот, готова пожертвовать большим количеством апельсинов ради получения небольшого количества яблок.



Ранее отмечалось, что большинство товаров являются в той или иной степени взаимозаменяемыми (субститутами)¹ и взаимодополняющими (комплементами)². По форме кривых безразличия можно судить о степени заменяемости и дополняемости благ.

До сих пор рассматривались так называемые стандартные кривые безразличия. Наряду с ними существуют и другие формы кривых, которые характеризуют «нестандартные» вкусы потребителей.

Предположим, что предпочтения Андрея и Виктории, представленные на рис. 5-5, приобрели крайний характер. Андрей до такой степени полюбил апельсины и невзлюбил орехи, что не отдаст ни одного апельсина в обмен на сколько угодно большое количество яблок, т. е. для него $\Delta Y = 0$ и поэтому $MRS = 0$. Тогда его кривая безразличия примет вид прямой линии, параллельной горизонтальной оси (рис. 5-6).

¹ *Substitute goods* — взаимозаменяемые блага.

² *Complementary goods* — взаимодополняющие блага.

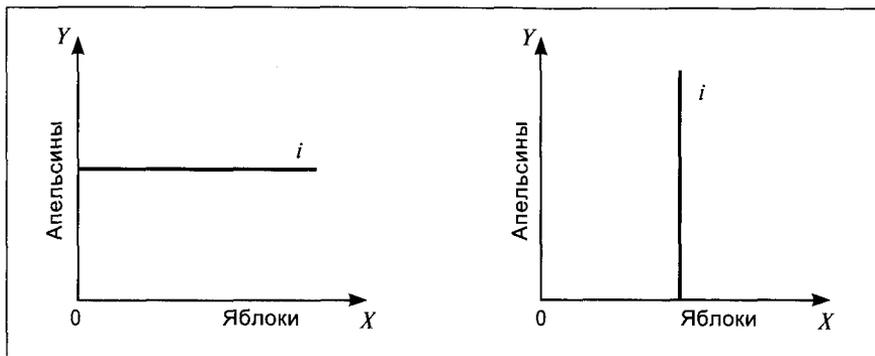


Рис. 5-6. Δ
Карта безразличия —
горизонтальная линия.

Андрей не отдаст ни одного апельсина, сколько бы яблок ему ни давали взамен. Он вообще не ест яблоки.

Рис. 5-7. Δ
Карта безразличия —
вертикальная линия.

Виктория не отдаст ни одного яблока, сколько бы апельсинов ей ни давали взамен. Она вообще не ест апельсины.

Наоборот, Виктория готова отдать любое количество апельсинов за бесконечно малое число яблок, для нее $\Delta X = 0$ и MRS равняется бесконечности. Ее кривая безразличия изображена на рис. 5-7, она превратится в прямую линию, параллельную вертикальной оси.

Не так редко встречаются случаи, когда индивиду безразлично, какое благо потреблять. Оба блага являются для него равноценными (например, грампластинки или аудиокассеты). В этом случае предельная норма замещения является величи-

Рис. 5-8. \triangleright
Карта безразличия абсолютно
взаимозаменяемых товаров.

Индивиду безразлично, какие блага потреблять — грампластинки или аудиокассеты. Поэтому MRS этих благ — постоянная величина и кривая безразличия является прямой линией.

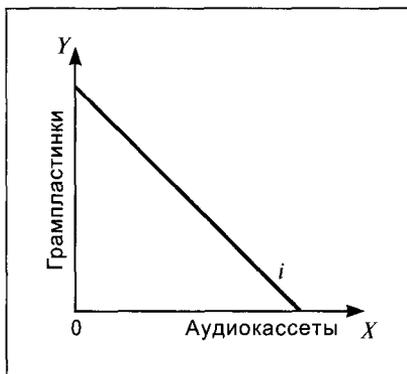
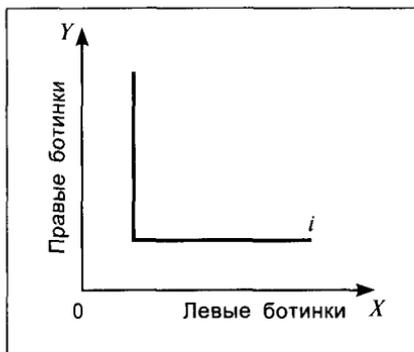


Рис. 5-9. ▷

Карта безразличия абсолютно взаимодополняющих товаров.

Правый и левый ботинки представляют полезность в паре друг с другом. Поэтому сколь угодно большое увеличение числа только правых или только левых ботинок не увеличивает их полезности. Потребитель остается на прежней кривой i , которая принимает L-образную форму.



ной постоянной. Следовательно, кривая принимает вид прямой линии с отрицательным наклоном (рис. 5-8).

Некоторые товары вообще не могут являться субститутами, наоборот, они могут использоваться только как жестко взаимодополняющие друг друга. В качестве идеального примера такого рода выступают правый и левый ботинки. Они обладают полезностью только в паре. Если у индивида имеется пара обуви, то сколь угодно большое увеличение количества только правых или только левых ботинок не увеличит полезности. Владелец пары обуви будет оставаться на прежней кривой безразличия до тех пор, пока у него не окажется две пары. В этом случае он перейдет на более высокую кривую безразличия. Таким образом, кривые безразличия абсолютно взаимодополняющих товаров имеют L-образную форму (см. рис. 5-9).

5.4. БЮДЖЕТНОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ. РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

В предыдущем параграфе рассмотрены предпочтения потребителя. Было выяснено, что любой индивид всегда стремится оказаться на более высокой кривой безразличия. Тогда общая полезность приобретаемого им набора благ увеличится. Но мы не принимали во внимание одну из предпосылок теории потребительского поведения — заданную величину дохода потребителя. Она выступает в качестве ограничительного фактора на пути движения потребителя к более высокой кривой безразличия.

Если для анализа *желаний* потребителя используются кривые безразличия, то для анализа его *возможностей* — бюджетные линии.

Будем по-прежнему оперировать потребителем набором из двух благ X и Y , предполагая, что индивид расходует полностью свой доход на их покупку.

Введем обозначения:

M — денежный доход потребителя, р.

X, Y — количества покупаемых товаров, един.

P_x, P_y — цены товаров X и Y , р.

Тогда математическая модель **бюджетного ограничения** выглядит следующим образом:

$$M = P_x X + P_y Y. \quad (5.8)$$

Ограничение покупательной способности потребителя величиной его денежного дохода называется **БЮДЖЕТНЫМ ОГРАНИЧЕНИЕМ**.

Все доступные потребителю при данном доходе и данных ценах наборы товаров X и Y представлены точками, находящимися на **бюджетной линии**.

Линия, отображающая множество вариантов набора из двух благ, приобретение которых требует одинаковых денежных затрат, называется **БЮДЖЕТНОЙ ЛИНИЕЙ**.

Для того чтобы построить бюджетную линию, выведем на основе уравнения (5.8) **уравнение бюджетной линии**:

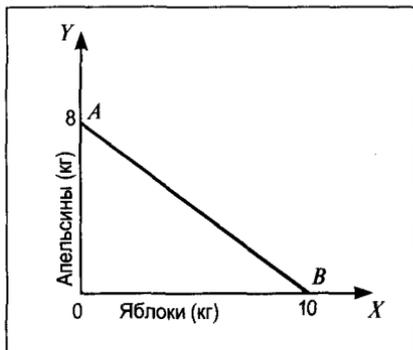
$$Y = \frac{M}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} X. \quad (5.9)$$

Очевидно, что мы имеем уравнение типа $y = a - bx$, которое выражает прямую линию с отрицательным наклоном.

Предположим, что доход потребителя Тани составляет 240 р. Она покупает апельсины (товар Y) и яблоки (товар X). Цена одного килограмма апельсинов равна 30 р, а цена одного килограмма яблок — 24 р.

Рис. 5-10. ▽
Бюджетная линия.

При доходе в 240 р. и цене апельсинов и яблок соответственно 30 и 24 р. бюджетная линия AB показывает комбинации этих благ, которые Таня может позволить себе купить.



В этом случае уравнение бюджетной линии имеет такой вид:

$$Y = \frac{240}{30} - \frac{24}{30}X = 8 - \frac{4}{5}X.$$

Построим данную бюджетную линию (см. рис. 5-10).

Бюджетная линия AB ограничивает пространство OAB , представляющее собой множество точек, каждая из которых означает набор двух товаров, доступных потребителю. Но лишь точки, расположенные на бюджетной линии, выражают наборы, при покупке которых доход тратится без остатка. Точки, лежащие за пределами бюджетной линии, отражают наборы, недоступные потребителю.

Значение свободного члена уравнения бюджетной линии $\left(\frac{I}{P_Y}\right)$ показывает длину отрезка вертикальной оси от начала системы координат до пересечения с бюджетной линией (OA). Экономический смысл этой величины — количество единиц товара Y , которое может купить потребитель, при условии, что он весь доход будет тратить на приобретение данного товара. Это — реальный доход потребителя, выраженный в единицах товара Y .

Коэффициент $\left(-\frac{P_X}{P_Y}\right)$ при независимой переменной X показывает наклон бюджетной линии, отражающий отношение цен товаров X и Y , т. е. степень их доступности для потребителя.

Очевидно, что длина отрезка OB показывает то количество единиц товара X , которое Таня может купить, если она будет

направлять весь доход на приобретение только данного товара, т. е. реальный доход потребителя, выраженный в яблоках, составит $\frac{M}{P_x}$.

На рис. 5-10 показано, что Таня может купить на свой денежный доход 8 кг апельсинов ($\frac{240}{30}$) или 10 кг яблок ($\frac{240}{24}$), если она будет тратить весь свой доход на потребление одного из этих товаров.

Изменение денежного дохода и положение бюджетной линии

Поскольку положение бюджетной линии и размеры ограничиваемой ею области бюджетных возможностей зависят от величины дохода и относительных цен товаров, то их изменение приведет к сдвигу бюджетной линии. Рассмотрим сначала, как изменяется положение бюджетной линии при изменении дохода потребителя.

Предположим, что доход потребителя вырос при неизменном отношении цены обоих товаров. Графически это отразится на длине отрезка OA , она увеличится. При этом наклон бюджетной линии не изменится. Следовательно, бюджетная линия сдвинется вправо и займет положение, параллельное прежнему. Тем самым расширятся бюджетные возможности индивида, вырастет его реальный доход, выраженный в единицах как одного, так и другого товара (одновременно вырастет длина отрезка OB). Если доход потребителя уменьшится, то будет иметь место параллельный сдвиг бюджетной линии влево.

Вернемся к нашему примеру. Если денежный доход Тани увеличится с 240 до 300 р., то ее реальный доход вырастет до 10 кг яблок или 12,5 кг апельсинов. Бюджетная линия AB на рис. 5-11 займет положение $A'B'$. Уравнение новой бюджетной линии $A'B'$ примет вид: $Y = 10 - \frac{4}{5}X$.

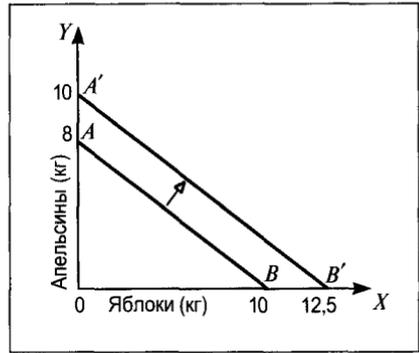
Изменение отношения цен и положение бюджетной линии

Теперь рассмотрим, как изменится положение бюджетной линии, если изменится отношение цен товаров при неизменном денежном доходе.

Рис. 5-11. ▷

Влияние изменения дохода на положение бюджетной линии.

Увеличение денежного дохода Тани с 240 до 300 р. при неизменном соотношении цен апельсинов и яблок приводит к параллельному сдвигу бюджетной линии вправо. Она из положения AB переходит в положение $A'B'$.



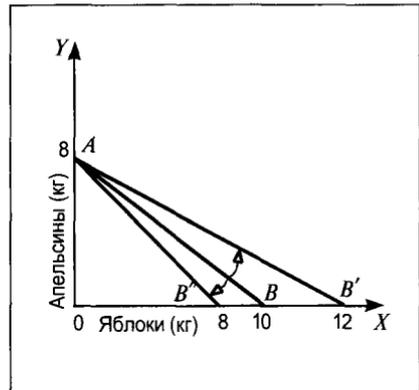
Предположим, что цена товара X снизилась при прежнем уровне цены товара Y . В этом случае уменьшится наклон бюджетной линии, определяемый соотношением цен товаров X и Y . Вырастет реальный доход, выраженный в единицах товара X , тогда как реальный доход, выраженный в единицах товара Y , останется прежним.

Вернемся к нашему примеру. Пусть цена яблок снизится до 20 р. (при доходе 240 р.). Тогда уравнение бюджетной линии примет вид: $Y = 8 - \frac{2}{3}X$. Бюджетная линия AB займет положение AB' . По мере снижения цены на яблоки, бюджетная линия будет становиться все более пологой. Таким образом, снижение цены на яблоки приводит к повороту бюджетной линии против часовой стрелки вокруг точки пересечения бюджетной линии с вертикальной осью (рис. 5-12). Наоборот,

Рис. 5-12. ▷

Влияние изменения соотношения цен на положение бюджетной линии.

Снижение цены яблок с 24 до 20 р. при неизменном денежном доходе Тани и прежней цене апельсинов приводит к повороту бюджетной линии против часовой стрелки вокруг точки пересечения бюджетной линии с вертикальной осью. Она из положения AB переходит в положение AB' . Увеличение цены яблок с 24 до 30 р. приводит к повороту бюджетной линии по часовой стрелке. Она займет положение AB'' .



увеличение цены яблок приведет к повороту бюджетной линии по часовой стрелке вокруг той же точки. Так, при увеличении цены яблок до 30 р., уравнение бюджетной линии примет вид $Y = 8 - X$ и бюджетная линия AB займет положение AB'' .

Положение потребительского равновесия

Анализируя кривые безразличия, мы рассмотрели желания потребителя, придя к выводу, что для него предпочтительнее находиться на более высокой из них. Рассматривая бюджетные линии, мы установили возможности потребителя, определив, что для него предпочтительнее находиться на более высокой бюджетной линии. В условиях ограниченного дохода потребитель вынужден удовлетворять те желания, которые не выходят за пределы его бюджетных возможностей, но вместе с тем он сделает оптимальный выбор только в том случае, если ему удастся в максимальной степени удовлетворить потребности в рамках своих возможностей, т. е. добиться максимизации общей полезности потребляемого набора благ.

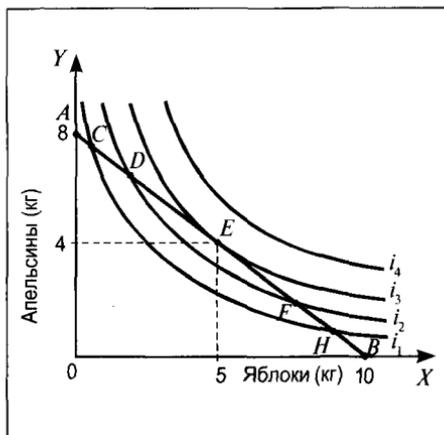
Чтобы установить, каким образом потребитель может достигнуть такого положения, следует совместить анализ желаний с анализом возможностей. Для этого нанесем на карту безразличия бюджетную линию. Определяя положение точки оптимального выбора на этой карте, прежде всего укажем, что она должна находиться на бюджетной линии, так как только в этом случае доход будет израсходован полностью. За пределы бюджетного ограничения потребителю не позволяют выйти размеры его дохода. Однако нахождение на бюджетной линии является необходимым, но недостаточным условием оптимального выбора потребителя, так как разные точки на этой линии характеризуют различную структуру удовлетворяемых потребностей. Между тем только в одной точке поведение потребителя оказывается оптимальным, максимизирующим общую полезность набора благ. Каким образом найти эту точку? Для того чтобы ответить на поставленный вопрос, обратимся к рис. 5-13.

Пусть потребитель первоначально находится в точке B . Его путь по бюджетной линии вверх будет проходить через множество «перекрестков» данной линии с кривыми безразличия. В

Рис. 5-13. ▽

Потребительское равновесие.

На рисунке показана карта безразличия Тани с нанесенной на нее бюджетной линией. Любая точка на бюджетной линии является для Тани достижимой, но она не может выйти за пределы этой линии. Только набор, представленный точкой *E*, состоящий из 4 кг апельсинов и 5 кг яблок, представляет максимально возможный уровень полезности, так как эта точка расположена на наивысшей из кривых безразличия, имеющих общие точки с бюджетной линией. В точке *E* бюджетная линия является касательной к кривой безразличия.



целях упрощения обозначим на рисунке только четыре из них — *C*, *D*, *F*, *H*. Свернуть с бюджетной линии потребитель не может. Как было указано выше, нахождение на бюджетной линии — необходимое условие потребительского равновесия. Пойдя направо, потребитель выйдет за пределы своих бюджетных возможностей, пойдя налево — не израсходует полностью свой доход. В какой точке он должен остановиться? В точке *H*? Ни в коем случае, так как он окажется на кривой безразличия i_1 , нижней из представленных на рисунке. Положение в точке *F* окажется предпочтительнее, чем в точке *H*, так как она расположена на более высокой кривой безразличия i_2 и общая полезность набора благ окажется более высокой. Но и эта кривая не является самой высокой. Нашему индивиду следует двигаться дальше. На его пути оказывается точка *E*, находящаяся на кривой безразличия i_3 . Если он продолжит свой путь, то окажется уже на более низкой кривой безразличия, что ухудшит его потребительское положение. Следовательно, ему следует остановиться в точке *E*. Тем самым он очутится в положении равновесия, любой шаг в ту или иную сторону только ухудшит его положение. Если проследим путь потребителя из точки *A* вниз по бюджетной линии, то придем к тому же результату. В нашем примере оптимальный выбор состоит в потреблении набора, состоящего из 4 кг апельсинов и 5 кг яблок. Приобретая такой набор, индивид расходует свой доход 240 р. полностью и максимизирует полезность потребляемого набора благ.

Как видно из рис. 5-13, точка E — это точка касания бюджетной линии и одной из кривых безразличия.

РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ — состояние потребителя, при котором он покупает товары и услуги при данных ценах и денежном доходе в таких объемах, что достигает максимальной общей полезности и расходует при этом весь доход.

У потребителя отсутствуют стимулы к изменению своего положения.

В точке равновесия наклон бюджетной линии совпадает с наклоном кривой безразличия. Поскольку наклон кривой безразличия равен $-MRS_{x,y}$, а наклон бюджетной линии ра-

вен $-\frac{P_x}{P_y}$, то условие потребительского равновесия означает, что

$$MRS_{x,y} = \frac{P_x}{P_y}. \quad (5.10)$$

Левая часть равенства (5.10) показывает, в какой пропорции потребитель желает заменить один товар другим, правая часть — в какой пропорции он может это сделать. Эта возможность определяется соотношением цен товаров.

Желаем вам всегда оказываться в точке потребительского равновесия. Только в этом случае вы лучше всего используете свои возможности.

Построение кривой индивидуального спроса

На рис. 5-13 изображено положение потребительского равновесия для Тани при ее денежном доходе, составляющем 240 р., и ценах на апельсины и яблоки по 30 и 24 р. соответственно. Но данное положение не является «застывшим». Оно изменяется по мере изменения как величины дохода, так и относительных цен на приобретаемые товары.

Предположим, что при неизменном доходе изменяется в сторону снижения цена на один из товаров — яблоки. В этом случае бюджетная линия Тани, как мы уже знаем, изменяет

свое положение, двигаясь против часовой стрелки, касаясь тем самым все более высоко расположенных кривых безразличия. Это говорит о том, что Таня удовлетворяет свои потребности в возрастающих объемах, т. е. максимизирует общую полезность приобретаемого набора товаров. В связи с этим положение ее потребительского равновесия будет изменяться. Так как Таня является рациональным потребителем (а только поведение такого потребителя принимается нами во внимание), то она при любых изменяющихся условиях будет занимать положение потребительского равновесия, которое также изменяется. Каждому новому равновесному положению в нашем примере будет соответствовать увеличивающийся объем потребления яблок.

Исходя из такого поведения потребителя, можно построить кривую спроса на яблоки. Координатами каждой точки такой кривой будут являться объемы спроса, определяемые положениями равновесия потребителя, и соответствующие им изменяющиеся цены на яблоки. Вследствие этого кривая принимает отрицательный наклон.

Таким образом, мы, находясь на позициях порядкового подхода, показали, что в основе построения функции спроса на отдельный товар лежит функция полезности, т. е., стремясь в каждый данный момент максимизировать общую полезность, потребитель поступает в соответствии с требованиями закона спроса.

5.5. ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ И РЫНОЧНЫЙ СПРОС

В предыдущих параграфах речь шла о построении кривой индивидуального спроса. Как указывалось в главе 3, равновесные цена и объем рынка товара определяются пересечением кривых рыночного спроса и предложения.

Теперь нам следует перейти от кривой *индивидуального* спроса к кривой *рыночного* спроса.

Индивидуальный спрос зависит от многих факторов. Каждый индивид принимает решение о покупке тех или иных товаров и услуг суверенно, т. е. независимо от других индивидов. Поэтому кривые спроса отдельных потребителей отличаются друг от друга своей формой.

РЫНОЧНЫЙ СПРОС — общий объем спроса, предъявляемого всеми покупателями данного товара или услуги.

Кривая рыночного спроса строится на основе кривых спроса отдельных индивидов, выступающих на рынке данного товара или услуги в качестве покупателей, так как объем рыночного спроса при каждом значении цены представляет собой сумму объемов спроса всех потребителей. Отрицательный наклон кривых индивидуального спроса определяет отрицательный наклон кривой рыночного спроса.

Построение кривой рыночного спроса производится методом горизонтального суммирования.

В табл. 5-3 представлен спрос трех школьников — Нины, Петра и Федора — на билеты в кино. Эти школьники обладают различными денежными возможностями и разными вкусами. Поэтому спрос их будет неодинаков.

Таблица 5-3

Индивидуальный и рыночный спрос

Цена, р.	Величина спроса (посещений кинотеатров)			
	Нины	Петра	Федора	Рыночный
60	1	0	0	1
50	2	0	0	2
40	3	1	0	4
30	4	2	0	6
20	5	3	1	9
10	6	4	2	12

На рис. 5-14 представлены кривые спроса каждого из трех школьников и кривая рыночного спроса (для упрощения предполагаем, что на рынке представлен спрос только этих трех индивидов).

Мы видим, что если цена билета превышает 40 р., то в кино пойдет только Нина. Либо ее друзьям билеты не по карману, либо они не настолько любят кино, чтобы платить за билеты столь высокую цену. Если цена билета снизится до

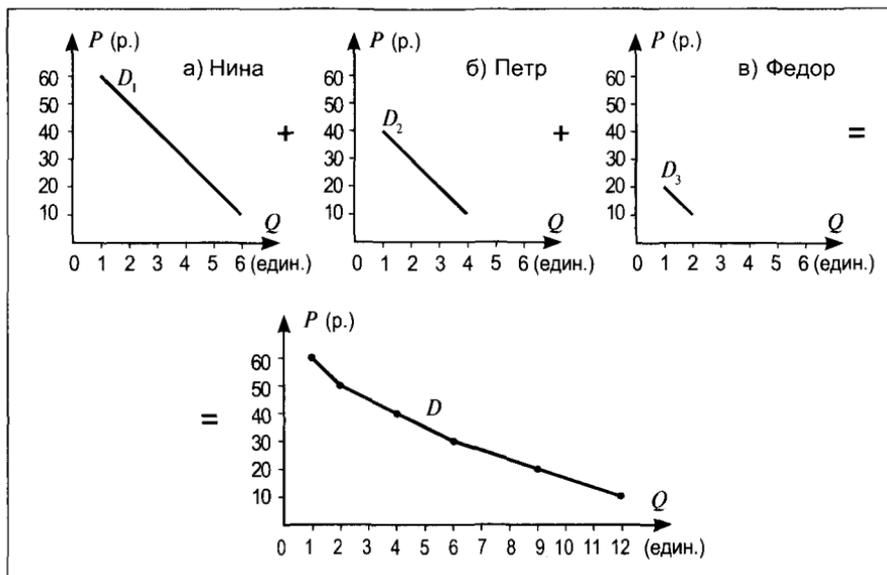


Рис. 5-14. Δ

Построение кривой рыночного спроса.

Кривая рыночного спроса представляет собой сумму по горизонтали индивидуальных кривых спроса.

40 р., то в кинозале появится Петр; и только при снижении цены билета до 20 р. спрос на кинорынке предъявит и Федор.

В результате суммирования объемов спроса всех индивидов появляется кривая рыночного спроса. Обращает на себя внимание, что она сдвигается вправо по мере появления на рынке новых покупателей и является ломаной. При этом число изломов будет тем больше, чем больше покупателей представлено на рынке данного товара. Когда их число становится достаточно большим, изломы становятся неразличимыми и кривая сглаживается. Поэтому кривые рыночного спроса выглядят как гладкие линии.

В основе изучения поведения потребителя лежит теория предельной полезности, а действие закона обратной зависимости спроса от цены объясняется убывающей предельной полезностью благ.

Потребительское поведение рассматривается с позиций количественного (кардиналистского) и порядкового (ординалистского) подходов.

Согласно количественному подходу, теория исходит из того, что потребитель соизмеряет полезности различных благ. Он стремится приобрести на ограниченный денежный доход такой набор благ, который позволил бы ему максимизировать удовлетворение потребностей, и при этом соблюдает правило максимизации полезности, когда предельные полезности приобретаемых товаров и услуг в расчете на рубль потребителя оказываются одинаковыми. Порядковый подход предполагает не количественное соизмерение полезностей, а лишь их ранжирование. Предпочтения потребителя характеризуются кривыми безразличия, а его возможности — бюджетными линиями.

Наклон кривых безразличия отражает предельную норму замещения двух благ, являющуюся выражением предельной полезности. Стремясь к максимальному удовлетворению потребностей, потребитель оказывается в положении равновесия, при котором предельная норма замещения благ равна обратному соотношению цен на них.

Изменения в уровне дохода потребителя, а также в относительных ценах товаров и услуг приводят к изменению его равновесного положения. При изменении цены товара потребитель, стремясь максимизировать полезность, изменяет объем предъявляемого спроса на него. Поэтому в основе кривой спроса лежит поведение рационального потребителя.

На основе кривых индивидуального спроса строится кривая рыночного спроса, которая вместе с кривой рыночного предложения лежит в основе определения уровня равновесной цены товара или услуги.

? *Контрольные вопросы и задания*

1. Является ли полезность объективным свойством того или иного блага?
2. В чем заключается связь закона убывающей предельной полезности с законом обратной зависимости спроса от цены?
3. Какую информацию несут кривые безразличия? Почему они являются выпуклыми по отношению к началу системы координат? В каких случаях они принимают иную форму?
4. Какую информацию несет бюджетная линия? Почему она имеет форму прямой линии с отрицательным наклоном? Что показывает точка пересечения бюджетной линии с осью координат?
5. Как изменится положение бюджетной линии, если изменится цена товара, количество которого откладывается на вертикальной оси?
6. Почему точка касания бюджетной линии и кривой безразличия соответствует положению потребительского равновесия? Почему точка, в которой кривая безразличия пересекает бюджетную линию, не может являться точкой оптимального выбора?
7. Составьте таблицу индивидуального и рыночного спроса на основе выбранных вами гипотетических цифр и постройте кривую рыночного спроса.

ФИРМА. ПРОИЗВОДСТВО И ИЗДЕРЖКИ

Прочитав эту главу, вы узнаете:

- ✦ что представляет собой современная фирма;
- ✦ чем отличаются друг от друга предприятия, имеющие разную организационно-правовую форму;
- ✦ что представляет собой общий, средний и предельный продукт фирмы;
- ✦ в чем состоит закон убывающей предельной эффективности;
- ✦ что включается в бухгалтерские и экономические издержки;
- ✦ что представляют собой бухгалтерская и экономическая прибыли;
- ✦ какая взаимосвязь существует между уровнем издержек и объемом выпускаемого фирмой продукта;
- ✦ что понимается под эффектом масштаба производства;
- ✦ почему в экономике, наряду с крупными, имеется большое число мелких фирм.

В главе 2 указывалось, что субъектами рынка являются домашние хозяйства и фирмы. Если домашние хозяйства выступают в качестве потребительских ячеек экономики, то фирмы являются производственными ячейками. Мы рассмотрели поведение потребителей и установили, что в основе предъявляемого ими рыночного спроса лежит теория предельной полезности. Между тем уровень рыночных цен складывается под воздействием не только спроса, но и предложения. В этой и последующей главах речь пойдет о факторах, под влиянием

которых складывается рыночное предложение. Мы рассмотрим, каким образом фирмы решают вопрос об объемах предлагаемых на рынке товаров и услуг.

6.1. СОВРЕМЕННАЯ ФИРМА

Металлургический комбинат, швейная фабрика, ресторан, строительное управление, супермаркет, банк, видеотека, проектный институт... Все это разные предприятия. Они отличаются друг от друга по профилю работы, размерам, характеру продукции, структуре управления, организационно-правовой форме. Но все они объединяются нами общим понятием «фирма». Что же общего между ними? Что скрывается за этим понятием?

ФИРМА — это коммерческая организация, осуществляющая затраты факторов производства для создания жизненных благ и их продажи с целью получения прибыли.

Рассмотрим это определение подробнее.

Во-первых, фирма — это место, где в результате взаимодействия производственных факторов создаются и реализуются продукция и услуги. Общую модель функционирования фирмы как комбинации производственных факторов можно представить в виде следующей схемы (см. рис. 6-1).

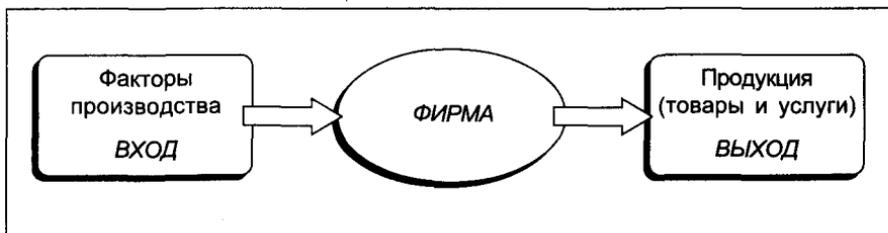


Рис. 6-1. Δ
Общая модель функционирования фирмы.

Фирма выступает как блок, на входе (input) которого — производственные факторы, а на выходе (output) — продукция (работы, услуги).

Фирма, во-вторых, не просто комбинация производственных факторов. Это в то же время организация — группа людей, работа которых сознательно координируется в определенных целях, это производственный коллектив. В нем сотрудничают, взаимодействуют собственники и наемные работники: рабочие и служащие, управляющие (менеджеры) и исполнители. У этих групп появляются общие цели, и в то же время каждая из них имеет свои собственные интересы. Эти интересы не всегда совпадают, что может вызвать противоречия между этими группами.

Вовремя разрешить эти противоречия и не допустить их перерастания в конфликты — важная задача руководителей фирмы. В то же время фирма как организация вступает как единое целое в многообразные отношения с внешней средой — с поставщиками и потребителями (покупателями) продукции, с партнерами и конкурентами, государственными органами, общественными организациями, а иногда и с политическими партиями.

Фирма — коммерческая организация

В-третьих, фирма — коммерческая организация. В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации коммерческими являются организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. В дальнейшем мы убедимся в том, что получение максимума прибыли — основная, но не единственная цель фирмы. В определенных обстоятельствах такой целью может быть выживание, расширение рынка сбыта продукции, техническое перевооружение и т. п.

Наряду с коммерческими, существуют также некоммерческие организации, для которых получение прибыли не является основной целью. Их прибыль не может распределяться между участниками. Такими организациями являются потребительские кооперативы, общественные и религиозные объединения, благотворительные фонды.

Для того чтобы фирма была официально признана самостоятельной коммерческой организацией, она должна получить соответствующее своему положению «звание». Такой правовой статус придает фирме ранг *юридического лица*. Этим предприятие отличается от отдельных граждан, которых законодательство именует *физическими лицами*.

ЮРИДИЧЕСКИМ ЛИЦОМ признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс или смету.

Итак, первый и основной признак фирмы как юридического лица — наличие у нее *обособленного имущества*.

Это значит, что имущество предприятия отделено от имущества других фирм, организаций, граждан, государства и т. п. Но это обособление может быть разным. Гражданский кодекс России допускает три формы обособления имущества:

1. Фирма—собственник имущества. Она управляет и распоряжается им, имеет право продавать его, отдавать в залог или сдавать в аренду и т. д. Собственниками своего имущества являются все негосударственные предприятия (см. подробнее 6.2).

2. Фирма имеет имущество в хозяйственном ведении. Она владеет, пользуется и распоряжается им, но не является его собственником. Собственник (например, федеральное правительство или городская администрация) контролирует его использование и сохранность, а также имеет право на получение части прибыли. Фирма не имеет права без согласия собственника продавать, передавать в залог или аренду недвижимую часть находящегося в его ведении имущества (землю, здания, сооружения). Имущество такого предприятия является неделимым. Его нельзя распределять между работниками фирмы.

3. Имущество находится в оперативном управлении фирмы.

Это относится к так называемым государственным «казенным» предприятиям (см. 6.2). Они также не являются собственниками закрепленного за ними имущества. На них распространяются все названные выше ограничения и запреты. Более того, собственник имущества вправе изъять излишнее, неиспользуемое либо используемое не по назначению имущество и распорядиться им по своему усмотрению.

Наряду с фирмами, производственной деятельностью занимаются отдельные граждане (физические лица), т. е. *индивидуальные предприниматели* (фермер, автослесарь, консультант по маркетингу, мелкий торговец и т. п.). В США число таких предпринимателей превышает 13 млн. Они не являются юридическими лицами, рискуют в случае убытков всем своим имуществом, не используют, как правило, наемный труд. Им не присваивается фирменное название. В остальном же деятельность индивидуальных предпринимателей регулируется теми же правилами, что и деятельность предприятий — юридических лиц¹.

6.2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ФИРМЫ

Читая и слушая рекламные объявления, разглядывая фирменный бланк или упаковку товара, мы обнаруживаем, что название фирмы включает в себя обязательно какую-нибудь аббревиатуру — «АО», «ПК», «ГП» или латинские буквы «Ltd», «AG», «GmbH» и другие. Это обозначает не что иное, как характеристику организационно-правовой формы предприятий. В нашем примере это «Акционерное общество», «Производственный кооператив», «Государственное предприятие», «Общество с ограниченной ответственностью». Российское законодательство различает десять различных типов фирм, которые отличаются друг от друга по формам собственности, составу, участию в работе фирмы, характеру материальной ответственности, распределению доходов. Что-

¹ Теоретически индивидуальный предприниматель — это тоже фирма. Но по действующему в России законодательству фирмами считаются только юридические лица.

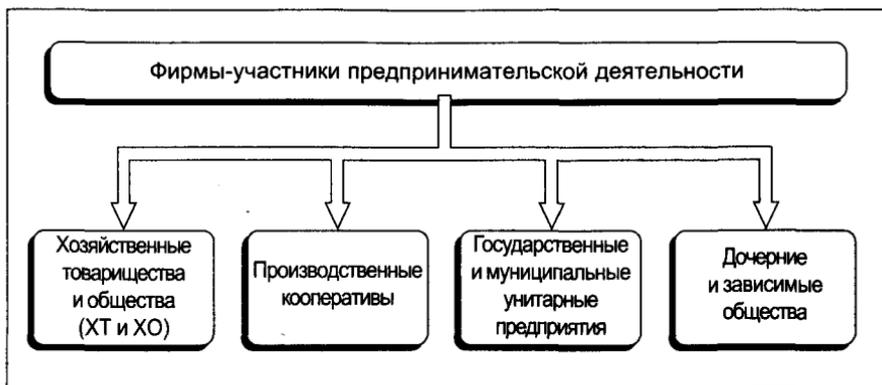


Рис. 6-2. Δ
Четыре группы фирм.

Различные типы фирм можно объединить в четыре группы, которые отличаются друг от друга по формам собственности, характеру управления и виду материальной ответственности.

бы разобраться в этих особенностях, удобно сначала разделить все типы предприятий на четыре крупные группы (см. рис. 6-2).

Рассмотрим каждую из этих групп детальнее.

Хозяйственные товарищества и общества

Главными особенностями *хозяйственных товариществ и обществ* являются следующие:

— Капитал этих предприятий образуется за счет вкладов учредителей. Он именуется «складочным» или, по бухгалтерской терминологии, «уставным» капиталом. Вкладом участников могут быть деньги, ценные бумаги, средства и предметы» труда, нематериальные ценности (имущественные права, патенты, программные продукты и т. п.).

— Уставный капитал разделен на доли — вклады участников. Например, если уставный капитал равен 100 млн р., он может быть разделен на 1000 долей по 100 тыс. р. каждая. Участник, который внес в уставный капитал 500 тыс. р., станет обладателем 5 долей.

ХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ТОВАРИЩЕСТВАМИ И ОБЩЕСТВАМИ признаются коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) участников уставным капиталом.

Важно отметить также, что все имущество хозяйственного товарищества или общества принадлежит ему на основе права собственности.

Мы указали здесь на общие черты, присущие любому обществу или товариществу. Однако в рамках этой группы хозяйственных организаций существуют несколько разных по своей организационно-правовой форме типов фирм (см. рис. 6-3).

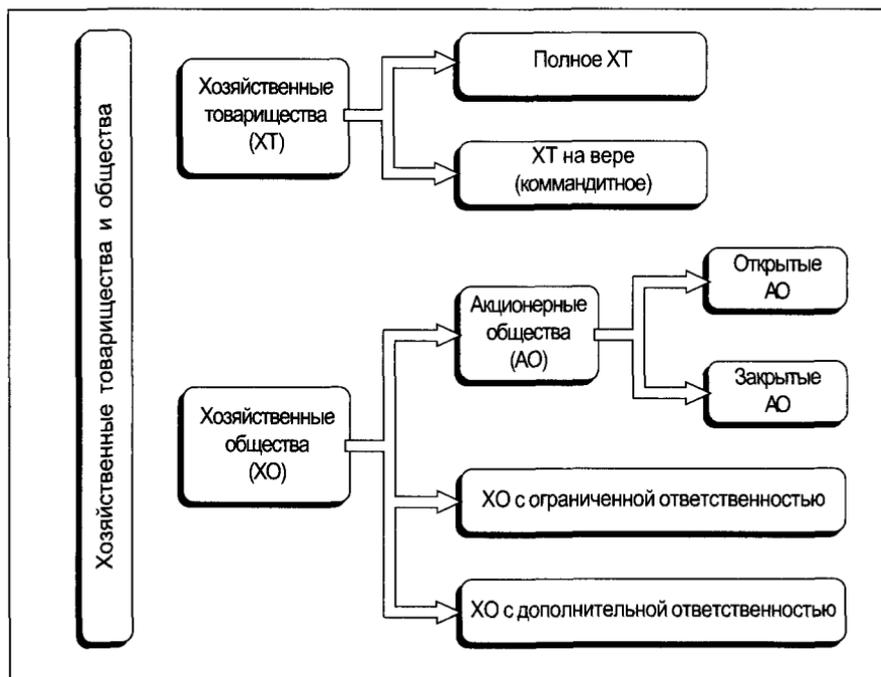


Рис. 6-3. Δ

Типы хозяйственных товариществ и обществ.

Хозяйственные товарищества подразделяются на полные товарищества и товарищества на вере (коммандитные товарищества). Хозяйственные общества имеют форму акционерных обществ (открытых и закрытых), обществ с ограниченной ответственностью и обществ с дополнительной ответственностью.

Чем отличаются друг от друга хозяйственные товарищества и общества?

Во-первых, товарищество — это объединение *лиц*, которые принимают непосредственное участие в работе фирмы, а общество — это объединение *капиталов*. Его участники могут в фирме не работать. Поэтому в любом обществе обязательно создается специальный орган управления.

Во-вторых, участниками хозяйственных товариществ могут быть отдельные граждане и индивидуальные предприниматели¹, а членами хозяйственных обществ — отдельные граждане и юридические лица. Хозяйственное общество может быть создано даже одним лицом (физическим или юридическим), которое становится его единственным участником.

Перейдем теперь к характеристике двух форм хозяйственных товариществ. Их особенности показывает таблица 6-1.

Таблица 6-1

**Полные товарищества и товарищества на вере
(командитные товарищества)**

Виды товариществ Характеристики	Полное товарищество	Товарищество на вере (командитное)
Участники	Полные товарищи	Полные товарищи и вкладчики-командитисты
Отвечают по обязательствам фирмы	Всем своим имуществом	Полные товарищи — всем своим имуществом. Командитисты — собственным вкладом
Участвуют в деятельности фирмы и в управлении	Полные товарищи	Полные товарищи

Наиболее существенным здесь является требование полной материальной ответственности — каждый полный товарищ рискует не только своим вкладом, но и всем имуществом, которым располагает он и его семья. Если к это-

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации предусматривает, что участниками товариществ могут быть коммерческие организации.

му добавить, что управление товариществом осуществляется по общему согласию участников, т. е. каждый из них имеет «право вето», станет понятным, почему члены товариществ — это чаще всего близкие родственники или люди, которых связывает дружба и полное взаимное доверие. За рубежом, в частности в США, фирмами, аналогичными товариществам, являются партнерства. В настоящее время в США имеется более одного миллиона организаций этого типа.

Самой существенной особенностью *общества с ограниченной ответственностью* является то, что все его участники не отвечают своим личным имуществом по обязательствам фирмы и рискуют только стоимостью внесенных ими вкладов.

Общество с дополнительной ответственностью отличается от общества с ограниченной ответственностью тем, что его участники несут материальную ответственность по обязательствам фирмы своим личным имуществом в одинаковом для всех размере, кратном стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами общества.

Пример. Если кратное число равно трем, то участники *A* и *B*, которые внесли в уставный капитал соответственно 5 и 8 млн р., отвечают не только этими суммами, но и личным имуществом на 1,5 и 2,4 млн р.

Обе формы хозяйственных обществ (полные и командитные товарищества) имеют одну общую черту. Доли участников в уставном капитале нельзя свободно продавать и покупать. Преимущественное право их приобретения имеют только участники общества. Эти доли не являются ценными бумагами, они не реализуются на фондовой бирже. Все это придает таким обществам закрытый характер.

Несмотря на это, общества такого типа весьма многочисленны. Так, например, в Германии большинство крупных предприятий являются обществами с ограниченной ответственностью. В то же время в других странах с развитой рыночной экономикой, например в США, преобладающей формой крупных корпораций являются акционерные компании. Акционерными обществами являются практически все крупные и отчасти средние российские фирмы, которые были приватизированы в 1992–1995 гг.

Перейдем к рассмотрению акционерных обществ.

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО — это коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций; его участники (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

АКЦИЯ — это ценная бумага, выпускаемая акционерным обществом, удостоверяющая членство в обществе и дающая право на получение части прибыли общества в виде дивиденда.

Акции бывают обыкновенные и привилегированные.

Владелец **обыкновенной акции** имеет право участвовать в управлении фирмой, голосовать на общем собрании акционеров. Поэтому такие акции часто называют «голосующими». Сумма дивиденда, которую может получить собственник обыкновенных акций, зависит, во-первых, от величины полученной обществом прибыли и, во-вторых, от того, каким образом распределит эту прибыль общее собрание акционеров.

Привилегированные акции (их доля не должна превышать 25% в общем объеме уставного капитала) гарантируют получение фиксированного дивиденда (например, 100 тысяч рублей на одну акцию). Кроме того, владелец таких акций имеет преимущественное право на получение части имущества предприятия (или его стоимости) в случае ликвидации общества. Существенная особенность этих акций заключается и в том, что они, как правило, не являются «голосующими».

Выпуск (эмиссия) акций и их распространение путем подписки проводятся при создании акционерного общества, а также и в дальнейшем с целью привлечения дополнительных средств для развития предприятия, осуществления научно-технических программ и т. д. Решение о дополнительном выпуске акций принимает общее собрание акционеров.

Статус **закрытого акционерного общества** близок к статусу общества с ограниченной ответственностью, с той лишь разницей, что доли в уставном капитале акционерного общества имеют форму акций (обыкновенных и привилегированных). Эти акции распределяются только среди учредителей и избранного круга лиц. Акционерные общества закрытого типа не имеют права проводить открытую подписку на свои акции.

Акции **открытого акционерного общества** распространяются, наоборот, только путем открытой подписки. Участники этих обществ имеют право свободно продавать свои акции на рынке ценных бумаг. Это превращает фирму в активного участника этого рынка, позволяет ей не только привлекать дополнительные капиталы, но и получать дополнительный доход за счет разницы между фактической продажной (курсовой) ценой акций и их начальной, «стартовой», номинальной стоимостью.

Акционерные общества выпускают не только акции, но и облигации.

ОБЛИГАЦИЯ — это ценная бумага, содержащая обязательство акционерного общества оплатить в установленный срок ее стоимость и фиксированную сумму процента.

Владелец облигации, в отличие от акционера, не является собственником части имущества предприятия. Он дает свои деньги в займы. С наступлением срока погашения долга акционерное общество обязано не только вернуть ему эти деньги, т. е. выкупить облигации, но и выплатить гарантированную сумму дохода в виде процента.

Акционерное общество, которое решило изыскать дополнительные деньги путем выпуска ценных бумаг, всегда стоит перед нелегким выбором. Продавая акции, фирма, казалось бы, ничем не рискует. Ведь эти акции не надо выкупать, а сумма дивидендов по этим акциям не является фиксированной. Однако дополнительная эмиссия акций ведет к тому, что число акционеров увеличивается, учредители «разводняют» свой капитал, а удельный вес их голосов на общем собрании

уменьшается. Продажа облигаций таких неприятных последствий не имеет, но зато несвоевременное выполнение обязательств по облигациям может поставить фирму перед угрозой банкротства.

Управление акционерным обществом

Высшим органом управления акционерным обществом является **общее собрание его акционеров**. Круг принципиальных вопросов, находящихся в исключительной компетенции общего собрания, определяется законом и уставом общества. Российское законодательство предусматривает, что если число акционеров превышает 50 человек, то в обществе создается **совет директоров**. Избрание этого совета, а также досрочное прекращение его полномочий — прерогатива общего собрания акционеров. Решения на общем собрании принимаются простым большинством голосов при голосовании по формуле «одна акция — один голос». Устав общества может предусматривать принятие отдельных решений так называемым квалифицированным большинством (две трети, а иногда даже три четверти голосующих акций). Руководство текущей деятельностью акционерного общества осуществляет коллегиальный (правление, дирекция) или единоличный (директор, генеральный директор) орган управления. Компетенция совета директоров оговаривается в уставе общества. Орган управления подотчетен как совету, так и общему собранию акционеров.

Принципы работы акционерных обществ придают этой организационно-правовой форме фирмы определенные преимущества для развития и функционирования экономики. Они состоят в том, что эта форма создает условия для свободного перелива капиталов в наиболее перспективные отрасли экономики путем купли-продажи акций. Кроме того, эта форма позволяет концентрировать денежные средства для реализации крупных проектов и программ. Она является демократичной как по организации управления, так и потому, что может охватить широкий круг участников. Наконец, она помогает устанавливать тесные связи между различными фирмами. Это преимущество акционерной формы реализуется, в частности, путем создания дочерних и зависимых обществ.

Что представляет собой дочернее общество? Предположим, что какое-либо акционерное общество решило учредить новую фирму. Вновь учрежденная фирма представляет собой зависимое от первого хозяйственное общество, которое обычно называется **дочернее общество**. Подчиненное положение дочернего общества чаще всего обусловлено тем, что учредившее его общество обладает большим пакетом акций дочерней фирмы. Такой пакет акций обеспечивает руководителям основного общества большинство голосов на собрании акционеров.

Количество акций, обеспечивающее большинство голосов на собрании акционеров, называется **КОНТРОЛЬНЫМ ПАКЕТОМ АКЦИЙ**.

Для того чтобы иметь контрольный пакет акций, не обязательно обладать 50% их плюс одна акция. Объясняется это тем, что значительная часть акций продается мелким акционерам, которые не участвуют в собрании акционерного общества. При голосовании же принимаются во внимание голоса только присутствующих на собрании лиц.

Подчиненное положение дочернего общества определяется и тем, что в учредительном договоре может быть предусмотрено его обязательство следовать указаниям-командам своего учредителя или инвестора. Во всех других отношениях дочернее общество — это самостоятельная фирма. Оно не отвечает по долгам основного общества (товарищества), между тем как материнская фирма несет солидарную с дочерней ответственность за долги и убытки, которые возникли в результате выполнения ее указаний.

Зависимое хозяйственное общество

Зависимость одной фирмы от другой не ограничивается отношением между дочерним и материнским обществами. Зависимое хозяйственное общество отличается от дочернего тем, что оно, по крайней мере формально, не подчинено

какой-либо другой фирме. Зависимый статус определяется удельным весом той части ее уставного капитала или акций, которыми владеет какая-либо другая фирма. В этом случае не имеет значения, каким образом та или иная фирма попала в зависимость. Хозяйственное общество признается зависимым, если другое (участвующее, преобладающее) общество имеет более 20% голосующих акций акционерного общества или 20% уставного капитала общества с ограниченной ответственностью.

Зависимость одной фирмы от другой нередко порождает цепочку взаимного участия фирм в уставных капиталах друг друга. Эта цепочка может оказаться многозвенной: фирма *А* может владеть 30% акций фирмы *Б*, а последняя — иметь 40% акций фирмы *В*. Теоретически число звеньев такой цепи может оказаться сколь угодно большим, однако пределы такого взаимного участия фирм в капиталах друг друга устанавливаются законом.

Производственный кооператив (артель)

В некоторых отраслях экономики важную роль играют производственные кооперативы, или артели.

Производственный кооператив (артель) — это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности. Артель может осуществлять производство, переработку и сбыт промышленной или сельскохозяйственной продукции. Имеются кооперативы, которые заняты торговлей, бытовым обслуживанием населения. Но во всех случаях их деятельность основана на личном или ином участии членов артели. Кроме того члены артели объединяют и свои паевые имущественные взносы.

Таким образом, артель, или производственный кооператив, — это объединение работников, непосредственно участвующих в процессе производства. «Трудовой» характер производственного кооператива проявляется и в целом ряде других его особенностей:

- прибыль кооператива распределяется между его членами не пропорционально капиталу (паевому взносу), а в соответствии с их трудовым участием;

- в таком же порядке распределяется имущество, оставшееся после ликвидации кооператива и удовлетворения требований его кредиторов;
- при принятии решений общим собранием все члены кооператива равны: каждый из них имеет, независимо от величины своего паевого взноса, только один голос;
- разрешено превращать часть имущества кооператива в неделимый фонд, который используется на общие цели предприятия.

Унитарные предприятия

Сильные позиции в современной постсоциалистической российской экономике занимает ее государственный сектор. Еще в 1990 г. почти 90% основного капитала страны принадлежало государству. В настоящее время доля государственного сектора не превышает 40%. Значительная часть предприятий военно-промышленного комплекса, производственной и социальной инфраструктуры являются до сих пор государственными. Часть из них превратилась в государственные акционерные компании, то есть в акционерные общества с преобладающей долей акций в руках государства, а остальные являются государственными и муниципальными унитарными предприятиями.

УНИТАРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ — это коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней имущество.

Законодательство предусматривает существование двух типов унитарных предприятий:

- унитарное предприятие, основанное на праве хозяйственного ведения;
- унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления, — федеральное казенное предприятие.

Общее для этих двух типов предприятий состоит в том, что они могут создаваться только как государственные или муниципальные. При этом они не являются собственниками закрепленного за ними имущества, которое является недели-

мым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе и между работниками предприятия. Руководитель унитарного предприятия назначается уполномоченным на то государственным органом (федеральным правительством, администрацией области, мэрией и т. д.).

Две эти разновидности унитарных предприятий отличаются друг от друга прежде всего по своим имущественным правам.

Мы уже выяснили, что означают права «хозяйственного ведения» и «оперативного управления». Напомним, что права оперативного управления значительно более жесткие. Федеральное казенное предприятие имеет право распоряжаться своим имуществом только по разрешению собственника. На унитарное предприятие, основанное на праве хозяйственного ведения, распространяется принцип самофинансирования. Собственник его имущества не отвечает по обязательствам такого предприятия. Оно имеет право самостоятельно создавать дочерние фирмы.

Если унитарные предприятия, основанные на праве хозяйственного ведения, могут быть учреждены по решению любого уполномоченного на то государственного органа или органа местного самоуправления, то федеральные казенные предприятия создаются только правительством Российской Федерации. Такие решения принимаются по отношению к предприятиям, жизненно важным для обеспечения экономической, военной или экологической безопасности страны. Перевод предприятия на «казенный» режим может быть только временной мерой. После реконструкции и финансового оздоровления возможен его перевод на режим хозяйственного ведения, а в дальнейшем — приватизация и превращение в акционерное общество.

6.3. ПРОДУКТ ФИРМЫ

Любая фирма, независимо от ее организационно-правовой формы, выпускает ту или иную продукцию. Продукт фирмы выступает, прежде всего, в натуральной форме — вещественной или невещественной. На металлургическом заводе — это тонны выплавленной стали, на автомобильном заводе — количество автомашин, в парикмахерской — численность обслуженных клиентов, в школе — число выпускников и т. п.

В производстве продукта используются различные ресурсы — труд, земля, капитал. При этом в течение определенного периода времени величина одних ресурсов может быть изменена, а других — остается неизменной. В связи с этим принято различать краткосрочный и долгосрочный периоды.

КРАТКОСРОЧНЫЙ ПЕРИОД — интервал времени, в течение которого величина одних факторов производства может изменяться, а размеры других остаются фиксированными.

ДОЛГОСРОЧНЫЙ ПЕРИОД — интервал времени, в течение которого величины всех факторов производства подвержены изменению.

Так, в течение того или иного периода времени фирма функционирует в условиях, когда она, используя неизменный объем капитала (производственные площади, станочный парк), может варьировать количество рабочих в зависимости от производственной необходимости. При этом продолжительность краткосрочного периода не связана жестко с какими-то временными рамками (месяц, квартал, полгода и т. д.). Она существенно различается в отдельных отраслях. Так, требуется несколько лет, чтобы построить новый автомобильный завод и оснастить его оборудованием. Вместе с тем можно в очень короткий срок увеличить пропускную способность столовой, поставив дополнительные столики, да и новую столовую построить можно довольно быстро. Следовательно, в автомобильной промышленности краткосрочный период значительно продолжительнее, чем в общественном питании.

В данной главе мы будем анализировать поведение фирмы в краткосрочном периоде, когда труд (количество рабочих или отработанных человеко-часов) является переменным ресурсом, а капитал (оборудование и производственные площади) — постоянным.

Для анализа использования переменного ресурса (труда) в фирме применяются показатели общего, среднего и предель-

ного продукта, средней и предельной производительности труда. Они выражаются в натуральных показателях (тоннах, метрах, киловатт-часах и т. д.).

ОБЩИЙ ПРОДУКТ (Q) — это объем продукции, произведенный фирмой за определенный период времени (например, за год).

Величина общего продукта фирмы зависит от того, какое количество труда (рабочих, инженеров и т. д.) вовлекается в производство, и от того, какой капитал вложен в данное предприятие, т. е. величина общего продукта находится в функциональной зависимости от величины труда и капитала. Эта зависимость может выражена в форме *производственной функции*, которая имеет вид:

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

Поскольку при рассмотрении выпуска продукции в краткосрочном периоде предполагается, что капитал является фиксированной величиной, то производственная функция принимает вид:

$$Q = f(L).$$

Показатель общего продукта не позволяет судить о том, насколько эффективно используются ресурсы. Например, на двух мебельных фабриках величина общего продукта одинакова. Она составляет 1000 столов, произведенных в течение месяца. Но на первой фабрике занято 100 работников, а на второй — только 50. Очевидно, что на второй фабрике труд рабочих в два раза эффективнее.

СРЕДНИЙ ПРОДУКТ (ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ) ТРУДА (AP_L)¹ — выпуск продукции в расчете на единицу труда (одного работника; один человеко-час труда).

$$AP_L = \frac{Q}{L},$$

где L — количество единиц труда.

Но величина среднего продукта труда не позволяет судить, какой вклад в прирост общего продукта вносит каждый

¹ Average Product of Labor.

дополнительный работник. Этот вклад можно определить на основе показателя предельного продукта (производительности) труда.

ПРЕДЕЛЬНЫЙ ПРОДУКТ ТРУДА (MP_L)¹ — это прирост общего продукта в результате применения дополнительной единицы труда (дополнительной рабочей силы).

Предельный продукт труда выражается отношением $\frac{\Delta Q}{\Delta L}$.

Если мы примем труд за фиксированный фактор производства, а капитал — за переменный, то сможем таким же образом исчислить величины средней капиталоотдачи (AP_K) и предельного продукта капитала (MP_K):

$$AP_K = \frac{Q}{K}, \quad MP_K = \frac{\Delta Q}{\Delta K},$$

где K — количество единиц капитала.

В табл. 6-2 представлены условные показатели выпуска мебельной фабрикой школьных парт.

Таблица 6-2

Общий, средний и предельный продукт мебельной фабрики (парты, шт.)

Затраты труда (количество рабочих, чел.)	Общий продукт труда (Q)	Средний продукт труда (AP_L)	Предельный продукт труда (MP_L)
0	0	0	4
1	4	4	6
2	10	5	3
3	13	4,33	2
4	15	3,75	1
5	16	3,2	

Данные, приведенные в табл. 6-2, представим графически (см. рис. 6-4 и 6-5).

¹ *Marginal Product of Labor.*

Рис. 6-4. ▷
График общего продукта фирмы.

График показывает, что общий продукт фирмы растет высоким темпом и кривая идет круто вверх. Но по мере привлечения в производство новых рабочих темп прироста общего продукта снижается и наклон кривой становится меньше. При вовлечении в производство 5-го рабочего общий продукт достигает максимальной величины.

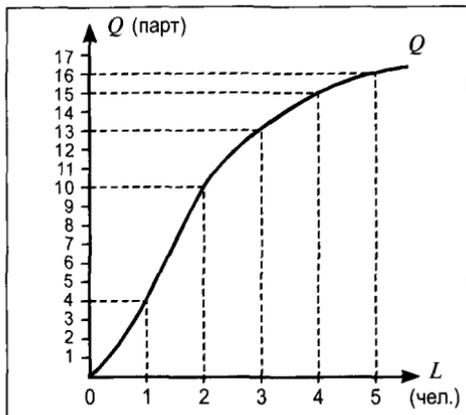
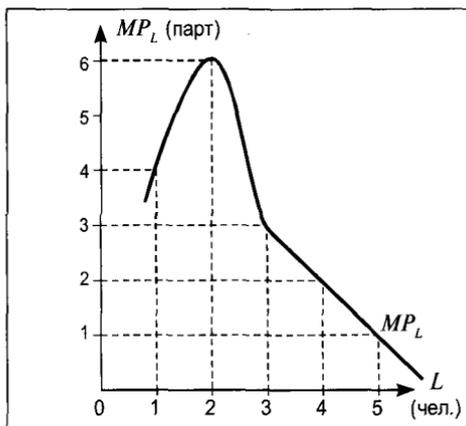


Рис. 6-5. ▷
График предельного продукта труда фирмы.

График показывает, что предельный продукт первоначально растет. Но после того как в производство было вовлечено двое рабочих, он начинает уменьшаться и по мере вовлечения в производство все новых и новых рабочих он будет приближаться к нулевому уровню.



Кривая на графике 6-4 показывает зависимость объема выпускаемого продукта от количества единиц используемого труда. Наклон этой кривой отражает динамику предельного продукта труда, которая выражена на графике 6-5. Он сначала увеличивается. Это связано с тем, что, как показывает таблица 6-2, труд двух первых рабочих характеризуется растущей предельной производительностью. Так, предельный продукт 1-го рабочего составляет 4 парты, а 2-го — 6 парт. Кривая предельного продукта на рис. 6-5 поэтому идет вверх. Но в дальнейшем каждый последующий рабочий создает постепенно уменьшающийся предельный продукт. В связи с этим наклон кривой Q становится более пологим,

что находит выражение в изменении наклона кривой MP_L , которая поворачивает вниз. Общий продукт достигает максимальной величины (16 парт), когда в производство вовлечено 5 рабочих. Привлечение шестого и последующих рабочих привело бы к сокращению величины общего продукта и кривая Q повернула бы вниз, а предельный продукт стал бы выражаться отрицательной величиной. Поэтому рациональный предприниматель никогда не станет привлекать шестого рабочего.

Закон убывающей эффективности

В убывании предельной производительности труда проявляется действие закона убывающей эффективности.

ЗАКОН УБЫВАЮЩЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ состоит в том, что, начиная с определенного момента, последовательное приращение переменного ресурса (например, труда) к неизменному количеству постоянного ресурса (например, капитала) приводит к снижению предельной производительности переменного ресурса.

Чем объяснить действие этого закона?

Можно ли считать, что на мебельной фабрике третий работник трудится хуже, чем второй, а четвертый — хуже третьего и т. д.? Нет. Мы исходим из того, что они трудятся с одинаковым старанием и добросовестностью. Но дело в том, что другой фактор производства — капитал — не изменяется по величине. Следовательно, постепенно на каждого рабочего будет приходиться все меньше производственной площади и оборудования. Например, часть рабочих будет вынуждена трудиться во вторую смену, когда производительность труда ниже. В результате этого привлечение дополнительного числа рабочих, начиная с определенного момента, не будет сопровождаться соответствующим увеличением общего объема продукта. Темпы роста объема общего продукта будут отставать от темпа увеличения числа рабочих. Формально можно представить и такое положение, когда численность рабочих вырастет до такой степени, что они начнут мешать друг другу и общий объем продукта начнет снижаться. Хотя на практике менедже-

ры фирмы едва ли пойдут на это. В нашем примере использовать труд более чем пяти рабочих нецелесообразно, так как привлечение шестого рабочего не приводит к увеличению выпуска общего продукта фирмы.

При изучении ситуации, изображенной на рис. 6-4 и 6-5, может возникнуть вопрос: всегда ли указанные объемы общего и предельного продукта труда и производительности труда будут такими, как они показаны на рисунках? Конечно, нет. Рисунки отражают используемую в данный момент технологию производства, соответствующую данному фиксированному объему применяемого капитала. Между тем технический прогресс существенно влияет на выпуск любого продукта (хотя и в различной степени). Если рабочие будут вооружены более производительной техникой и станут использовать более эффективную технологию, то они за тот же период времени станут создавать больший объем продукта. В результате этого кривая Q станет располагаться выше кривой, изображенной на рис. 6-4. Это будет означать, что соответствующее количество рабочих будет создавать больше продукта, чем при прежней технологии. Следовательно, в новых условиях закон убывающей эффективности будет действовать при более высоких уровнях показателей предельной производительности труда.

6.4. БУХГАЛТЕРСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИЗДЕРЖКИ

Почему за все надо платить?

Издержки (затраты) — одно из основных экономических понятий. Мы уже видели (см. главу 1), что любой человек может получить какое-нибудь экономическое благо, отказав себе в получении другого экономического блага. Это объясняется тем, что все экономические ресурсы ограничены. Когда мы покупаем пакет молока и платим за него ту или иную сумму денег, то мы соглашаемся оплатить затраты ресурсов на производство этого молока. Это предполагает, что мы отказались от другого блага, например от жевательной резинки, и не стали оплачивать затраты ресурсов на ее производство. Некоторые экономические блага нам достаются бесплатно, но это значит, что за них заплатил кто-то другой. Например, за «бесплатное» обра-

зование платит общество, т. е. домашние хозяйства и фирмы, которые вносят налоги в государственный бюджет, являющийся источником финансирования образования. Выделяя средства на развитие образования, государство оплачивает затраты ресурсов на то, чтобы обеспечить эту отрасль всем необходимым. Эти и множество других примеров говорят о том, что как отдельные фирмы, так и общество в целом несут определенные издержки, связанные с затратами ограниченных ресурсов. Все эти издержки должны быть оплачены.

Понятие «издержки» является не таким простым, как кажется на первый взгляд. Существуют различные концепции издержек, как и разные способы определения их величины. Между тем ни одна фирма не может рационально осуществлять свою деятельность, не прибегая к исчислению издержек. Да и любой из нас обычно рассчитывает, во что ему обойдется приобретение того или иного товара или услуги.

Бухгалтерские издержки и прибыль

Обратимся к издержкам фирмы. Прежде всего поставим вопрос: с какой целью определяются издержки? На этот вопрос бухгалтер вам ответит, что он определяет издержки, чтобы установить, во что обошлось фирме производство продукции.

БУХГАЛТЕРСКИЕ ИЗДЕРЖКИ (I_B) — стоимость израсходованных ресурсов в фактических ценах их приобретения.

Бухгалтерские издержки обычно называют себестоимостью продукции. Они фиксируют реально осуществленные денежные затраты. В них включаются затраты на сырье, материалы, топливо, энергию, заработную плату рабочих и управленческого персонала, арендную плату, проценты по полученным ссудам и т. п.

Важной статьей бухгалтерских издержек является амортизация основного капитала. Как мы уже видели, капитал — один из факторов производства в любой отрасли экономики. Составной частью капитала выступают здания и сооружения, машины и оборудование, при помощи которых создается продукция данной фирмы. Эта часть капитала называется **основным капита-**

лом (*fixed capital*). Как здания, так и оборудование подвержены снашиванию, поэтому срок их жизни ограничен. Здания могут использоваться в производстве в течение ряда десятилетий, а оборудование — от нескольких лет до 1,5–2 десятилетий. Таким образом, бухгалтер фирмы должен учитывать этот износ основного капитала и регулярно включать в издержки фирмы отчисления в счет износа (амортизации) основного капитала. Эта часть издержек получила название **амортизационных отчислений**, а сокращенно — амортизации.

Вычтя из общей выручки фирмы (В) сумму бухгалтерских издержек, можно установить величину бухгалтерской прибыли (Π_B). В табл. 6-3 представлена общая выручка, бухгалтерские издержки и прибыль фабрики, производящей игрушки, по итогам ее работы в течение какого-то периода времени (например, за год).

Таблица 6-3

Расчет бухгалтерской прибыли фабрики по производству игрушек

Показатели	Сумма, тыс. р.
Общая выручка	80
Бухгалтерские издержки	60
В том числе:	
а) заработная плата	20
б) материалы	25
в) топливо и энергия	7
г) аренда помещения	2
д) амортизация	1
е) процент по ссуде	5
Бухгалтерская прибыль	20

Экономические издержки и прибыль

Теперь предположим, что издержки исчисляет не бухгалтер, фиксируя осуществленные расходы, а вы — предприниматель. Цель предпринимателя — установить целесообразность дальнейшего продолжения своей предпринимательской деятельности. В этом случае вам необходимо принять иной подход

к исчислению издержек — не бухгалтерский, а экономический. Тогда вам придется включить в издержки не только фактические затраты, но и те доходы, которых вы лишаетесь, выбрав данный вариант вложения собственных средств и использования своего рабочего времени. Например, вы являетесь высококвалифицированным экономистом и вам предлагают работу в другой фирме в качестве директора по экономике с заработной платой 12 тыс. р. в год, где вы будете трудиться с примерно такой же интенсивностью, как в собственной фирме. Кроме того, вы учтете, что, изъяв принадлежащий вам капитал в размере 10 тыс. р. из своей фирмы, вы можете положить вырученные средства на депозит в банк, который будет выплачивать по нему доход из расчета 100% годовых, т. е. 10 тыс. р. в год. Таким образом, вы, используя альтернативный вариант вложения средств и использования своего времени, сможете получить доход в размере 22 тыс. р. Сейчас, приняв решение открыть свое дело, вы его лишаетесь. Это — ваши *неявные издержки* (I_H).

Неявные издержки вы должны прибавить к явным (бухгалтерским) $I_{я}$, чтобы получить экономические издержки ($I_{э}$), т. е.

$$I_{э} = I_{я} + I_H. \quad (6.4)$$

Вычтя из величины общей выручки фирмы экономические издержки, можно исчислить экономическую прибыль ($\Pi_{э}$).

$$\Pi_{э} = B - I_{э}. \quad (6.5)$$

Теперь определим ваши экономические издержки и экономическую прибыль (см. табл. 6-4).

Если бы вы использовали свой капитал и рабочее время наилучшим образом, т. е. выбрали бы лучший из альтернативных вариантов вложения собственных ресурсов, то получили бы общий доход в размере 82 тыс. р.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИЗДЕРЖКИ — это доход, который можно было бы получить при наиболее выгодном из альтернативных вариантов использования ресурсов.

Экономические издержки также называют **альтернативными издержками** или **издержками отвергнутых возможностей** (что указывает на то, что предприниматель отверг альтернативные варианты вложения ресурсов).

Расчет экономической прибыли фабрики по производству игрушек

Показатели	Сумма, тыс. р.
Общая выручка	80
Явные (бухгалтерские) издержки	60
Неявные издержки	22
В том числе:	
а) Альтернативная ценность использования времени предпринимателя	12
б) Альтернативное использование капитала	10
Экономические издержки	82
Экономическая прибыль	- 2

Теперь попытаемся ответить на вопрос: вы удовлетворены результатами своей предпринимательской деятельности? Конечно, нет. При бухгалтерской прибыли в размере 20 тыс. р. ваша экономическая прибыль составила отрицательную величину (- 2 тыс. р.). О чем это говорит? О том, что вы выбрали не лучший вариант вложения ресурсов.

Экономическую прибыль можно исчислить и другим способом. Из бухгалтерской прибыли, составившей 20 тыс. р., следует вычесть неявные издержки в размере 22 тыс. р., т. е. величину того дохода, который вы получили бы, не вкладывая ресурсы в фабрику по производству игрушек, при отвергнутом вами лучшим альтернативном варианте вложения средств. Разница также составит - 2 тыс. р.

С понятием «экономические (альтернативные) издержки» имеет дело любой из нас, осуществляя тот или иной экономический выбор. Например, при выборе вида транспорта (поезд или самолет) при передвижении из одного города в другой следует принимать во внимание не только цену билета (явные издержки), но и сумму дохода, которую мы могли бы получить за то время, которое находимся в пути (неявные издержки). Часто может оказаться, что более дешевый вид транспорта (поезд) оказывается в экономическом смысле более дорогим. Не случайно деловые люди высоко ценят свое время и предпочитают пользоваться не самым дешевым, а самым быстрым видом транспорта (вспомним выражение «время — деньги»).

При решении вопроса о поступлении на учебу следует учитывать не только издержки, непосредственно связанные с обучением, но и те доходы, которых вы лишаетесь, тратя время на учебу, а не на те виды деятельности, которые могли бы принести вам доход.

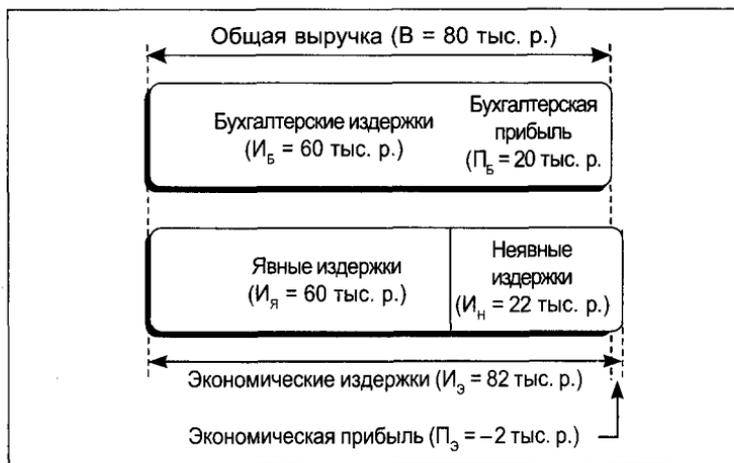
Экономические издержки можно рассматривать как те доходы, которые фирма обязана обеспечить поставщику ресурсов, чтобы отвлечь эти ресурсы от альтернативного использования. Представим себе, что на вашей фабрике работает столяр, в совершенстве владеющий японским языком. Вряд ли вы согласитесь платить ему больше, чем другим рабочим, лишь на этом основании. Но если в городе появится японская фирма, которой потребуются переводчик, то вы, чтобы удержать этого рабочего, будете вынуждены оплачивать ему и знание японского языка. В противном случае он переменит сферу своей деятельности.

В нашем примере мы исходили из того, что предприниматель отверг лучший из альтернативных вариантов использования ресурсов и был за это «наказан», неся экономический убыток. А в каком положении он оказался бы, выбрав наилучший (оптимальный) вариант? В этом случае бухгалтерская прибыль оказалась бы равной неявным издержкам, используемые ресурсы принесли бы максимально возможный доход и экономические издержки оказались бы равными выручке фирмы. Очевидно, что в этом случае экономическая прибыль была бы равна нулю. Но как на первый взгляд ни странно, предприниматель остался бы удовлетворен результатами своей деятельности. Получение нулевой прибыли показывает, что он ничего не теряет, вкладывая ресурсы в данный, а не любой из альтернативных вариантов вложения средств, т. е. выбранный вариант является оптимальным. Поэтому нулевая экономическая прибыль считается «нормальной» прибылью. Но следует при этом не забывать, что ей соответствует обычно средняя в данной отрасли бухгалтерская прибыль, все части которой с позиций экономических издержек являются доходами на те или иные ресурсы.

В каком случае предприниматель получит положительную экономическую прибыль? В том случае, если он, выбрав данный вариант вложения средств, использует их при этом более эффективно, чем при любом другом варианте их вложения.

Получение положительной экономической прибыли является следствием реализации предпринимательских способностей. Это — «премия» предпринимателю за использование новой техники и технологии, передовых методов организации производства. Ее часто называют сверхприбылью, так как она превышает по размерам среднюю бухгалтерскую прибыль. Ее получение стимулирует приток ресурсов в ту или иную сферу деятельности. Однако приток ресурсов вызывает увеличение рыночного предложения продукции, как следствие этого — снижение равновесной цены и исчезновение положительной прибыли, сведение ее к нулевой.

Рис. 6-6 поможет вам более четко понять разницу между приведенными в этом параграфе понятиями издержек и прибыли.



**Рис. 6-6. Δ
Издержки и прибыль.**

Бухгалтерские издержки представляют собой сумму, равную явным издержкам. Если из общей выручки от продажи продукции фирмы вычесть бухгалтерские издержки, будет получена сумма бухгалтерской прибыли. В экономические издержки, помимо явных, входят еще неявные, т. е. стоимость тех принадлежащих фирме ресурсов, которые были использованы для производства данной продукции. Сумма явных и неявных издержек составила 82 тыс. р., т. е. оказалась на 2 тыс. р. больше, чем общая выручка. В результате экономическая прибыль равна -2 тыс. р. Это говорит о том, что принадлежащие фирме ресурсы были использованы менее эффективно, чем это можно было бы сделать при иных, альтернативных вариантах.

6.5. КАК ИЗМЕНЯЮТСЯ ИЗДЕРЖКИ ФИРМЫ

В экономической теории при анализе деятельности фирм принимаются во внимание экономические издержки, о которых речь будет идти ниже.

В параграфе 6.3 было показано, как изменяется величина продукта, производимого фирмой, по мере увеличения объема используемого переменного ресурса (труда). Сейчас рассмотрим, как изменяется величина издержек фирмы при изменении объема выпускаемой продукции.

Различаются общие, средние и предельные издержки.

Общие издержки

ОБЩИЕ ИЗДЕРЖКИ (TC)¹ — издержки, связанные с выпуском всей продукции фирмы.

В краткосрочном периоде общие издержки делятся на общие постоянные и общие переменные. Существуют такие виды издержек, которые фирма несет даже в том случае, если продукция вообще не выпускается, их величина не находится в зависимости от выпуска продукции. Она является фиксированной.

Так, если фирма арендовала производственное помещение, то она должна вносить установленную арендную плату, независимо от того, в каком объеме выпускается продукция, и даже в том случае, если она вообще не выпускается. То же самое относится и к сумме процентов по ссуде, полученной в банке. Постоянные издержки включают в себя и амортизационные отчисления по износу основного капитала.

ОБЩИЕ ПОСТОЯННЫЕ ИЗДЕРЖКИ (TFC)² — это та часть общих издержек фирмы, которая не зависит от объема производимой продукции.

Значительная часть издержек находится в прямой функциональной зависимости от объема выпускаемой продукции. Это затраты на сырье, материалы, топливо и энергию для

¹ *Total Cost.*

² *Total Fixed Cost.*

технологических целей, заработную плату рабочих. Например, чем больше изделий выпускает швейная фабрика, тем больше ее затраты на ткани, пуговицы, электроэнергию и т. д.

ОБЩИЕ ПЕРЕМЕННЫЕ ИЗДЕРЖКИ (TVC)¹ — это часть общих издержек фирмы, величина которых находится в прямой зависимости от выпуска продукции.

Средние издержки

Если общие издержки связаны с выпуском всего объема продукции фирмы, то средние издержки — с выпуском единицы продукции. Различаются средние общие, средние постоянные и средние переменные издержки.

СРЕДНИЕ ОБЩИЕ ИЗДЕРЖКИ (ATC)² — общие издержки в расчете на единицу продукции.

$$ATC = \frac{TC}{Q} = AFC + AVC. \quad (6.6)$$

СРЕДНИЕ ПОСТОЯННЫЕ ИЗДЕРЖКИ (AFC)³ — это общие постоянные издержки в расчете на единицу продукции.

$$AFC = \frac{TFC}{Q}. \quad (6.7)$$

СРЕДНИЕ ПЕРЕМЕННЫЕ ИЗДЕРЖКИ (AVC)⁴ — это общие переменные издержки в расчете на единицу продукции.

$$AVC = \frac{TVC}{Q}. \quad (6.8)$$

¹ *Total Variable Cost.*

² *Average Total Cost.*

³ *Average Fixed Cost.*

⁴ *Average Variable Cost.*

Средние издержки не позволяют судить, насколько изменятся общие издержки при выпуске еще одной единицы продукта. Так, если, например, общие средние издержки при выпуске 5 единиц продукта равны 20 р., то это не значит, что производство шестой единицы продукта приведет к увеличению общих издержек на 20 р. Между тем при определении оптимального объема выпуска продукции необходимо знать, насколько вырастут или уменьшатся общие издержки фирмы с выпуском дополнительной единицы продукта. Поэтому возникает необходимость исчисления предельных издержек.

ПРЕДЕЛЬНЫЕ ИЗДЕРЖКИ (MC)¹ — это прирост общих издержек, связанный с выпуском дополнительной единицы продукта.

Так как прирост общих издержек вызван приростом только общих переменных издержек (величина общих постоянных издержек является неизменной), то

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}. \quad (6.9)$$

В табл. 6-5 приведены условные показатели издержек велосипедного завода.

На основе представленной в табл. 6-5 информации построим кривые общих издержек (см. рис. 6-7).

Динамика общих издержек

Прежде всего обратим внимание, что кривая постоянных издержек (TFC) представляет собой линию, параллельную горизонтальной оси, что говорит об отсутствии функциональной зависимости между объемом выпуска продукции и величиной постоянных издержек.

Кривая общих переменных издержек (TVC) носит восходящий характер. В связи с тем что общие издержки представляют собой сумму общих постоянных и общих переменных издер-

¹ *Marginal Cost.*

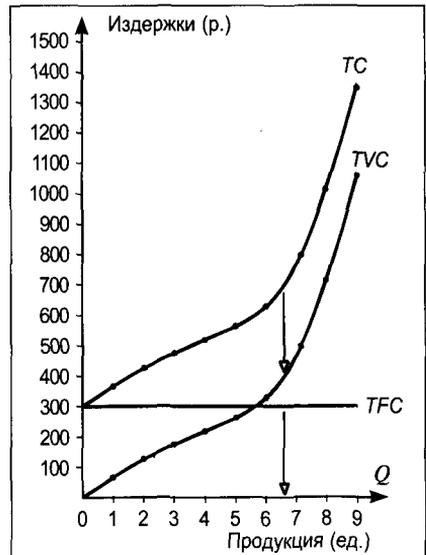
Издержки фирмы

Выпуск продукции, шт.	Издержки, р.						
	Общие постоянные	Общие переменные	Общие	Предельные	Средние постоянные	Средние переменные	Средние общие
0	300	0	300		—	—	—
1	300	70	370	70	300	70	370
2	300	130	430	60	150	65	215
3	300	180	480	50	100	60	160
4	300	220	520	40	75	55	130
5	300	270	570	50	60	54	114
6	300	330	630	60	55	50	105
7	300	510	810	180	43	73	116
8	300	710	1010	200	38	89	126
9	300	1060	1360	350	33	118	151

Рис. 6-7. ▽

Общие издержки фирмы по производству велосипедов.

Общие постоянные издержки (TFC) выражены в виде горизонтальной линии. Общие переменные издержки (TVC) возрастают по мере увеличения выпуска продукции. Точно так же возрастают общие издержки (ТС). Расстояние по вертикали между кривыми ТС и TVC, отмеченное стрелкой, равно величине TFC, также отмеченной стрелкой.



жек, форма кривой общих издержек (TC) повторяет форму кривой TVC . Расстояние между этими двумя кривыми постоянно при любом выпуске продукции и равно величине общих постоянных издержек.

Как видно из графика, наклон кривых TVC и TC не является одинаковым на протяжении всего выпуска продукции. Сначала эти кривые возрастают в убывающем темпе, что отражает снижение величины предельных издержек, происходящее до тех пор, пока фирма выпускает менее 5 единиц продукции. Предельные издержки, связанные с выпуском пятой и каждой последующей единицы, возрастают. Это находит отражение в увеличении наклона кривой TVC . Точно так же возрастает наклон кривой TC .

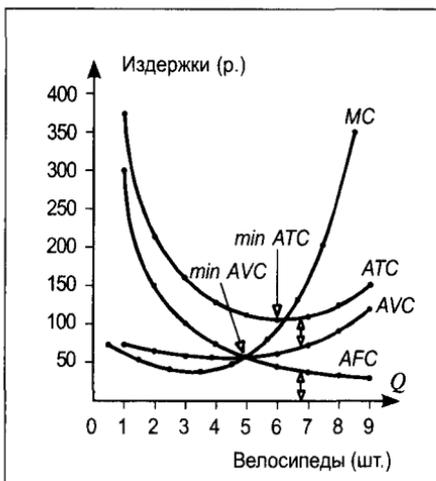
На рис. 6-8 изображены кривые средних и предельных издержек фирмы.

Кривая предельных издержек (MC) отражает наклон кривых TVC и TC , который, как указывалось выше, сначала уменьшается, а затем увеличивается. Поэтому она имеет U -образную форму. При выпуске менее чем 5 единиц общие переменные издержки растут медленнее, чем объем производства продукции, так как реализуются преимущества разделения труда между рабочими, еще не исчерпаны все возможности улучшения технологии и совершенствования методов организации производства. Но рано или поздно эти

Рис. 6-8. ▷

Кривые средних и предельных издержек фирмы.

Кривая AFC асимптотически приближается к горизонтальной оси, так как по мере увеличения объема выпускаемой продукции общие постоянные издержки распределяются на все большее число выпускаемых велосипедов. Кривые AVC и ATC U -образны, расстояние между ними равно величине средних постоянных издержек, поэтому оно сокращается. Кривая MC также имеет U -образную форму. Она пересекает кривые AVC и ATC в их минимальных точках.



резервы оказываются в значительной степени использованными. Так как станочный парк не растет, то дальнейшее наращивание выпуска продукции оказывается связанным с привлечением рабочих к сверхурочной работе, оплачиваемой по повышенным ставкам оплаты труда, но характеризующейся снижающейся производительностью. В результате этого рост общих переменных (а значит, и общих) издержек начинает опережать рост объема производства. Мы наблюдаем следствие действия уже известного нам закона убывающей эффективности. Со снижением предельного продукта труда предельные издержки, наоборот, увеличиваются.

Изменение предельных издержек вызывает изменение средних переменных и средних общих издержек, динамика которых повторяет динамику предельных издержек. В нашем примере кривая AVC достигает минимума при выпуске 5 единиц, а кривая ATC — при выпуске 6 единиц. Когда фирма выпускает больше 6 единиц, общие средние издержки растут.

Что касается средних постоянных издержек, то с ними наблюдается совершенно иное положение. Их величина по мере увеличения выпуска «распределяется» на возрастающее число единиц продукции, вследствие чего они неуклонно снижаются, а кривая AFC асимптотически приближается к горизонтальной оси. Например, при выпуске 2 единиц их величина составляет 150 р., а при выпуске 9 единиц — снижается до 33 р. Таким образом, любое увеличение масштабов производства всегда приводит к снижению средних постоянных издержек. Поэтому в тех фирмах, в которых доля постоянных издержек в составе общих издержек велика, наращивание объема выпуска продукции приводит к существенному снижению средних общих издержек. Приведем в качестве примера кинотеатр. Здесь величина заработной платы работников, износ оборудования, потребление топлива и электроэнергии почти не зависят от числа зрителей. Поэтому увеличение наполняемости зрительного зала весьма значительно сокращает средние общие издержки.

Расстояние между кривыми ATC и AVC представляет собой величину средних постоянных издержек. Оно постепенно сокращается в связи с уменьшением величины средних постоянных издержек.

Фирма должна уделять большое внимание анализу средних издержек. Этот вид издержек тесно связан с ценой товара, так как относится, как и цена, к единице продукции. Сравнение цены со средними издержками позволяет установить величину прибыли фирмы от реализации единицы продукта и целесообразность выпуска продукции. Фирма получает прибыль, если цена превышает средние общие издержки, и терпит убытки, если она оказывается ниже их уровня. При равенстве цены и средних издержек прибыль оказывается нулевой.

Средние издержки зависят от предельных издержек. Если предельные издержки, т. е. издержки от выпуска еще одной единицы продукции, меньше средних издержек, то они «тянут» средние издержки вниз. Если предельные издержки больше средних, то они «тянут» их вверх. И только если предельные издержки равны средним, то средние остаются на прежнем уровне. Почему так происходит? Поясним примером, не относящимся к экономике. Предположим, что вы в течение текущего учебного семестра получили три оценки по математике: 3, 4 и 5. Очевидно, что ваш средний балл по этому предмету равен 4. Что вы должны сделать, чтобы его увеличить? Разумеется, получить дополнительную (предельную) оценку выше четверки. Если же вы получите оценки 3 или 2, то ваш средний балл понизится. Мы видим, что предельные оценки влияют на среднюю. Точно так же происходит и с соотношением предельных и средних издержек.

Таким образом, кривая MC пересекает кривые AVC и ATC в их минимальных точках.

6.6. КАКОЙ РАЗМЕР ФИРМЫ СЧИТАТЬ ОПТИМАЛЬНЫМ

Эффект масштаба производства

Фирмы отличаются друг от друга, в частности, своей производственной мощностью, т. е. они ориентированы на выпуск различных объемов продукции. Наряду с достаточно крупными фирмами, насчитывающими десятки тысяч работников, существуют средние по размеру, мелкие и мельчайшие фирмы. Фирма может состоять и из одного работника или из членов одной семьи.

Каждая действующая фирма, как мы уже знаем, стремится выпускать продукцию в таком объеме, когда средние издержки минимальны. Но в коротком периоде фирма ограничена существующей производственной мощностью, прежде всего величиной своего капитала. Между тем на предприятиях различной производственной мощности, действующих в рамках одной и той же отрасли, объемы выпуска продукта, при которых минимизируются средние издержки, различны, т. е. каждая фирма имеет свою кривую средних издержек. Она может выбрать оптимальный выпуск продукции в рамках своей кривой средних издержек.

Любая фирма, функционируя в рамках краткосрочного периода, а значит, будучи ограничена своей производственной мощностью, планирует свою деятельность на перспективу. Это значит, что она исходит из того, что в долгосрочном периоде она может неограниченно изменять свою производственную мощность. Планируя свою деятельность, фирма моделирует кривые средних издержек при различных вариантах производственной мощности. Это позволяет установить такой объем продукции, при котором средние издержки окажутся минимальными, и, следовательно, выбрать такой вариант производственной мощности, который позволит минимизировать средние издержки.

Иногда полагают, что чем крупнее предприятие, тем более дешевую продукцию оно выпускает. Но это не так. Существуют различные эффекты масштаба производства: положительный, отрицательный и неизменный.

В одних случаях рост общих издержек отстает от роста выпуска продукта. В результате возникает положительный эффект масштаба производства.

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ МАСШТАБА ПРОИЗВОДСТВА заключается в сокращении средних издержек с увеличением масштабов производства.

Если рост общих издержек опережает рост выпуска продукта, то возникает отрицательный эффект масштаба производства.

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ МАСШТАБА ПРОИЗВОДСТВА заключается в увеличении средних издержек с увеличением масштаба производства.

Если рост общих издержек равен росту выпуска продукции, то наблюдается неизменный эффект масштаба производства.

НЕИЗМЕННЫЙ ЭФФЕКТ МАСШТАБА ПРОИЗВОДСТВА заключается в том, что при изменении масштаба производства величина средних издержек не изменяется.

Тот или иной вид эффекта масштаба производства обуславливает размеры минимально эффективного размера предприятия.

МИНИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНЫЙ РАЗМЕР ПРЕДПРИЯТИЯ — это такой его размер, при котором объем производства позволяет минимизировать средние издержки.

В разных отраслях наблюдаются различные минимально эффективные размеры предприятия.

В одних отраслях они характеризуются довольно значительными объемами выпуска продукции. Это главным образом отрасли тяжелой промышленности, такие, как металлургия и машиностроение. В этих отраслях сложилась олигополистическая структура, о которой пойдет речь в следующей главе. Почти вся продукция отрасли представлена несколькими крупными предприятиями. Хорошо известны такие предприятия, как ЗИЛ, АвтоВАЗ, Магнитогорский металлургический комбинат, в которых трудится по несколько десятков тысяч человек и которые располагают значительным капиталом. Нельзя представить себе конкурентоспособное небольшое предприятие в этих отраслях.

Но наряду с такими отраслями существуют отрасли, в которых минимально эффективный размер предприятия невысок. К ним относятся, прежде всего, отрасли сферы услуг,

розничная торговля, легкая, хлебопекарная промышленность, строительство. В них преобладают предприятия малого бизнеса, которые здесь часто бывают более жизнеспособными, чем крупные фирмы.

Имеются и такие отрасли, в которых сосуществуют как небольшие, так и крупные фирмы. Это деревообрабатывающая, мебельная промышленность, производство тары.

Преимущества крупных фирм

Какие факторы определяют положительный эффект масштаба производства?

Во-первых, специализация, позволяющая отдельные производственные операции выполнять на различных видах специализированного оборудования, часто в специализированных подразделениях, силами рабочих, обладающих узкой профессией, но добившихся высокой степени профессионализма. Важную роль играет и специализация управленческого персонала. Например, в мелких фирмах обычно сам предприниматель разрабатывает стратегию развития фирмы, исследует издержки, осуществляет текущее оперативное планирование и т. д. В более крупных фирмах он уже нанимает экономиста для выполнения этих функций, а в еще более крупных имеются экономические отделы. Тот, кто был на самых крупных предприятиях, мог видеть, что там имеется экономическое управление, в состав которого обычно входят отделы перспективного развития фирмы, анализа издержек и ценообразования, оперативного планирования, финансов и др. Затраты, связанные с содержанием управленческого персонала, в крупных фирмах обычно окупаются повышением эффективности производства и конкурентоспособности продукции.

Во-вторых, положительный эффект масштаба производства достигается благодаря возможности использования высокопроизводительного и дорогостоящего оборудования, которое эффективно используется только при полной загрузке и новейших технологиях. В этом случае снижаются издержки, связанные с эксплуатацией оборудования, так как в расчете на единицу продукции цена высокопроизводительного оборудования, как правило, ниже, чем низкопроизводительного.

В-третьих, крупные фирмы обладают существенными преимуществами на рынке. Покупка сырья и продажа продукции крупными партиями обычно связаны с меньшими средними издержками, чем мелкими партиями. Крупные фирмы также значительно расширяют границы рынка своей продукцией, они часто реализуют ее не только на национальном, но и на мировом рынке.

В-четвертых, как правило, крупные фирмы имеют преимущества при получении банковских ссуд, которые предоставляются им под более низкие ставки процента, чем мелким фирмам, так как они обычно имеют репутацию надежных заемщиков.

Почему очень крупные фирмы неэффективны?

Вместе с тем при определенных размерах выпуска продукции положительный эффект масштаба производства сменяется отрицательным. Чем это объяснить?

Прежде всего — сложностью управления крупной фирмой. Структура управления ею чрезмерно усложняется и, как следствие этого, бюрократизируется. Информация, поступающая от одного органа управления к другому, искажается, возникает так называемый «информационный шум». Между руководителями и непосредственными исполнителями находится слишком много «этажей» управления. В результате этого менеджеры запаздывают с принятием решений, не всегда имеют достоверное представление о работе фирмы. Крупная фирма, как говорят американцы, подчас достигает стадии «неповоротливого бегемота», когда она перестает приносить соразмерные прибыли, а то и начинает нести убытки.

Также надо иметь в виду, что в крупной фирме ослабевают стимулы проявления инициативы работниками. Отсутствует наглядная связь между результатами работы отдельного сотрудника и фирмы в целом. Действительно, если вы работаете в маленькой фирме с несколькими работниками, со всеми из которых вы лично знакомы, то ясно себе представляете, в какой степени успех фирмы зависит от вас лично. В крупной фирме у работников это чувство отсутствует. Они чаще ощущают себя работниками какого-либо подразделения (цеха, отде-

ла), и часто интересы подразделения берут верх над интересами фирмы.

Роль мелкого бизнеса в экономике

Экономика большинства стран является «многоэтажной», в ней сосуществуют фирмы разных размеров. При этом фундаментом такого многоэтажного здания являются предприятия малого бизнеса. Сейчас в мире на долю малого бизнеса (предприятия численностью до 250 чел.) приходится 95% всех фирм. В общем выпуске продукции их удельный вес превышает 50%. Мелкие фирмы составляют «ткань» экономики, часто заполняя те ниши, в которые не идет крупный бизнес, дополняя его. Так, например, в США автомобили и бензин производят крупные фирмы. Но бензоколонки в большинстве случаев им содержать невыгодно, так как дневная выручка слишком мала, а издержки высоки. Поэтому они принадлежат индивидуальным предпринимателям. Совершенно очевидно, что без развитой сети бензоколонок эта страна не могла бы достичь современного уровня автомобилизации.

В чем причины живучести мелких фирм? Они действуют в отраслях с небольшим, минимально эффективным размером предприятия. Конкурентоспособными являются маленькая парикмахерская, небольшая семейная ферма, юридическая фирма, в которой работает один квалифицированный адвокат. У небольших фирм близки к нулю складские расходы (а в сфере услуг они отсутствуют). Они очень гибко приспосабливаются к изменяющейся рыночной ситуации, могут учесть индивидуальные особенности заказчика. Малый бизнес играет важную роль в развитии многих важных направлений научно-технического прогресса. В США на мелкий бизнес приходится около половины всех научно-технических разработок.

Очень часто небольшие фирмы сотрудничают с крупными, например поставляют комплектующие изделия автомобильным заводам или тару фирмам по выпуску сложной аппаратуры. Значительный экономический эффект дала получившая распространение на Западе система сотрудничества крупного и мелкого предпринимательства (франчайзинг). Она

чаще всего встречается в торговле и сфере услуг. В этой системе крупная головная фирма предоставляет мелкой фирме за плату исключительное право использовать свою торговую марку, может выделять ей кредит на льготных условиях, оказывает консультационные услуги, услуги по рекламе, сдает в аренду оборудование.

Следует также учитывать, что в некоторых случаях географические границы рынка невелики и удовлетворять спрос на таком рынке могут только небольшие фирмы. Так, в небольшом населенном пункте нужды местного рынка удовлетворяют небольшая хлебопекарня, один парикмахер или один зубной врач.

Мелкие фирмы играют значительную роль в реализации политики занятости. Они сосредотачивают у себя значительную часть экономически активного населения.

Важную роль в существовании мелкого бизнеса играет государственная поддержка.

России в наследство от командной экономики достался высокий уровень концентрации в большинстве отраслей экономики. Так, 2% крупных промышленных предприятий нашей страны, каждое из которых насчитывает свыше 5 тыс. работников, выпускает более 40% всего объема продукции, получает более половины всей прибыли, приносимой промышленностью. Во многих отраслях промышленности более 80% отдельных видов продукции выпускается одним-двумя предприятиями. В условиях монопольного господства государственной собственности мелкий бизнес практически отсутствовал либо носил «теневой» характер. Такое положение ограничивало степень гибкости экономики, не позволяло ей удовлетворять все многообразие потребностей людей. В условиях рыночной экономики мелкий бизнес начал развиваться, но уровень его развития пока невысок. На его долю приходится менее 8% национального производства продукции. Он представлен, в основном, торговыми, строительными, деревообрабатывающими, медицинскими фирмами. Государство предпринимает только первые шаги, направленные на создание условий по развитию мелкого бизнеса.

Фирма (предприятие) — это коммерческая организация (юридическое лицо), осуществляющая затраты факторов производства для создания жизненных благ и их продажи с целью получения прибыли. Производственной деятельностью вправе также заниматься без образования юридического лица отдельные граждане — индивидуальные предприниматели.

Предприятия отличаются друг от друга по отраслевой принадлежности, специализации, типу организации производства, структуре продукции, размерам, организационно-правовой форме.

Основными организационно-правовыми формами российских предприятий являются: хозяйственное товарищество (полное и «на вере», или коммандитное), хозяйственное общество (с ограниченной ответственностью, с дополнительной ответственностью, акционерное), производственный кооператив, унитарное предприятие, основанное на праве хозяйственного ведения или оперативного управления (федеральное казенное предприятие).

Они отличаются друг от друга по формам собственности, составу участников (вкладчиков, акционеров, пайщиков), их роли в деятельности предприятия и управлении, характеру имущественной ответственности и распределения доходов.

В рамках краткосрочного периода ресурсы, которые использует фирма, делятся на постоянные и переменные. Закон убывающей предельной производительности проявляется в том, что, начиная с определенного момента, общий продукт фирмы растет в замедляющемся темпе. Это обусловлено уменьшением предельного продукта переменного ресурса.

При анализе деятельности фирмы, наряду с бухгалтерскими издержками как фактически осуществленными платежами за ресурсы, рассматриваются экономические издержки, или издержки отвергнутых возможностей, в которые, кроме бухгалтерских, включаются неявные издержки, представляющие собой ценность ресурсов, принадлежащих фирме.

Издержки в краткосрочном периоде, как и ресурсы, подразделяются на постоянные и переменные. Исчисляются

как общие, так и средние издержки, или издержки в расчете на единицу продукта. Приращение общих издержек при увеличении выпуска продукта на единицу представляет собой предельные издержки. Кривые средних переменных, средних общих и предельных издержек имеют *U*-образную форму, обусловленную действием закона убывающей предельной производительности. На графике кривая предельных издержек пересекает кривые средних общих и средних переменных издержек в их минимальных точках.

В долгосрочном периоде возникает эффект масштаба производства, который определяет минимальный эффективный размер предприятия, позволяющий ему выпускать продукцию с минимальными средними издержками. В отдельных отраслях он различен. Поэтому в экономике всех стран, наряду с крупными фирмами, функционирует множество мелких фирм.

Контрольные вопросы и задания

1. Прокомментируйте следующие высказывания:
«Юридическим лицом может быть только предприятие».
«Каждая коммерческая организация — юридическое лицо».
«Предпринимательской деятельностью занимаются только юридические лица».
2. Чем отличаются друг от друга: полное товарищество от товарищества «на вере»; производственный кооператив от акционерного общества?
3. Какова взаимосвязь между общим, средним и предельным продуктом?
4. Почему экономические издержки называют издержками отвергнутых возможностей?
5. Укажите, какие издержки обучения в школе (лицее, колледже) следует отнести к явным и какие к неявным.
6. Определите, к каким издержкам относятся следующие виды затрат: на рекламу продукции, приобретение топлива, оплату процентов по выпущенным фирмой

займам, выплату налога на имущество, заработную плату управленческого персонала, расходы на заработную плату рабочих, амортизационные отчисления, налог с продаж.

7. Почему кривые средних общих, средних переменных и предельных издержек имеют U -образную форму? Почему такую форму не могут принимать кривые средних постоянных издержек?
8. Существуют ли преимущества крупного предприятия над мелким?

КОНКУРЕНЦИЯ И РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ

Прочитав эту главу, вы узнаете:

- ✦ чем отличаются друг от друга различные типы рыночных структур;
- ✦ каким образом определяется равновесное положение конкурентной фирмы;
- ✦ как строится кривая предложения конкурентной фирмы;
- ✦ почему в долгосрочном периоде конкурентные фирмы получают нулевую экономическую прибыль;
- ✦ как определяются оптимальный объем производства и цена продукции фирмой-монополистом;
- ✦ в чем заключается ценовая дискриминация;
- ✦ каковы экономические последствия монополистической структуры;
- ✦ в чем заключается антимонопольная политика государства;
- ✦ каковы отличительные черты поведения фирм-олигополистов;
- ✦ как функционируют рынки в условиях монополистической конкуренции.

Одной из важных черт рынка является конкуренция между фирмами—производителями товаров и услуг. Фирма обычно функционирует в определенной рыночной среде, где ее экономические интересы сталкиваются с интересами других фирм. Поэтому, планируя объем выпуска продукции или устанавливая цену на нее, фирма всегда должна исходить из особенностей конкурентной среды.

В настоящей главе мы углубим наше представление о рынке, покажем, что отдельные отрасли относятся к разным типам рыночных структур. Среди них надо различать: совершенную конкуренцию, монополистическую конкуренцию, олигополию и монополию.

7.1. ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

Прежде всего нам надо установить, по каким критериям мы будем различать рыночные структуры, которые сложились в тех или иных отраслях. Исследования экономистов показали, что в основу определения того, к какому типу относится та или иная рыночная структура, должны быть положены следующие критерии:

- количество фирм, представленных на рынке той продукции, которая выпускается данной отраслью;
- характер производимой продукции (стандартная или дифференцированная);
- наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в данную отрасль или выхода из нее;
- степень доступности экономической информации.

В одних отраслях, число представленных на рынке фирм велико, в других имеется лишь несколько крупных фирм. Так, в черной металлургии России 31% продукции в 1997 г. приходился на долю трех, а 56,6% — на долю восьми крупнейших предприятий отрасли. В то же время в пищевой промышленности эти цифры составили соответственно 5,4% и 9%, т. е. большая часть продукции выпускалась средними и мелкими предприятиями. Очень велико число представленных на рынке производителей в сельском хозяйстве.

Некоторые отрасли производят одинаковую, т. е. стандартизованную продукцию (например, металл, древесина, зерно). В других случаях продукция является дифференцированной (например, различные марки автомобилей или различные виды стирального порошка).

Каждая отрасль характеризуется наличием или отсутствием барьеров на пути вхождения в нее. В одних случаях таких барьеров практически нет или же они легкопреодолимы. Так, любой фермер может приступить к выращиванию огурцов на своем участке земли и продавать продукцию на рынке. В этом случае невелики и размеры первоначального капитала. Они не выступают в качестве существенного экономического барьера. Для того же чтобы организовать производство станков, необходим довольно значительный первоначальный капитал, что служит высоким барьером для вхождения в отрасль.

Наконец, в отдельных отраслях наблюдается различная степень доступности экономической информации. Мелкий фермер не видит в своем соседе-фермере конкурента, который мог бы повлиять на реализацию его продукции, так как на рынке выступает множество фермеров, производящих одинаковую продукцию, и каждый из них в отдельности не влияет на уровень цен. Поэтому соседи могут делиться своей технологией выращивания овощей. На рынках продуктов, которые производят несколько крупных фирм, они являются серьезными конкурентами и строго оберегают коммерческую тайну.

Все указанные признаки рыночных структур определяют характер ценообразования. Например, в сельском хозяйстве при производстве зерна или овощей фермер не может контролировать цены на свою продукцию. Это предполагает условия совершенной конкуренции. В условиях других трех рыночных структур фирма в той или иной степени осуществляет контроль над ценами, оказывая полное или частичное влияние на их уровень. Эти рыночные структуры поэтому обычно называют формами несовершенной конкуренции.

В табл. 7-1 показаны отличительные черты всех рыночных структур.

Таблица 7-1

Типы рыночных структур

Типы рыночных структур	Количество фирм	Характер продукции	Существование рыночных барьеров	Доступность экономической информации	Контроль над ценами
Совершенная конкуренция	Очень большое	Стандартная	Отсутствуют	Полная доступность	Отсутствует
Монополистическая конкуренция	Большое	Дифференцированная	Низкие	Некоторые ограничения	Частичный
Олигополия	Небольшое	Стандартная или дифференцированная	Высокие	Существенные ограничения	Частичный
Монополия	Одна	Уникальная	Непреодолимые	Недоступна	Полный

Теперь мы перейдем к более подробному рассмотрению каждого типа рыночной структуры.

7.2. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Сущность совершенной конкуренции

Следует иметь в виду, что указанные в табл. 7-1 черты совершенной конкуренции не присущи ни одной из отраслей в полной мере. В чистом виде условия совершенной конкуренции не встречаются в реальной действительности, т. е. совершенная конкуренция — не что иное, как модель идеальной рыночной экономики. Подобные модели, отражающие явления в «стерильно чистом» виде, служат важным инструментом экономического анализа. Отдельные отрасли могут лишь в той или иной степени приближаться к модели.

Фирмы, функционирующие в условиях совершенной конкуренции (их называют конкурентными), воспринимают сложившийся на рынке уровень равновесной цены как заданный, на который ни одна из фирм повлиять не может. Такие фирмы называют прайс-тэйкерами (от англ. *price* — цена, *take* — принимать) в отличие от фирм — прайс-мэйкеров (*make* — делать), которые влияют на уровень рыночных цен.

В качестве примера рынка, который по своим условиям близок к условиям совершенной конкуренции, может служить мировой рынок мороженой рыбы. На долю одной американской фирмы, занимающейся уловом рыбы, приходится 0,0000107% мирового улова рыбы. Это значит, что увеличение объема добычи рыбы одной фирмой даже в 2 раза привело бы к снижению мировой цены на рыбу всего на 0,00254%, т. е. практически не повлияло бы на ее уровень.

Общий, средний и предельный доходы фирмы

В данном разделе мы будем предполагать, что фирма производит какой-то один вид продукции. При этом будем исходить из того, что в своем поведении при принятии тех или иных решений фирма стремится максимизировать свою прибыль. Прибыль любой фирмы может быть рассчитана на основе двух показателей: 1) общего дохода (общей выручки), получен-

ного фирмой от продажи своей продукции, и 2) общих издержек, которые фирма несет в процессе производства этой продукции, т. е.

$$\Pi = TR - TC, \quad (7.1)$$

где TR^1 — общая выручка фирмы, р.; TC^2 — общие издержки фирмы, р.; Π — прибыль, р.

Общая выручка, или **общий доход**, фирмы — это вся та сумма денег, которую получает фирма от реализации своей продукции.

Наряду с показателями общего дохода, используются показатели среднего и предельного дохода. **Средний доход** фирмы — это полученный фирмой общий доход в расчете на единицу продукции. Он может быть выражен в виде:

$$AR = \frac{TR}{Q}, \quad (7.2)$$

где AR^3 — средний доход фирмы; Q — выпуск единиц продукции.

Предельный доход это прирост общего дохода в результате увеличения выпуска продукции на единицу:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}, \quad (7.3)$$

где MR^4 — предельный доход фирмы.

Рассмотрим приведенные показатели применительно к конкурентной фирме. В условиях совершенной конкуренции при любом объеме выпуска продукция продается по одинаковой цене, заданной рынком. Поэтому величина среднего дохода фирмы равна цене продукта. Например, если фирма продала 10 единиц продукции по цене 100 р. за единицу, то ее общий доход составит 1000 р., а средний доход — 100 р., т. е. он равен цене. При этом реализация каждой дополнительной единицы продукта означает, что общий доход возрастает на величину, равную цене. Если фирма продаст 11 единиц, то дополнительная единица данной продукции принесет ей дополнительный доход 100 р., который опять-таки равен цене

¹ Total Revenue.

² Total Cost.

³ Average Revenue.

⁴ Marginal Revenue.

единицы продукции. Следовательно, в условиях совершенной конкуренции выдерживается равенство

$$P = AR = MR. \quad (7.4)$$

Проиллюстрируем это равенство на нашем примере, представив его в виде таблицы 7-2.

Таблица 7-2

Общий, средний и предельный доходы фирмы

Объем продаж (Q), ед.	Цена за 1 ед., р.	Общий доход (TR), р.	Средний доход (AR), р.	Предельный доход (MR), р.
10	100	1000	100	100
11	100	1100	100	100
12	100	1200	100	100

Таблица 7-2 показывает, что рост объема продаж с 10 ед. до 11 ед., а затем до 12 ед. по цене 100 р. за единицу не изменяет среднего и предельного дохода. И тот и другой остаются равными 100 р., т. е. цене 1 единицы.

Теперь представим средний и предельный доходы фирмы в виде графика (рис. 7-1). Он предполагает, что на оси абсцисс откладывается объем продаж (Q), а на оси ординат — все стоимостные показатели (P , AR , MR). В этом случае средний и предельный доходы фирмы, как мы уже установили, при любом значении Q остаются постоянными — 100 р. Поэтому кривая среднего дохода и кривая предельного дохода совпадают. Обе они представлены одной линией, параллельной оси абсцисс.

Рис. 7-1: ▷

Кривая среднего и предельного доходов конкурентной фирмы.

Конкурентная фирма, являясь прайстэйкером, не может повлиять на уровень рыночной цены. Поэтому кривая среднего дохода фирмы, являясь одновременно кривой предельного дохода фирмы, представляет собой горизонтальную линию, которая проходит на уровне цены 100 р.

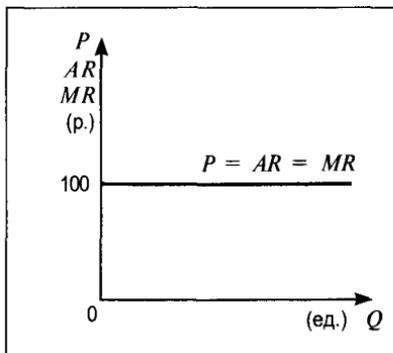
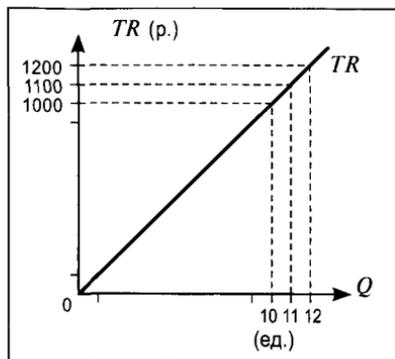


Рис. 7-2. ▷
Кривая общего дохода конкурентной фирмы.



Так как цена продукции фирмы одинакова при всех выпусках продукции, то наклон кривой TR является постоянным.

Что же касается кривой общего дохода, то она представляет собой луч, исходящий из начала системы координат (линию с постоянным положительным наклоном — см. рис. 7-2). Постоянный наклон объясняется неизменным уровнем цены продукта.

Рассмотрение общего, среднего и предельного доходов фирмы еще ничего нам не говорит о той прибыли, на которую надеется фирма. Между тем любая фирма не только рассчитывает на извлечение прибыли, но и стремится ее максимизировать. Было бы, однако, неправильно думать, что максимизация прибыли основана на принципе «чем больше выпуск продукции, тем больше прибыль». Для того чтобы получить максимум прибыли, фирма должна производить и реализовывать *оптимальный* объем продукции.

Имеется два подхода к определению оптимального выпуска продукции. Рассмотрим их на примере условной фирмы, реализующей продукцию по цене 50 р. за единицу.

Первый подход определения оптимального объема продукции фирмы основан на сопоставлении общего дохода с общими издержками. Для того чтобы показать, в чем состоит этот подход, обратимся сначала к табл. 7-3.

Сначала издержки превышают доход (фирма терпит убытки). Графически это положение выражается в том, что кривая TC располагается выше кривой TR . При выпуске 4 единиц продукции кривые TR и TC пересекаются в точке A . Это свидетельствует о равенстве общих издержек общему доходу (фирма получает нулевую прибыль). Затем кривая TR проходит выше кривой TC . В этом случае фирма получает прибыль, которая достигает максимальной величины при выпуске 9 единиц продукции. При даль-

Объем продаж, доход, издержки и прибыль фирмы

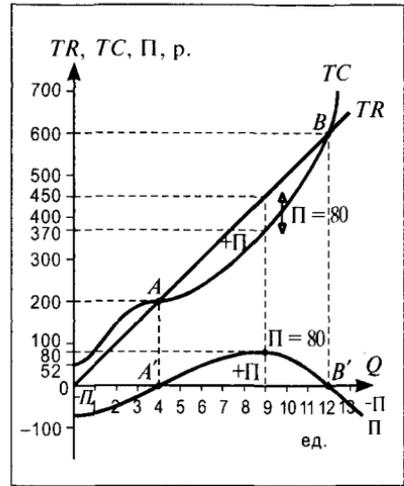
Объем продаж (Q), ед.	Общий доход (TR), р.	Предельный доход (MR), р.	Общие издержки (TC), р.	Предельные издержки (MC), р.	Средние издержки (ATC), р.	Прибыль (Π), р.
0	0		52		—	-52
		50		48		
1	50		100		100	-50
		50		38		
2	100		138		69	-38
		50		34		
3	150		172		57,3	-22
		50		28		
4	200		200		50	0
		50		28		
5	250		228		45,6	22
		50		28		
6	300		256		42,7	44
		50		30		
7	350		286		40,8	62
		50		40		
8	400		326		40,8	74
		50		44		
9	450		370		41,1	80
		50		54		
10	500		424		42,4	76
		50		68		
11	550		492		44,7	58
		50		108		
12	600		600		50	0
		50		120		
13	650		720		55,3	-70

нейшем наращивании производства абсолютная величина прибыли постепенно уменьшается, достигая нуля при выпуске 12 единиц (кривые TR и TC вновь пересекаются). Затем фирма вступает в область убыточной деятельности. Таким образом, следует установить точки критического объема производства.

Рис. 7-3. ▷

Нахождение оптимального выпуска продукции фирмой (сопоставление общей выручки с общими издержками).

Фирма получает положительную прибыль при выпуске продукции от 4 до 12 ед. В этом интервале кривая TR расположена выше кривой TC . Это отражает также отражение в том, что кривая Π располагается выше горизонтальной оси. Максимизация прибыли достигается при выпуске продукции, равном 9 ед., когда расстояния между кривыми TR и TC , а также кривой Π и горизонтальной осью максимальны. Этот выпуск продукции является оптимальным.



На рис. 7-3 это точки A ($Q = 4$) и B ($Q = 12$). Если фирма выпускает продукцию в объеме, который представлен величинами, расположенными между этими точками, она получает прибыль. За пределами указанных объемов она терпит убытки.

Кривая прибыли (Π) отражает соотношение кривых TR и TC . Когда фирма терпит убытки (прибыль является отрицательной величиной), кривая Π располагается ниже горизонтальной оси. Она пересекает эту ось при критических объемах выпуска продукции (точки A' и B') и проходит выше нее при получении положительной прибыли.

Оптимальный объем производства равен выпуску продукции, при котором фирма максимизирует прибыль. В нашем примере он составляет 9 единиц продукта. При $Q = 9$ расстояния между кривыми TR и TC , а также между кривой Π и горизонтальной осью являются максимальными.

В нашем примере фирма, которая производит 9 единиц продукта, получает общий доход 450 р. и прибыль 80 р., находится в состоянии *равновесия*. Это ее положение обусловлено тем, что она производит оптимальный объем продукции, т. е. такой объем, при котором она максимизирует свою прибыль. Любое изменение ее положения дало бы отрицательный результат. Как увеличение, так и уменьшение выпуска привело бы к сокращению прибыли. Следовательно, у фирмы нет стимулов изменить свое положение.

Если бы фирма производила 8 единиц продукта, она стремилась бы увеличить выпуск, так как это принесло бы ей большую прибыль. Но доведи она выпуск до 10 единиц, у нее сразу появится желание его сократить, потому что ее прибыль теперь окажется меньше, чем при 9 единицах. И в том и в другом случае ее положение не будет равновесным.

Фирма находится в СОСТОЯНИИ РАВНОВЕСИЯ, если у нее отсутствуют мотивы к изменению своего положения.

Совершенствование технологии производства может привести к увеличению оптимального уровня выпуска продукции данной фирмой. В этом случае ее равновесие будет достигнуто при большем объеме выпуска, например, 15 единицах продукта.

Сопоставление предельного дохода
с предельными издержками (ценой)

Теперь рассмотрим другой подход к определению оптимального уровня выпуска продукции и равновесного состояния конкурентной фирмы. Он основан на сопоставлении предельного дохода с предельными издержками. Для того чтобы определить оптимальный выпуск продукции, не обязательно исчислять величину прибыли при всех объемах производства. Достаточно сопоставить предельный доход от реализации каждой единицы продукта с предельными издержками, связанными с выпуском этой единицы. Если предельный доход (при совершенной конкуренции $MR = P$) превышает предельные издержки, то следует наращивать выпуск продукции. Если же предельные издержки начинают превышать предельный доход, то следует прекратить дальнейшее увеличение объема производства.

Обратимся вновь к нашему примеру, представленному на табл. 7-3. Должна ли фирма производить первую единицу продукта? Безусловно, так как предельный доход от ее реализации (50 р.) превышает предельные издержки (48 р.). Точно так же она должна производить и вторую единицу ($MC = 38$ р.). Таким же образом соизмеряются предельный доход и предельные

издержки, связанные с производством каждой последующей единицы. Мы убеждаемся, что следует производить и девятую единицу продукта. Но уже издержки, связанные с выпуском десятой единицы ($MC = 54$ р.), превышают предельный доход. Следовательно, выпуская десятую единицу, фирма уменьшит сумму полученной прибыли, складывающуюся из превышений предельного дохода над предельными издержками от выпуска каждой предыдущей единицы продукта. Отсюда можно сделать вывод, что оптимальный объем выпуска продукции данной фирмой составляет 9 единиц. При таком выпуске достигается равенство предельного дохода предельным издержкам.

Поведение фирмы при различных соотношениях предельной выручки и предельных издержек представлено в табл. 7-4.

Таблица 7-4

Поведение фирмы при различных соотношениях предельной выручки (MR) и предельных издержек (MC)

$MR > MC$	$MR = MC$	$MR < MC$
Прибыль возрастает	Прибыль достигает максимальной величины	Прибыль сокращается
Фирма увеличивает выпуск продукции	Фирма не изменяет объема выпуска продукции, так как он находится на оптимальном уровне	Фирма сокращает выпуск продукции

Таким образом, правило определения оптимального выпуска продукции фирмой, когда цена продукции равна предельному продукту, выражается равенством

$$MR = MC. \quad (7.5)$$

Так как в условиях совершенной конкуренции цена равна предельному доходу ($P = MR$), то

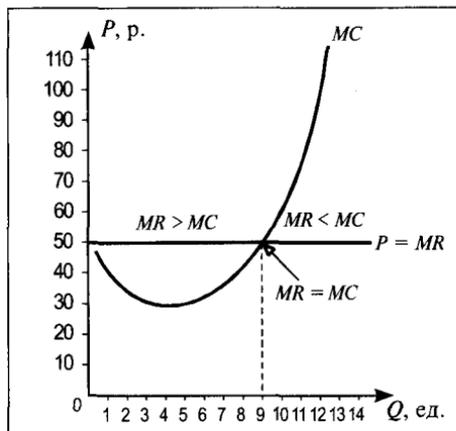
$$P = MC, \quad (7.6)$$

т. е.

равенство цены продукции предельным издержкам ее производства является условием равновесия конкурентной фирмы.

**Рис. 7-4. ▷
Нахождение оптимального
выпуска продукции фирмой на
основе правила $P = MC$.**

Фирма увеличивает выпуск продукции до тех пор, пока предельный доход превышает предельные издержки. При превышении предельных издержек над предельным доходом фирма сокращает выпуск продукции. Максимизация прибыли достигается при выпуске 9 единиц продукции, так как при этом выпуске соблюдается правило $P = MC$.



Определение оптимального уровня выпуска продукции фирмой на основе второго подхода может быть сделано и графическим путем (рис. 7-4).

Мы установили таким образом, что оба приведенных подхода к определению оптимального выпуска продукции приводят к одинаковым результатам.

Экономические границы целесообразности выпуска продукции фирмой

В предшествующем изложении мы исходили из того, что конкурентная фирма выпускает продукцию, получает прибыль и стремится ее максимизировать. Между тем равенство $MR = MC$ еще не доказывает целесообразность выпуска продукции при данной цене. Может сложиться такое положение, когда можно найти оптимальный выпуск продукции фирмой, но производство продукции при этом выпуске экономически нецелесообразно. Поэтому необходимо рассмотреть условия целесообразности производства продукции конкурентной фирмой.

Эти условия зависят от соотношения между ценой и средними общими издержками выпускаемой продукции.

Укажем на следующие варианты соотношения цены и средних общих издержек.

Первый вариант. Цена превышает средние общие издержки ($P > ATC$). Разница между ними составляет прибыль от реализации единицы продукта (среднюю прибыль), которая в данном случае представляет собой положительную величину. Следовательно, и общая величина прибыли фирмы также положительна. Владелец такой фирмы будет вполне удовлетворен результатами работы и, разумеется, примет решение о целесообразности выпуска продукции.

Второй вариант. Цена равна средним общим издержкам ($P = ATC$). Очевидно, что прибыль в таком случае окажется равной нулю. Но мы помним, что речь идет об экономической прибыли, а, как указывалось в главе 6, нулевая экономическая прибыль воспринимается как «нормальная». Поэтому и в данном случае выпуск продукции целесообразен.

Третий вариант. Цена меньше средних общих издержек ($P < ATC$). В таком случае фирма несет экономический убыток. На первый взгляд кажется, что выпуск продукции следует прекратить. Но это не так. Надо сопоставить цену не только со средними общими издержками, но и с той их частью, которая выступает как средние переменные издержки. Предположим, что наблюдается соотношение $ATC < P < AVC$. Это значит, что фирма за счет выручки от реализации продукции покрывает все переменные издержки и, кроме того, часть постоянных издержек, которые уже осуществлены фирмой (построено здание, приобретено или взято в аренду оборудование и т. п.). Предприниматель должен решить проблему: прекратить выпуск продукции или продолжать его, имея экономический убыток. Прекратив производство, фирма потеряет те средства, которые уже затрачены. Она понесет потери, превышающие по величине убытки от выпуска продукции. Поэтому обычно в такой ситуации опытный предприниматель принимает решение о целесообразности выпуска продукции в краткосрочном периоде. Продолжает ли действовать правило $P = MC$? Да, но речь уже идет не о максимизации прибыли, а о минимизации убытка. Фирма окажется в равновесном положении, выпуская такой объем продукта, при котором убыток минимизируется. Разумеется, она будет принимать меры к снижению издержек и преодолению убыточной деятельности.

Наконец, существует и **четвертый вариант**, при котором фирме придется прекратить выпуск продукции в коротком

периоде. Это произойдет в том случае, когда цена окажется ниже средних переменных издержек ($P < AVC$). Какой бы объем продукции фирма ни выпускала, ее убытки превзойдут потери, связанные с прекращением выпуска. Правило $P = MC$ здесь не действует.

Кривая предложения конкурентной фирмы

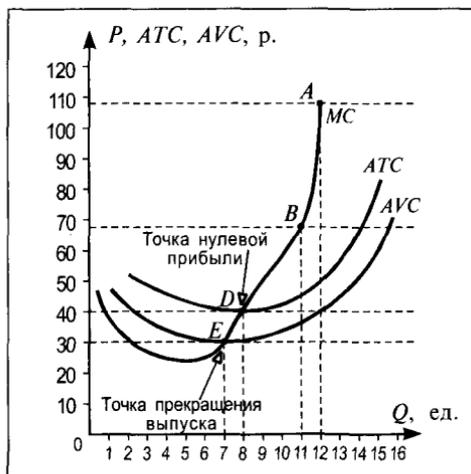
Установив, что поведение конкурентной фирмы зависит от соотношения цен, средних и предельных издержек, рассмотрим, как строится кривая предложения фирмы.

Предположим, что фирма сталкивается на рынке с последовательно снижающимися ценами на свою продукцию. При любом уровне цены она занимает равновесное положение, т. е. производит продукцию в таком объеме, который обеспечивает ей максимальную прибыль или позволяет минимизировать убытки. Уровень издержек не изменяется. Выясним, какой объем продукции будет предлагать фирма на рынке при различных ценах. Для этого обратимся к ситуации, изображенной на рис. 7-5.

При цене 108 р. за единицу фирма предлагает 12 единиц ($MC = P$ в точке A). По мере снижения цены оптимальный объем выпуска продукции уменьшается. При цене, равной 68 р., объем предложения составит 11 единиц ($MC = P$ в точке B). Если цена снизится до 44 р., то фирма уменьшит объем

Рис. 7-5. ▷
Оптимальный объем выпуска продукции фирмой при различных уровнях цены.

При цене выше 40 р. фирма получает положительную прибыль, которая снижается по мере снижения цены на продукцию. Точка D , соответствующая выпуску 8 единиц продукта по цене 40 р., является точкой нулевой прибыли. Точка E — точка прекращения выпуска продукции. Если цена опускается ниже 30 руб., фирма прекращает выпуск продукции, так как $P < AVC$.



предложения до 9 единиц ($MC = P$ в точке C). Во всех указанных случаях $P > ATC$, т. е. фирма оптимизирует свое положение, если она будет предлагать рынку 8 единиц ($MC = P$ в точке D), но она окажется в точке критического объема производства (нулевой прибыли), так как цена снижается до уровня средних издержек. Дальнейшее снижение цены заставит фирму выпускать продукцию, терпя убытки ($P < ATC$). Согласится ли она нести убытки от своей деятельности или прекратит производство продукции? Ее решение зависит от того, до какого уровня снизится цена. Фирма прекратит выпуск продукции, если цена снизится до уровня средних переменных издержек. В нашем примере он составляет 30 р. В этом случае, стремясь оказаться в положении равновесия, фирма займет положение в точке E . Это точка прекращения выпуска продукции. Какой бы объем продукции фирма ни выбрала при дальнейшем снижении цены, ее убытки превысят те потери, которые она понесет, прекратив производство. Следовательно, объем предложения становится равным нулю.

Таблица 7-5

**Изменения величины предложения фирмы
в зависимости от уровня цен**

Цена, р.	Объем предложения, ед.
108	12
68	11
54	10
44	9
40	8
30	7
28	0

Таким образом, фирма определяет оптимальные объемы выпуска продукции (объемы рыночного предложения), продвигаясь по кривой MC . На основании принимаемых фирмой решений можно построить таблицу предложения фирмы (см. табл. 7-5) и соответствующую кривую предложения S . Она совпадает с кривой MC лишь на отрезке последней, расположенном выше точки ее пересечения с кривой AVC . На рис. 7-5 это отрезок AE .

Мы рассмотрели, как строится кривая предложения отдельной фирмы. Как известно, равновесная цена определяется на уровне точки пересечения кривых рыночного спроса и рыночного предложения. Объем рыночного предложения представляет собой сумму объемов предложения всех фирм, выступающих на рынке данного товара. Чтобы построить кривую рыночного предложения, следует суммировать по горизонтали кривые индивидуального предложения отдельных фирм.

Равновесное положение фирмы в длительном периоде

До сих пор речь шла о поведении конкурентной фирмы в краткосрочном периоде, когда капитал, которым располагает фирма, является фиксированным, т. е. фирма может варьировать количеством рабочих, не изменяя своей производственной мощности. В долгосрочном периоде, как указывалось в главе 6, фирма может сколько угодно увеличивать или сокращать объем производства, она может вообще закрыться, т. е. выйти из отрасли, точно так же, как новые фирмы могут войти в данную отрасль. Это обстоятельство обуславливает иной подход к установлению равновесного положения фирмы в длительном периоде, чем в коротком. Если в коротком периоде фирма может, находясь в положении равновесия, получать положительную прибыль или, наоборот, нести убытки, то в длительном периоде фирма, оптимизируя выпуск своей продукции, обычно получает нулевую («нормальную») прибыль.

Почему так происходит? Чтобы ответить на этот вопрос, укажем причину, которая побуждает фирмы покинуть отрасль или войти в нее. Это стимул получения положительной прибыли. Вхождение фирмы в отрасль вызывает следующую цепь событий: приток ресурсов в отрасль — увеличение выпуска продукции — рост рыночного предложения (сдвиг кривой предложения вправо) — снижение рыночной равновесной цены — исчезновение положительной прибыли (или возникновение убытков при чрезмерном росте предложения) — выход фирмы из отрасли — сокращение выпуска продукции — сокращение рыночного предложения (сдвиг кривой предложения в обратную сторону, влево) — повышение равновесной цены — возникновение положительной прибыли и т. д. Таким

образом, отраслевое равновесие непрерывно нарушается и автоматически восстанавливается. Оно наступает тогда, когда все фирмы получают нулевую прибыль и ни у одной из них нет стимула менять свое положение на рынке. Но нулевую прибыль, как указывалось выше, фирма получает тогда, когда достигается равенство $P = ATC$, т. е. цена равна средним общим издержкам, которые в длительном периоде совпадают со средними переменными издержками, так как постоянные издержки отсутствуют. Следовательно, равенство $P = MC$ является необходимым, но недостаточным условием равновесного положения фирмы в длительном периоде.

$P = MC = ATC$ — условие равновесия конкурентной фирмы в длительном периоде.

(7.7)

Может ли фирма получать положительную экономическую прибыль? Она может возникнуть из-за неравномерности распространения достижений научно-технического прогресса, ее получают временно фирмы-пионеры, которые, используя те или иные инновации, снижают средние издержки ниже среднеотраслевого уровня. Однако прибыль исчезает, когда инновации распространяются по всей отрасли и происходит снижение среднеотраслевого уровня издержек до уровня издержек у фирм-пионеров. Затем прибыль может возникнуть снова на тех же или иных предприятиях вследствие использования других инноваций. Таким образом происходит постепенное снижение уровня средних издержек, т. е. повышение отраслевого уровня эффективности производства, ниже которого наблюдается банкротство фирм.

7.3. МОНОПОЛИЯ

Сущность монополии

Монополия представляет собой рыночную структуру, полностью противоположную совершенной конкуренции. Она предполагает существование фирмы-монополиста, являющейся единственным продавцом продукта, не имеющего близких аналогов. Такое положение позволяет монополисту полностью

контролировать цены на свою продукцию, поскольку ему не противостоят фирмы-конкуренты.

Существование монополии невозможно без наличия достаточно высоких барьеров, препятствующих проникновению на монополизированный рынок других производителей. Поэтому причины сохранения монополизированных отраслей в значительной степени сводятся к существованию таких барьеров. Укажем на важнейшие из них.

Прежде всего это легальные (юридические) барьеры, т. е. барьеры, установленные законодательством той или иной страны. Некоторые фирмы получают монопольные права и привилегии на реализацию товаров и услуг. Обычно ими являются предприятия общественного пользования (электрические, газовые, телефонные компании, метрополитен и т. п.). Они являются естественными монополиями. Такие компании, используя положительный эффект масштаба производства, удовлетворяют рыночный спрос с меньшими издержками, чем если бы его обеспечивали несколько конкурирующих между собой фирм. Государство в интересах потребителей часто предоставляет им монопольные права.

Роль барьеров, ограничивающих проникновение на отраслевой рынок конкурентов, играют также патенты. Некоторые фирмы получают от государства исключительное право на установленный законом период (в США — 17 лет) использовать разработанные ими технологии. Тем самым создаются условия, стимулирующие проведение фирмами научно-технических разработок.

В ряде случаев фирмы-производители продуктов полностью контролируют ресурсы, в частности источники сырья, необходимого для выпуска этих продуктов.

Важную роль играют экономические барьеры. Вследствие положительного эффекта масштаба производства в некоторых отраслях крупные фирмы достигают низких издержек производства, что приводит к вытеснению конкурентов. Значительные размеры эффективно функционирующего капитала делают невозможным вхождение в отрасль новых фирм.

В России, завершившей переход к рыночной экономике, все еще сохранилась унаследованная от командной системы высокая степень монополизации в производстве большого числа видов продукции. Она объясняется монопольным поло-

жением государства, которое планомерно сосредоточивало выпуск многих изделий на одном предприятии, что исключало конкуренцию и, как следствие этого, приводило к торможению технического прогресса, консервировало отсталую технологию.

Некоторые виды продукции выпускаются на одном предприятии. Так, мотороллеры выпускает Тульский машиностроительный завод, любительские кинокамеры — Красногорский механический завод, трамвайные рельсы — Новокузнецкий металлургический комбинат, электромоторы для подъемных кранов — московский завод «Динамо». В ряде отраслей на одном предприятии производится значительная доля продукции отрасли. Например, «Ижмаш» выпускает 60% мотоциклов, ЛОМО — 75% фотоаппаратов.

Кривая спроса монополиста

Покажем, каким образом фирма-монополист устанавливает цены на свою продукцию. Как указывалось выше, любая фирма, функционирующая в условиях несовершенной конкуренции, является прайс-мэйкером, т. е. не приспособливается к рыночной цене, а устанавливает ее. Монополист полностью контролирует цену. Если монополист намерен увеличивать объем продаж, он должен снизить цену. Это объясняется тем, что высокая цена сокращает спрос на его продукцию, что ведет к сокращению объема продаж. Снижение цены позволяет увеличить спрос, а значит, и объем продаж. Следовательно, изменения в объемах продаж и уровнях цен влияют на изменения общего дохода фирмы-монополиста.

Рассмотрим рис. 7-6.

Первоначально фирма-монополист продавала Q_1 единиц продукта по цене P_1 . Ее общий доход определялся площадью фигуры OP_1AQ_1 . Чтобы увеличить объем продаж до Q_2 единиц, фирма вынуждена снизить цену на продукцию до P_2 . Обратите внимание на то, что фирма вынуждена снизить цену не только на дополнительные единицы продукции, а на весь выпуск. Поэтому, с одной стороны, общий доход фирмы возрастет, благодаря увеличению объема продаж, на величину, представленную площадью, обозначенной знаком «+», с другой

стороны, он уменьшится из-за снижения цены на весь выпуск на величину фигуры, обозначенной знаком «—». Новый общий доход представлен площадью фигуры OP_2BQ_2 .

В табл. 7-5 приведем условные показатели фирмы-монополиста.

Таблица 7-5

Общий и предельный доходы фирмы-монополиста

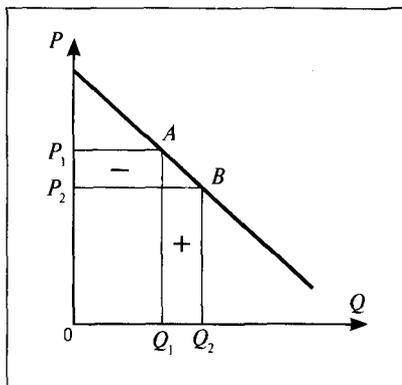
Цена (P), р.	Объем продаж (Q), ед.	Общий доход (TR), р.	Предельный доход ($МК$), р.
10	0	0	9
9	1	9	7
8	2	16	5
7	3	21	3
6	4	24	1
5	5	25	-1
4	6	24	-3
3	7	21	-5
2	8	16	-7
1	9	9	-9
0	10	0	

Сравним общий доход от первой и второй единиц продукции. Общий доход от реализации первой единицы составляет 9 р. Чтобы продать две единицы, фирма должна установить более низкую цену, равную 8 р. Поэтому, реализуя две единицы, фирма увеличивает общий доход на 8 р., но одновременно «теряет» часть дохода, равную сумме, на которую она вынуждена снизить цену по сравнению с той,

Рис. 7-6. ▷

Изменение общего дохода фирмы-монополиста.

Увеличение выпуска продукции с Q_1 до Q_2 сопровождается снижением цены с P_1 до P_2 . Вследствие этого общий доход монополиста, выражающийся площадью OP_1AQ_1 , возрос на площадь, обозначенную знаком «+», и уменьшился на площадь, обозначенную знаком «-». Новый общий доход выражен площадью фигуры OP_2BQ_2 .



которая соответствовала бы объему продаж в одну единицу (1 р.). Следовательно, прирост общего дохода (предельный доход) составит $(8 - 1) \text{ р.} = 7 \text{ р.}$ Он ниже, чем установленная цена. Аналогичным образом при выпуске каждой последующей единицы фирма часть общего дохода «приобретает», другую часть — «теряет». Как видно из таблицы, при выпуске каждой единицы предельный доход меньше цены.

$MR < P$ — соотношение между предельным доходом и ценой монополиста.

(7.8)

Определение оптимального объема выпуска продукции монополистом

Теперь мы должны установить величину оптимального выпуска продукции, т. е. такого выпуска, при котором прибыль будет максимизирована и фирма окажется в положении равновесия.

Будем при этом руководствоваться уже известным нам правилом $MR = MC$. Необходимые данные приведены в табл. 7-6 и графически представлены на рис. 7-7.

Из точки A , в которой пересекаются кривые MR и MC , опускаем перпендикулярную линию на горизонтальную ось, определяя оптимальный объем продукции Q_0 . Он равен 3 едини-

пательская способность, представленная точкой на кривой спроса. Перпендикулярную линию, опущенную из точки A на горизонтальную ось, продлеваем вверх до пересечения с кривой спроса. Таким способом определяем уровень цены, равный 7 р., соответствующий объему спроса в 3 единицы. Общая выручка составит $7 \times 3 = 21$ р. Она представлена площадью прямоугольника OP_0BQ_0 . Для того чтобы определить величину прибыли, построим кривую средних общих издержек (ATC). Общие издержки при оптимальном выпуске составят сумму, выражаемую площадью $OCFQ_0$ ($3 \times 5 = 15$ р.). Прибыль на единицу продукта равна 2 р. (отрезок BE). Общая величина прибыли представлена площадью CP_0BF ($2 \times 3 = 6$ р.). Она является максимальной.

В отличие от конкурентного рынка, на монополистическом рынке отсутствует кривая предложения. Напомним, что она показывает цены предложения, т. е. те цены, по которым продавец согласен реализовать продукт. Реагируя на изменяющиеся цены, конкурентная фирма изменяет объем предложения. При этом, как указывалось в предыдущем параграфе, кривая предложения отдельной фирмы совпадает с отрезком кривой предельных издержек, расположенным выше точки ее пересечения с кривой средних переменных издержек. Фирма-монополист также реагирует на спрос на свою продукцию, но она при этом не движется по кривой предложения. Вместо этого при изменяющихся условиях спроса она, следуя правилу $MR = MC$, выбирает такую комбинацию цены и объема предложения товара, которая приводит к максимизации прибыли. При этом следует иметь в виду, что полный контроль монополиста над рынком не означает, что он способен установить сколь угодно высокую цену. Его стремление повысить цену на свою продукцию упирается в своего рода барьер — величину спроса покупателя на эту продукцию. На рис. 7-7 эту величину спроса показывает точка B на кривой спроса DD . Повышение цены сверх 7 р. привело бы к такому снижению объема спроса, которое уменьшило бы прибыль.

Ценовая дискриминация

До сих пор мы исходили из того, что монополист продает все единицы продукта по одинаковой цене. Между тем в неко-

торых случаях он осуществляет ценовую дискриминацию, под которой понимается продажа различных единиц одной и той же продукции по разным ценам различным покупателям. При этом следует иметь в виду, что различия в ценах не вытекают из различий в издержках производства.

Ценовая дискриминация возможна лишь в том случае, когда продукт не может быть куплен на одном рынке и перепродан по более высокой цене на другом. Например, если книги школьникам будут продаваться со скидкой, то они могут быть затем перепроданы другим группам населения. Поэтому ценовая дискриминация обычно осуществляется в сфере услуг. Например, в Петербурге пенсионеры оплачивают телефонные услуги по более низким тарифам, чем остальное население. Единственный врач, практикующий в небольшом населенном пункте и имеющий представление о материальном положении клиентов, может устанавливать для них различный гонорар за лечение. Ценовая дискриминация предполагает, что отнесение покупателей к отдельным группам населения не представляет труда. Условие ценовой дискриминации: должна быть различной ценовая эластичность спроса у отдельных покупателей; имеется в виду, что тот потребитель, который испытывает более острую потребность в данном продукте, готов уплатить за него более высокую цену.

Различаются три типа ценовой дискриминации: совершенная дискриминация, или дискриминация первой степени, дискриминация второй степени и дискриминация третьей степени.

Совершенная дискриминация имеет место тогда, когда фирма устанавливает различные цены на каждую единицу товара, т. е. реализует товар по индивидуальным ценам. Тем самым каждый покупатель приобретает продукт по максимальной цене, которую он способен уплатить. В реальной действительности такая дискриминация почти не встречается, так как продавец не имеет информации о покупательской способности потребителей, которые, разумеется, не заинтересованы в том, чтобы ему ее предоставлять. Это — недостижимая мечта каждого продавца.

На первый взгляд кажется, что ценовая дискриминация противоречит стремлению максимизировать прибыль, так как одни покупатели платят меньшую цену, чем другие. На самом деле монополист всегда при проведении ценовой дискрими-

нации получает бóльшую прибыль, чем та, которую он получал бы при ее отсутствии, так как возрастает объем продаж.

Поскольку совершенная ценовая дискриминация практически неосуществима, то монополисты в ряде случаев устанавливают не индивидуальные цены на каждую единицу товара, а выделяют несколько ступеней цены, т. е. некоторые покупатели получают скидки с цены продукта. Такие скидки могут предоставляться в зависимости от размеров приобретаемой партии товара, потому что покупатели часто предъявляют спрос на большие партии товара только при условии предоставления им скидки. Ценовая дискриминация проявляется, например, в установлении трех тарифов на междугородные телефонные разговоры. В связи с этим те лица, которые не воспользовались бы этим видом услуг, имеют возможность связаться по телефону с другими городами в вечернее или ночное время или в выходные дни, когда действуют льготные тарифы. В ряде случаев скидки носят кумулятивный характер. Так, проездной месячный билет на городской транспорт обходится дешевле, чем приобретение разовых билетов. Подобная ценовая дискриминация называется **дискриминацией второй степени**.

Имеется еще один вид ценовой дискриминации — **ценовая дискриминация третьей степени**, которая заключается в том, что различные цены устанавливаются для отдельных групп покупателей, а не для отдельных партий товара. В этом случае имеет место сегментация рынка, т. е. выделение двух или более групп потребителей, обладающих различной чувствительностью по отношению к изменению цены (разной ценовой эластичностью спроса). Например, редакции некоторых журналов устанавливают различные цены на подписку для индивидуальных подписчиков и для организаций. Студентам и школьникам проездные месячные карточки на городской транспорт продаются по сниженным ценам. В тех случаях, когда ценовая эластичность спроса является низкой, устанавливаются высокие цены; когда она высока — низкие цены.

Таким образом, ценовая дискриминация приводит к тому, что некоторые товары и услуги могут приобретать потребители, которые при отсутствии ее вообще бы их не покупали. Фирмы в результате этого увеличивают свой доход. Государство обычно поощряет ценовую дискриминацию, так как она позволяет несколько сгладить неравенство в потреблении.

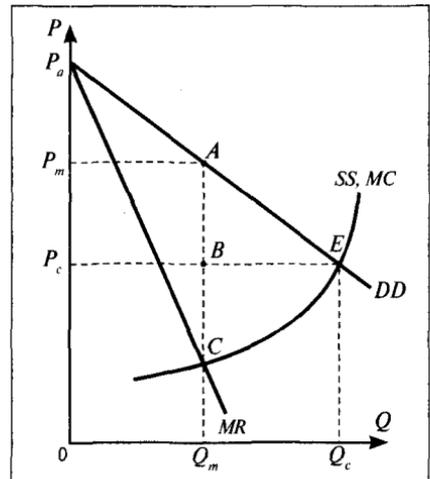
Рассмотрев совершенную конкуренцию и монополию, сравним их друг с другом с точки зрения воздействия на объем продаж и уровень цен. Представим, что отрасль характеризуется совершенной конкуренцией, в ней функционирует большое число малых фирм, производящих одинаковую продукцию. На рис. 7-8 изображены кривые рыночного спроса D и рыночного предложения S (последняя, как мы знаем, является частью кривой совокупных предельных издержек предприятий отрасли). Равновесный объем (Q_c) рынка и цена (P_c) определяются исходя из положения точки равновесия E , находящейся на пересечении кривых спроса и предложения. Фирма, являясь прайстэйкером, принимает рыночную цену и устанавливает оптимальный объем выпуска на основе правила $P = MC$.

Теперь предположим, что одна крупная фирма поглощает все фирмы отрасли и превращается в монополиста. При этом уровень издержек остается прежним. Учитывая положение кривой предельного дохода MR , монополист устанавливает оптимальный объем производства Q_m и рыночную цену P_m . Так как кривая MR расположена ниже кривой спроса монополиста, то $Q_m < Q_c$, а $P_m > P_c$.

Следовательно, монополизация отрасли приводит к сокращению объема производства и увеличению цены, монополия наносит обществу существенный экономический ущерб.

Рис. 7-8. ▽
Объем производства и цена
в условиях совершенной
конкуренции и монополии.

В условиях совершенной конкуренции устанавливается равновесная рыночная цена P_c , которой соответствует объем продукции Q_c . При установлении монополии цена поднимается до уровня P_m , а объем производства сокращается до Q_m .



Можно ли считать, что монополия всегда приводит к отрицательным последствиям, ограничивая свободную конкуренцию и тем самым снижая экономическую эффективность? До сих пор, сравнивая монополию с совершенной конкуренцией, мы исходили из равенства средних издержек монополиста и конкурентной фирмы. Но они могут и не совпадать по величине. В ряде случаев положительный эффект масштаба производства приводит к снижению средних издержек монополиста, когда они оказываются ниже средних издержек конкурентной фирмы.

Если рынок будет монополизирован одной фирмой, то она, используя преимущества масштаба производства, применяя технологию, недоступную мелким фирмам, может снизить уровень своих издержек. Как правило, такое положение возникает, как указывалось выше, при *естественной монополии*.

В целом ряде случаев издержки фирмы-монополиста могут оказаться выше, чем у конкурентной фирмы, так как у нее в условиях отсутствия конкуренции исчезают стимулы к повышению эффективности производства, снижению издержек. Рост издержек монополистов может быть также вызван необходимостью сохранения монополии (покупка лицензий и патентов, финансирование парламентского и правительственного лобби и т. п.). Не случайно в ряде отраслей в США мелкие фирмы используют больше инноваций, чем крупные. Вместе с тем нельзя считать, что монополисты «кладут под сукно» технические разработки. Это им невыгодно, так как использование инноваций приводит к снижению издержек и увеличению прибыли, которая, благодаря отраслевым барьерам, может присваиваться монополистами. Таким образом, влияние монополистов на научно-технический прогресс представляется противоречивым.

Антимонопольная политика государства

Одной из важнейших функций государства является создание условий для нормального функционирования рынка. Существование монополистической структуры приводит к значительным отрицательным последствиям для общества, не позволяет использовать все преимущества рыночного механизма. Поэтому государство разрабатывает и реализует анти-

монопольную политику. Во всех странах с рыночной экономикой существует антимонопольное законодательство. Оно впервые возникло в Канаде (1889 г.) и США (1890 г.).

Можно выделить три направления антимонопольной политики.

Во-первых, борьба с монополизацией. В США рынок отрасли считается монополизированным, если доля одной фирмы составляет 60% и выше. При этом американское законодательство направлено не против крупных размеров корпораций как таковых, а против последствий захвата рынка монополистами, так как в ряде случаев минимальные средние издержки могут быть достигнуты лишь при значительных выпусках продукции, которые могут составлять достаточно большую долю отраслевого объема производства. Поэтому дополнительными критериями для отнесения компаний к монополистам служат подавление партнеров путем снижения цен ниже издержек производства, заключение контрактов с другими фирмами, направленных против конкурентов. Компания не преследуется, если она производит «необычные» товары или услуги, является новатором, и при многих других обстоятельствах.

Во-вторых, предотвращение антиконкурентных слияний фирм.

В-третьих, запрет сговоров о ценах, т. е. образования картелей. Запрещены соглашения между фирмами о разделе рынка, групповой бойкот других фирм, манипулирование ставками на аукционах.

Не во всех случаях антимонопольное законодательство является достаточно эффективным. Оно отличается высокой степенью неопределенности, часто не позволяет точно устанавливать размеры монополизации рынка. Но в целом оно способствует созданию условий для развития конкуренции. За его нарушения предусмотрены значительная уголовная и гражданская ответственность.

В России, как указывалось выше, наблюдается очень высокая степень монополизации рынка. Так, в машиностроении 85% крупных предприятий являются полными монополистами в производстве некоторых видов продукции. При этом если в странах Запада тенденция к монополизму порождена системой конкуренции и государство стремится ее преодолеть, то

в нашей стране монополизм, наоборот, в течение десятилетий насаждался «сверху» государством. Поэтому демонополизация является важнейшей предпосылкой формирования рынка и отношений конкуренции между предприятиями.

В настоящее время действует Закон Российской Федерации «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Законом установлено понятие «доминирующее положение», т. е. исключительное положение хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов на рынке определенного товара, не имеющего заместителя, либо взаимозаменяемых товаров, дающее ему возможность оказывать решающее влияние на конкуренцию, затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам или иным образом ограничивать свободу их экономической деятельности. Доминирующим может быть признано положение такой фирмы, доля которой на рынке составляет 65% и более. Установлен перечень акций, которые трактуются как злоупотребление доминирующим положением. К ним отнесены изъятие товаров из обращения в целях создания дефицита, навязывание условий, невыгодных контрагенту или не относящихся к предмету договора, создание препятствий к доступу на рынок конкурентов, нарушение установленного порядка ценообразования. В качестве соглашений хозяйствующих субъектов, ограничивающих конкуренцию, признаются сговоры о ценах на товары и услуги, о ценах на аукционах и торгах, о разделе рынка, об ограничении доступа к рынку.

Законом установлен государственный контроль за созданием, слиянием, присоединением, преобразованием, ликвидацией хозяйствующих субъектов, а также за соблюдением антимонопольного законодательства при приобретении акций, паев, долей участия в уставном капитале предприятия, принудительном разделении хозяйствующих субъектов. Предусмотрена ответственность предприятий и должностных лиц за нарушение антимонопольного законодательства.

Какую политику проводит государство по отношению к естественным монополиям? В данном случае возникает противоречие. С одной стороны, фирмы — естественные монополисты, как любые монополисты, устанавливают высокие монопольные цены, сокращая объем производства продукции, и получают сверхприбыли. С другой стороны, как указывалось

выше, конкуренция в отраслях с естественной монополией экономически неэффективна. Поэтому государство, сохраняя естественные монополии, принимает меры к ограничению их отрицательных последствий для общества, прежде всего контролируя цены на их продукцию.

Обычно, устанавливая цены на продукцию естественных монополий, государство в странах Запада следит за тем, чтобы цены в максимальной степени приближались к предельным издержкам, величина получаемой фирмами прибыли не превышала «нормальной» и снижались издержки.

7.4. ОЛИГОПОЛИЯ

Сущность олигополии

Мы рассмотрели две противоположные рыночные структуры — совершенную конкуренцию и монополию — и провели сравнение между ними. Однако в реальной действительности большинство отраслей относится к промежуточным между ними структурам — олигополии или монополистической конкуренции, которые в той или иной степени сочетают черты совершенной конкуренции и монополии. При этом первая из них по своим признакам находится ближе к монополии, вторая — к совершенной конкуренции.

Олигополия представляет собой рыночную структуру, при которой на рынке какого-либо продукта присутствует небольшое число фирм-продавцов, каждая из которых занимает существенную долю рынка и обладает значительным контролем над ценами. Обычно принято говорить, что в олигополистических отраслях господствует «большая двойка», «большая тройка», «большая четверка» и т.д. Более половины продаж приходится на долю от 2 до 10 фирм. Например, в США на долю четырех компаний приходится 92% выпуска всех автомобилей. Олигополия характерна для многих отраслей промышленности в России. Так, легковые автомобили производятся несколькими заводами (ВАЗ, АЗЛК, ГАЗ, УАЗ и др.). Динамную сталь выпускают три предприятия, 82% шин для сельскохозяйственных машин — четыре, 92% кальцинированной соды — три, все производство магнитной ленты сосредоточено на двух предприятиях, автогрейдеров — на трех. Но не

всегда можно судить о структуре рынка на основе показателей, относящихся ко всей национальной экономике. Так, часто те или иные фирмы, которым принадлежит ничтожная доля национального рынка, являются олигополистами на местном рынке (например, магазины, рестораны, зрелищные предприятия). Если вы живете в большом городе, то вряд ли поедете ради покупки хлеба или молока на другой конец города. Расположенные в районе вашего проживания две булочные могут являться олигополистами. В России с общей неразвитой складской, транспортной, информационной инфраструктурой часто в качестве олигополистов на региональных рынках могут выступать предприятия конкурентных отраслей (например, цементной промышленности).

Продукция на олигополистическом рынке может быть как однородной, стандартизированной (медь, цинк, сталь), так и дифференцированной (автомобили, бытовые электроприборы, табачные изделия). Степень дифференциации сказывается на характере конкуренции. Например, в Германии обычно автомобильные заводы конкурируют друг с другом в отдельных классах автомобилей (число конкурентов доходит до девяти). Российские автозаводы практически не конкурируют друг с другом, так как они узкопредметно специализированы и превращаются в монополистов.

Важным условием, воздействующим на характер отдельных рынков, является высота барьеров, ограждающих отрасль (величина первоначальных капиталов, контроль действующих фирм над новой технологией и новейшими продуктами с помощью патентов и технических секретов и т. п.).

Олигополистическая взаимозависимость

Характерной особенностью олигополистической структуры является то, что фирмы при формировании своей ценовой политики должны принимать во внимание реакцию конкурентов, т. е. все производители, выступающие на олигополистическом рынке, взаимозависимы. При монополистической структуре такого положения не возникает (конкуренты отсутствуют), при совершенной и монополистической конкуренции — также (конкурентов, наоборот, слишком много, и учесть их действия невозможно). Между тем реакция фирм-

конкурентов может быть различной, и прогнозировать ее сложно. Предположим, что фирма, выступающая на рынке бытовых холодильников, решила снизить цены на свою продукцию на 15%. Конкуренты могут прореагировать на это по-разному. Во-первых, они могут снизить цены менее чем на 15%. В этом случае данная фирма увеличит рынок сбыта. Во-вторых, конкуренты могут снизить цены также на 15%. Объем реализации вырастет у всех фирм, но вследствие снижения цен прибыль может уменьшиться. В-третьих, конкурент может объявить «войну цен», т. е. снизить цены еще в большей степени. Тогда встанет вопрос, принять ли его вызов. Обычно в «войну цен» между собой крупные компании не вступают, так как ее исход сложно предсказать.

ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКАЯ ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ — необходимость учета реакции фирм-конкурентов на действия крупной фирмы на олигополистическом рынке.

Говоря о совершенной конкуренции и монополии, мы указывали лишь на два ограничения, действующих при установлении цен, — предельные издержки и объем спроса на продукцию. Любая модель олигополии должна исходить из учета действий конкурентов. Это дополнительное существенное ограничение, которое обязательно следует принимать во внимание при выборе схемы поведения олигополистической фирмы. Поэтому стандартной модели определения оптимального объема производства и цены продукции для олигополии не существует. Можно сказать, что определение ценовой политики олигополиста — это не только наука, но и искусство. Здесь не последнюю роль играют субъективные качества менеджера, такие, как интуиция, способность принимать нестандартные решения, идти на риск, смелость, решительность и т. д.

Олигополистическая структура может быть самой различной, каждая ее разновидность накладывает отпечаток на выработку ценовой политики фирмы. Играет роль количество и величина фирм в отрасли, характер продукции, степень обновления технологии и т. п. Рассмотрим некоторые из вариантов рыночного поведения фирм-олигополистов. К ним относятся следующие.

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

Предположим, что фирмы — участницы картеля — решили установить единую цену на свою продукцию. Для этого необходимо построить кривую предельных издержек для картеля в целом. Тогда можно определить оптимальный объем производства в картеле, позволяющий максимизировать совокупную прибыль. Другими словами, картель выступает как монополист. Но наиболее сложной проблемой является распределение объема продаж между участниками картельного соглашения. Стремясь максимизировать прибыль, картель должен установить квоты таким образом, чтобы суммарные издержки оказались минимальными. Но на практике провести такое установление квот довольно трудно. Задача решается путем ведения сложных переговоров, в ходе которых каждая фирма стремится «выторговать» для себя наилучшие условия, перехитрить партнеров. Часто фирмам с более высокими издержками удается получить большие квоты, что не позволяет решить задачу максимизации прибыли. Фактически рынки обычно делятся по географическому принципу либо в соответствии со сложившимся объемом продаж.

Создание картелей наталкивается на серьезные препятствия. Это не только антимонопольное законодательство. Соглашения часто бывает трудно достичь вследствие большого числа фирм, существенного различия в номенклатуре продукции, уровне издержек. Обычно у участника картеля возникает искушение нарушить соглашение и получить большую прибыль.

2. Лидерство в ценах. Оно имеет место, когда все фирмы отрасли, устанавливая цены на продукцию, следуют за ценовым лидером, в остальном проводя самостоятельную политику. Так, в российской автомобильной промышленности в качестве ценового лидера выступает «АвтоВАЗ».

Ценовыми лидерами в производстве чугуна в своих зонах являются Магнитогорский, Череповецкий и Новолипецкий металлургические комбинаты.

3. Неценовая конкуренция. В современных условиях она играет важную роль. К разновидностям неценовой конкуренции относится прежде всего обновление выпускаемой продукции. Обычно выигрывает та фирма, которая раньше других создает и поставляет на рынок новые виды товаров и услуг, выпускает продукцию, отличающуюся более высоким качеством, надежностью, долговечностью. Потребитель часто предпочитает покупать не самую дешевую, а наиболее высококачественную продукцию, добываясь тем самым меньших затрат на единицу потребительского эффекта. В неценовой конкуренции большое место отводится рекламе. В некоторых случаях имеет место искусственная дифференциация продукции, когда чисто внешние изменения (например, дизайн) выдаются за существенные.

К каким последствиям привела бы смена несовершенной конкуренции в условиях олигополистической структуры совершенной конкуренцией. Если предположить, что конкурентная отрасль превратилась в олигополистическую, то это вызвало бы следующие последствия:

- во-первых, выросли бы цены. Это связано с тем, что ценообразование утратило бы чисто рыночный характер;
- во-вторых, мог бы увеличиться объем рынка. В том случае, когда кривые рыночного спроса в условиях совершенной конкуренции и олигополии совпадают, объем выпуска продукции при олигополии будет меньше, чем при совершенной конкуренции. Однако они не всегда совпадают. Реклама, обновление ассортимента, которые проводят крупные олигополисты, приводят к увеличению спроса на их продукцию, т. е. сдвигают кривую спроса вправо, что увеличивает равновесный объем рынка.

7.5. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Монополистическая конкуренция представляет собой такую структуру рынка, при которой большое число фирм производит взаимозаменяемые товары и услуги.

Прежде всего обращает на себя внимание сам термин «монополистическая конкуренция». Он говорит о том, что в рамках данной рыночной структуры сочетаются черты, присущие монополии и совершенной конкуренции, являющимися антиподами. Рассмотрим ее отличие от уже известных нам рыночных структур. Монополистическую конкуренцию роднит с совершенной конкуренцией большое число продавцов, одновременно выступающих на рынке данного товара или услуги. Но они предлагают не одинаковую, а дифференцированную продукцию, т. е. различные взаимозаменяемые продукты, удовлетворяющие одну и ту же потребность (различные виды мыла, зубной пасты, модели одежды, учебники экономики и т.д.). Каждую разновидность продукции в относительно небольших размерах могут выпускать мелкие фирмы. Например, на рынке зубной пасты выступает множество фирм, но каждая из них производит отдельный ее вид и является монополистом в его выпуске. У любой такой фирмы имеется конкурент, который пытается отнять у нее потребителя и предложить ему другой вид зубной пасты. Поэтому все фирмы, выпускающие зубную пасту, являются конкурентами, несмотря на то, что они продают различные ее виды. Не случайно они проводят активную рекламную политику.

Используя свое положение относительного монополиста, фирма может позволить себе увеличить цену на продукцию, что не может сделать конкурентная фирма под угрозой полной потери покупателей. В условиях предложения дифференцированной продукции многие из покупателей все равно не покинут рынок, так как продавец учитывает их индивидуальные потребности. Например, модницы не перестанут шить одежду у «своего» портного, даже если он несколько повысит цены; клиент парикмахерской также не покинет «своего» мастера в подобном случае. В отличие от олигополиста, фирма, выступающая в условиях монополистической конкуренции, не учитывает ответную реакцию конкурентов на свои дей-

ствия, так как в условиях большого числа фирм это сделать невозможно.

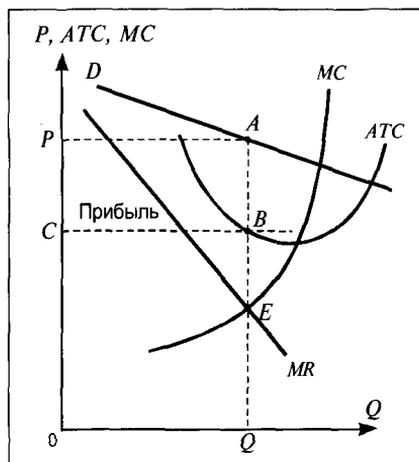
Рассмотрим, как устанавливаются оптимальный объем производства и цена в условиях монополистической конкуренции в коротком и длительном периодах. Промежуточное положение между монополией и совершенной конкуренцией определяет высокоэластичный спрос на продукцию фирмы (степень эластичности ниже, чем при монополии, и выше, чем при совершенной конкуренции, когда спрос является совершенно эластичным). Степень эластичности спроса и определяемый ею наклон кривой спроса зависят от количества фирм-конкурентов и степени дифференциации продукции. Чем больше конкурентов имеется в отрасли и чем меньше степень дифференциации, т. е. чем меньше заменителей имеет продукт, тем монополистическая конкуренция находится ближе к совершенной конкуренции и, следовательно, тем эластичнее спрос и меньше наклон кривой спроса.

На рис. 7-9 изображена ситуация, в которой находится фирма, функционирующая в условиях монополистической конкуренции в коротком периоде.

Руководствуясь правилом $MR = MC$, фирма определяет объем производства Q и цену на свою продукцию P . При данном уровне средних общих издержек, выраженном кривой ATC , фирма получает прибыль, величина которой выражена площадью прямоугольника $CPAB$.

Рис. 7-9. ▷
Краткосрочное равновесие
фирмы в условиях
монополистической конкуренции.

Спрос на продукцию фирмы, функционирующей в условиях монополистической конкуренции, более эластичен, чем на продукцию монополиста. Поэтому кривая спроса является более полой. Фирма на основе правила $MR = MC$ устанавливает объем выпуска продукции Q и цену P . Прибыль фирмы — площадь фигуры $CPAB$.



В длительном периоде фирмы могут свободно покидать отрасль и входить в нее, в зависимости от того, получают ли они прибыль в рамках короткого периода, или, наоборот, терпят убытки. Поэтому в длительном периоде наблюдается тенденция к получению «нормальной» прибыли, т. е. безубыточной деятельности, при которой величина экономической прибыли равна нулю. На рис. 7-10 изображена рыночная ситуация, имеющая место на рынке монополистической конкуренции в длительном периоде.

Говоря о совершенной конкуренции, мы показали, что в длительном периоде конкурентная фирма, находясь в положении равновесия, обычно получает нулевую («нормальную») прибыль, когда $P = ATC$. Точно так же обстоит дело и в условиях монополистической конкуренции. На рис. 7-10 изображено положение долгосрочного равновесия фирмы. Кривой спроса DD соответствует кривая предельного дохода MR . В результате этого производится Q единиц продукта, реализуемых по цене P . При этом обратите внимание на то, что кривая спроса является касательной к кривой средних общих издержек ATC и точка касания A — общая для обеих этих кривых. Это говорит о том, что цена равняется средним общим издержкам ($P = ATC$) и, следовательно, прибыль фирмы равна 0.

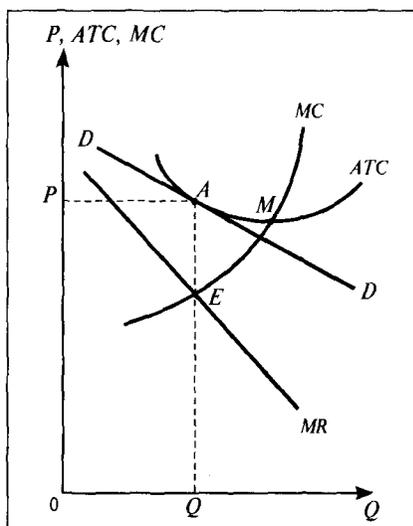


Рис. 7-10. ▷
Долгосрочное равновесие фирмы в условиях монополистической конкуренции.

В долгосрочном периоде фирма получает нулевую прибыль, так как соблюдается условие $P = ATC$. Кривая ATC является касательной к кривой спроса DD в точке A .

Разумеется, здесь обрисована упрощенная модель рыночной ситуации. В реальной действительности отдельные фирмы могут и в длительном периоде получать прибыль или нести убытки. Так, некоторые фирмы могут выпускать такую продукцию или оказывать такие услуги, которые позволяют им оставаться монополистами. Например, закусочная на вокзале или бензозаправочная станция на оживленном перекрестке, вероятно, всегда будет получать прибыль. Наоборот, врач, живущий в небольшом населенном пункте и по каким-либо соображениям не желающий менять места жительства, может смириться с тем, что он из-за отсутствия достаточной клиентуры постоянно несет убытки, имеет меньшие доходы, чем его коллеги, практикующие в другом месте. Но напомним, что в данных случаях речь идет об экономической прибыли: Бухгалтерскую прибыль получает любой хозяйствующий субъект, иначе он не сможет осуществлять свою деятельность.

Каковы социально-экономические последствия монополистической конкуренции? На рис. 7-10 видно, что в длительном периоде фирма обычно выпускает меньший объем продукта, чем тот, который был бы возможен при минимизации средних общих издержек, т. е. производственная мощность используется не полностью. Кривая спроса имеет отрицательный наклон к точке *A*, обозначающей оптимальный объем выпуска при получении «нормальной» прибыли. Эта точка находится левее точки *M*, указывающей объем выпуска, при котором средние издержки в длительном периоде минимизируются (точка пересечения кривых *MC* и *ATC*). Следовательно, общество недополучает определенный объем продукта. Такое положение объясняется «монополистическим обликом» монополистической конкуренции. Вспомним, что монополист ограничивает объем выпуска продукции, повышая цены на нее. Вместе с тем нельзя считать, что монополистическая конкуренция приводит к таким же отрицательным последствиям для общества, как монополия. Существование множества фирм, выпускающих различную продукцию, приводит к более полному удовлетворению общественных потребностей, увеличению ассортимента товаров и услуг, позволяет учитывать разнообразные потребности покупателей. Такое положение перекрывает отрицательные последствия монополистической конкуренции.

Различается четыре типа рыночных структур: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия.

В условиях совершенной конкуренции, когда на рынке выступает большое число продавцов стандартизированной продукции, отдельная фирма не может оказать влияния на уровень рыночной цены товара. Фирмы приспосабливаются к этому уровню. Цена продукта не зависит от объема продукции фирмы. Поэтому кривая спроса фирмы представляет собой горизонтальную линию и предельный доход равен цене.

Устанавливая оптимальный, т.е. максимизирующий прибыль объем выпуска продукции, фирма руководствуется правилом $MR = MC$, которое в условиях совершенной конкуренции трансформируется в правило $P = MC$. При этом в краткосрочном периоде фирма осуществляет выпуск продукции при условии, что цена превышает средние переменные издержки. Поэтому кривая предложения конкурентной фирмы совпадает с кривой ее предельных издержек на участке выше точки ее пересечения с кривой средних переменных издержек.

Экономическая прибыль в долгосрочном периоде привлекает в отрасль новые фирмы, а убытки вынуждают фирмы покидать отрасль. В результате этого цена устанавливается на уровне средних издержек и фирмы получают «нормальную» нулевую прибыль.

Монополия представляет собой рыночную структуру, в которой одна фирма является продавцом товара, не имеющего близких заменителей. Кривая спроса монополиста имеет отрицательный наклон. Поэтому монополист контролирует не только объем выпускаемого продукта, но и его цену. Цена на продукцию монополиста выше предельного дохода. Так как монополия может манипулировать объемом продукта и ценой, то для нее не существует какой-то определенной кривой предложения.

В некоторых случаях монополист может осуществлять ценовую дискриминацию — устанавливать разные цены на один и тот же продукт для разных покупателей.

По сравнению с конкурентной фирмой монополист производит меньший объем продукта и устанавливает более высокую цену на него. Государство, стремясь преодолеть отрицательные последствия монополизации, проводит антимонопольную политику.

На олигополистических рынках конкурируют между собой несколько крупных продавцов товара. Главная черта этой рыночной структуры состоит в существовании олигополистической взаимозависимости, которая может принимать разные формы. Разработан ряд различных моделей, объясняющих поведение олигополистов. Общей теории олигополии не существует.

На рынках с монополистической конкуренцией каждая из множества мелких фирм производит товар, несколько отличающийся от продукции ее конкурентов. Производители обладают некоторым контролем над ценой своих товаров. В долгосрочном периоде на рынке устанавливается равновесие и фирмы получают нулевую прибыль. Монополистически конкурентные фирмы оперируют с избыточными мощностями. Положительной чертой монополистической конкуренции является то, что благодаря ей более полно удовлетворяются дифференцированные потребности людей.

Контрольные вопросы и задания

1. Какую рыночную структуру представляет каждое из следующих предприятий: молочный магазин, расположенный вблизи вашего дома; парикмахерская, которую вы обычно посещаете; негосударственная школа; зерновая ферма; метрополитен; птицефабрика; металлургический комбинат; сберегательный банк?
2. Объясните и докажите математически, почему, соблюдая правило $MR = MC$ при выборе объема производства и цены продукта, фирма получает максимальную прибыль.
3. При каком условии конкурентная фирма прекращает выпуск продукции? Почему?
4. Почему в долгосрочном периоде конкурентная фирма получает нулевую экономическую прибыль?

5. Почему предельный доход от любого проданного монополистом количества товара меньше цены этого товара?
6. В каком случае общий доход монополиста достигает максимальной величины?
7. Почему в условиях монополизированного рынка отсутствует кривая предложения?
8. В чем особенности выработки стратегии своего поведения олигополистическими фирмами?
9. Каковы общие черты и отличия монополистической конкуренции и совершенной конкуренции; монополистической конкуренции и монополии?

РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ

Прочитав эту главу, вы узнаете:

- ✦ что представляют собой рынки факторов производства и рынки услуг факторов производства;
 - ✦ в чем заключается связь между ценами услуг факторов производства и доходами их собственников;
 - ✦ какие обстоятельства определяют процессы, происходящие на рынке труда;
 - ✦ в чем состоят причины дифференциации в оплате труда работников;
 - ✦ от чего зависит величина земельной ренты;
 - ✦ как определяется цена капитальных благ;
 - ✦ в каких случаях фирме целесообразно осуществлять инвестиции;
 - ✦ что лежит в основе цены земельных участков.
-

До сих пор речь шла о процессах, происходящих на рынках товаров и услуг, на которых фирмы выступают в качестве продавцов, а домашние хозяйства — в качестве покупателей производимой фирмами продукции. На рынках факторов производства (ресурсов), наоборот, продавцами являются домашние хозяйства — собственники факторов, а покупателями — фирмы, осуществляющие процесс превращения факторов производства в товары и услуги.

8.1. ОСОБЕННОСТИ РЫНКОВ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Рынки факторов производства подчиняются тем же принципам, что и рынки товаров и услуг. Рыночная цена ресурсов

является равновесной, складывающейся под воздействием спроса и предложения на тот или иной ресурс.

Рынки факторов производства и рынки услуг факторов производства

Следует иметь в виду, что различаются сами факторы производства и услуги, оказываемые этими факторами. В качестве факторов выступают труд, неотделимый от личности работника, земля, элементы реального капитала, т. е. производственные здания, сооружения, станки, оборудование, материалы и т. п. Каждый из факторов, выступая как элемент производственного процесса, оказывает определенные услуги. Величина цены этих услуг обуславливает доходы собственников факторов производства.

ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА (W) — цена услуг труда, доход наемных работников.

ПРИБЫЛЬ (Π) — цена услуг особого вида труда — предпринимательской деятельности, доход предпринимателей.

РЕНТА (R) — цена услуг земли, доход собственников земли.

ПРОЦЕНТ (i) — цена услуг капитала, доход собственников капитала.

Поэтому проблема ценообразования на услуги факторов производства тесно связана с проблемой рыночного распределения доходов собственников этих факторов.

Факторы производства могут отчуждаться от своих собственников *на определенный срок*. В этом случае возникает рынок услуг факторов производства. На рынке услуг труда работник нанимается на работу на оговоренный период времени; на рынке услуг земли на тот или иной срок сдаются в аренду земельные участки; на рынке услуг капитала сдаются во временное пользование элементы реального капитала.

Если факторы производства оказывают услуги *своим собственникам*, то они не выступают на рынке. Так, предприниматель может сам трудиться в собственной фирме, используя принадлежащий ему участок земли, производствен-

ные помещения, оборудование и т. п. В этом случае заработная плата, земельная рента и процент присваиваются самим собственником ресурсов. Такое положение дел характерно для мелкого бизнеса.

Цены услуг факторов производства представляют собой интервальные величины, размерность которых выражается в рублях, долларах и т. д. *в единицу времени*. Так, устанавливаются, например, месячные ставки заработной платы, годовые ставки земельной ренты или процента. Их называют **прокатными оценками**.

На рынках самих факторов производства осуществляются процессы купли-продажи ресурсов, навсегда отчуждающихся от своих собственников. Таковыми являются рынки земли или рынки элементов реального капитала. Объектами продажи здесь выступают участки земли, производственные помещения, станки, сырье и т. п. Рынок труда, строго говоря, существовал при рабовладении. Он не может иметь место в условиях юридической свободы человека. Говоря о рынке труда, мы будем иметь в виду рынок услуг труда, как это обычно принято.

На факторы производства, которые являются реальным капиталом, устанавливаются определенные цены, которые представляют собой моментные величины. Их размерность выражается в рублях, долларах и т. д. за станок, производственное здание или земельный участок *на данный момент времени*.

Производный спрос

Особенностью рынков факторов производства является то, что ресурсы не поступают в личное потребление. Поэтому, в отличие от кривой спроса на товары и услуги, которая строится исходя из системы предпочтений отдельных индивидов, кривая спроса на ресурсы определяется объемами спроса, предъявляемыми фирмами. Спрос на факторы производства является производным спросом.

ПРОИЗВОДНЫЙ СПРОС — спрос на факторы производства, зависящий от спроса на товары и услуги, производимые фирмами, использующими эти факторы.

Например, спрос на хлопкоуборочные комбайны зависит от спроса на хлопок, который, в свою очередь, определяется спросом на хлопчатобумажные ткани. Виноград стоит дороже картофеля не потому, что первый выращивается на более дорогостоящих землях, а, наоборот, земля, пригодная для возделывания винограда, стоит дороже земли, используемой под картофель, вследствие более высокой цены винограда.

При оценке ресурсов большую роль играет, как мы увидим ниже, фактор времени.

8.2. РЫНОК ТРУДА И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА

Основные черты рынка труда

Рыночное хозяйство стало развиваться в полной мере тогда, когда возник наемный труд, люди получили возможность свободно распоряжаться своей рабочей силой. Раб не мог выступать на рынке в качестве продавца услуг своего труда, так как он юридически зависел от рабовладельца и сам выступал в качестве объекта купли-продажи.

В XIX в. существовало экономическое принуждение к наемному труду. Превращение работника в предпринимателя практически было невозможно. В настоящее время положение обстоит иначе. У человека имеется свобода выбора — пойти работать по найму или стать предпринимателем. В сельском хозяйстве, сфере услуг, некоторых отраслях промышленности не надо иметь крупный капитал, чтобы основать новое дело. Однако люди предпочитают продавать свой труд на рынке вместо того, чтобы идти на риск, связанный с предпринимательской деятельностью. Так, американские психологи показали, что только 9% американцев обладают личными качествами, необходимыми для того, чтобы быть предпринимателем. Подавляющее большинство населения во всех странах является наемными работниками.

Переход от командной экономики к рыночной, осуществляемый в России и других постсоциалистических странах, невозможен без создания полноценного рынка труда, который прежде здесь отсутствовал. Учитывая это, укажем, что предпосылками формирования такого рынка труда являются полный отказ от жестко централизованной системы оплаты

труда работников, создание условий для свободного движения рабочей силы, которое невозможно без рынка жилья и отказа от всех административных способов прикрепления людей к определенному месту жительства (прописки), создание четко организованной системы трудоустройства безработных, их переквалификации, выплаты пособий по безработице. Эти предпосылки создаются очень медленно. К тому же следует иметь в виду, что существует целый ряд психологических факторов, тормозящих создание рынка труда. Это привычка видеть в государстве патерналистский по отношению к своим гражданам орган, известный консерватизм значительной части населения к изменению своего социального и профессионального статуса, невосприимчивость к переобучению в зрелом возрасте, стереотип добродетельного гражданина как человека, чуть ли не пожизненно работающего на одном предприятии. К тому же люди не знают подлинной цены своего труда, не имея удовлетворительной информации о состоянии рынка труда. Изменение этих взглядов, конечно, потребует определенного времени.

Рынок труда, как рынок любого товара, предполагает такие понятия, как спрос, предложение, равновесная цена, равновесный объем.

Кривая спроса на труд

Спрос на труд, как на любой фактор производства, является производным от спроса на товар или услугу, в производстве которых данный конкретный вид труда используется. Например, чем больший спрос предъявляется на рынке жилья, тем значительнее спрос на труд строителей. Сокращение спроса на пишущие машинки, происходящее в связи с увеличением спроса на персональные компьютеры, сужает спрос на труд рабочих, занятых производством и ремонтом пишущих машинок.

Величина спроса на труд зависит, во-первых, от уровня цен на продукцию, производимую при его помощи; во-вторых, от производительности труда. Чем более производительным является данный вид труда и чем выше цена его продукта, тем больше предъявляемый на этот вид труда спрос.

В предыдущих главах указывалось, что в силу действия закона убывающей эффективности происходит уменьшение предельного продукта переменного фактора производства. Применительно к труду это означает, что каждый дополнительный рабочий создает меньший объем продукта, чем предшествующий, т. е. величина предельного продукта, созданного каждым дополнительным рабочим, убывает. Но до сих пор речь шла о продукте труда в физическом измерении (выплавка стали в тоннах, производство электролампочек в штуках и т. д.). Сейчас перейдем к его денежному выражению. Тогда мы сможем определить, как изменится общая выручка фирмы при использовании дополнительной единицы труда.

ДЕНЕЖНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ ПРЕДЕЛЬНОГО ПРОДУКТА ТРУДА (MRP_L)¹ показывает величину прироста общей выручки фирмы в результате привлечения дополнительной единицы труда,

$$MRP_L = \frac{\Delta TR}{\Delta L}. \quad (8.1)$$

Связь между денежным и физическим выражениями предельного продукта труда выглядит следующим образом:

$$MRP_L = MP_L \times MR \quad (8.2)$$

Как мы уже установили, в условиях совершенной конкуренции цена единицы предельного продукта равна величине предельной выручки от реализации этой единицы, т. е. $P = MR$.

Следовательно, денежное выражение предельного продукта труда выступает как **стоимость предельного продукта труда** (VMP_L)², т. е.:

$$VMP_L = MP_L \times P. \quad (8.3)$$

Равенство (8.3) является частным случаем равенства (8.2) для условий совершенной конкуренции на рынке труда.

Приведем пример исчисления денежного выражения предельного продукта труда для конкурентной фирмы (табл. 8-1).

¹ *Marginal Revenue Product of Labor.*

² *Value of Marginal Product.*

**Расчет денежного выражения предельного продукта труда
для конкурентной фирмы**

Количество рабочих	Объем продукта (TP), ед.	Предельный продукт труда (MP_L), ед.	Цена единицы продукта ($MR = P$), р.	Денежное выражение (стоимость) предельного продукта труда ($MRP_L = MP_L \times MR$), р.
0	0			
1	10 000	10 000	2	20 000
2	15 000	5000	2	10 000
3	18 000	3000	2	6000
4	20 000	2000	2	4000
5	21 000	1000	2	2000

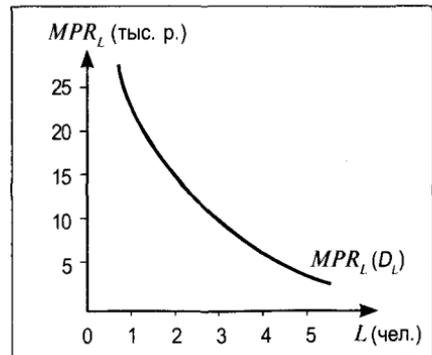
На основе данных, представленных в табл. 8-1, построим кривую MRP_L (см. рис. 8-1).

Фирма, нанимая дополнительного рабочего, соизмеряет размеры выручки, которую она получит благодаря использованию его труда, с затратами на наем данного рабочего. Разумеется, фирме целесообразно нанимать рабочего лишь в том случае, если выручка превышает затраты. Следовательно, де-

Рис. 8-1. ▷

Кривая спроса фирмы на труд.

Так как при найме работников фирма руководствуется правилом $MRP_L = W$, кривая MRP_L является кривой спроса на труд со стороны фирмы.



нежное выражение предельного продукта труда за определенный период времени (MRP_L) надо сопоставить со ставкой заработной платы работника за тот же период (W). Фирма будет нанимать работников до тех пор, пока наблюдается неравенство $MRP_L > W$. В этом случае прибыль фирмы будет продолжать расти. Если же, наоборот, вклад дополнительного рабочего в общую выручку фирмы окажется меньше, чем издержки оплаты его труда ($MRP_L < W$), то нанимать этого работника не следует. Другими словами, при таком соотношении фирма должна увольнять работников.

Условие максимизации прибыли фирмой при найме работников:

$$MRP_L = W. \quad (8.4)$$

Отклонение от этого условия в любую сторону приводит к тому, что число нанимаемых фирмой работников не является оптимальным. Отсюда вытекает, что кривая MRP_L является кривой спроса фирмы на рабочую силу. Она показывает, на какое количество рабочих фирма предъявляет спрос при каждом уровне ставки заработной платы. Как любая кривая спроса, эта кривая имеет отрицательный наклон, что говорит о существовании обратной зависимости объема спроса на труд от величины его оплаты.

Кривая рыночного спроса на труд строится путем суммирования кривых спроса со стороны отдельных фирм.

Кривая предложения труда

Теперь рассмотрим, как формируется предложение труда. Будем исходить из того, что рынок труда является конкурентным, т. е. на нем выступает множество рабочих данной квалификации, отсутствуют любые факторы, ограничивающие свободное движение рабочей силы, имеется полная информация о состоянии рынка труда. Конечно, следует иметь в виду, что совершенно конкурентного рынка труда не существует. В реальной действительности всегда имеются факторы, приводящие к отклонению от условий совершенной конкуренции. Обычно не все рабочие обладают полной информацией о рынке труда (величине оплаты труда различными фирмами), причем каждая фирма реализует свою политику в этой области. Ограничивается движение рабочей

силы. Действуют миграционные законы. Безусловно, на рынке труда, в отличие от рынка товаров и других ресурсов, важную роль играют социально-психологические и личностные факторы. Люди обладают известной инертностью при перемене места жительства. Игрет роль также степень привлекательности труда. В целом ряде случаев оплата труда регулируется государством, на нее также оказывают влияние профсоюзы. Но мы будем рассматривать только конкурентный рынок труда.

Как известно, кривая предложения товаров и услуг имеет положительный наклон, что говорит о прямой зависимости между величиной предложения и ценой данного товара (услуги). Кривая индивидуального предложения труда может иметь вид «загибающейся кривой», т. е. при определенном уровне ставки оплаты труда она меняет свой наклон с положительного на отрицательный (см. рис. 8-2).

Чем объяснить такое изменение наклона? Рабочие, принимая решение о том, сколько часов времени они могут отдать работе, исходят из того, что рабочее время является альтернативой свободному времени (досугу). Микроэкономическая теория исходит из того, что человек трудится для того, чтобы добывать средства к существованию. Если он обеспечивает себе и своей семье определенный уровень потребления, то стремится сократить рабочее время (работать неполный рабочий день, сократить или ликвидировать «вторую занятость», не работать сверхурочно и т.п.). Разумеется, когда рабочий зарабатывает относительно немного, он стремится увеличить рабочее время. Кривая предложения труда

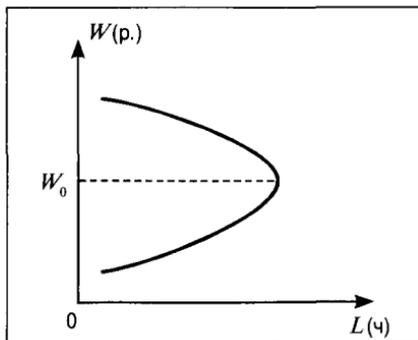


Рис. 8-2. ▷
Кривая индивидуального предложения труда.

При определенном уровне ставки заработной платы объем индивидуального предложения труда сокращается.

имеет положительный наклон. Свободное время заменяется рабочим. Достигнув достаточно высокого (с точки зрения данного индивида) дохода, он говорит себе: «Хватит. Всех денег все равно не заработаешь. Могу теперь позволить себе больше отдыхать, уделять время досугу». Рабочее время теперь заменяется свободным.

Что касается кривой рыночного предложения труда, то она обычно имеет положительный наклон. Это связано с тем, что при достаточно высоком уровне оплаты труда сокращение объема предложения труда со стороны одних рабочих приводит к тому, что увеличивается объем предложения труда со стороны других рабочих, привлекаемых в данную сферу деятельности высокими ставками заработной платы.

Как определить размеры спроса фирмы на труд

Равновесная ставка заработной платы на конкурентном рынке труда (W_e) определяется пересечением кривых спроса на труд (D_L) и его предложения S_L (см. рис. 8-3, а).

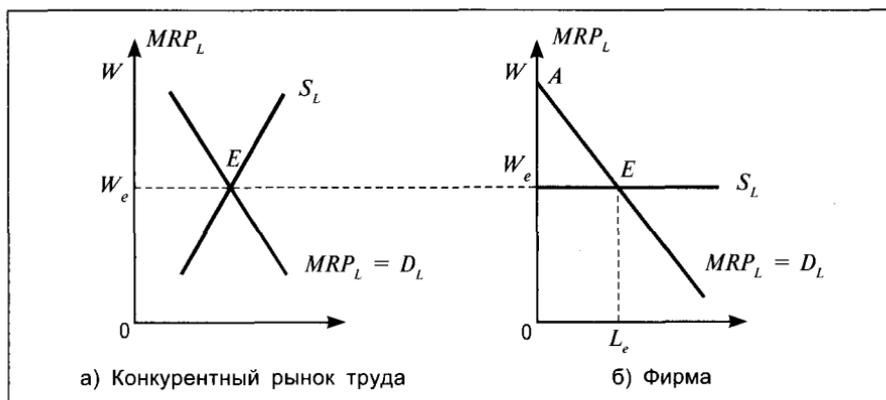


Рис. 8-3. Δ

Определение количества работников, нанимаемых фирмой.

На конкурентном рынке труда устанавливается равновесная ставка заработной платы, которая выступает как заданная для всех фирм, приобретающих труд на данном рынке. Поэтому предложение труда совершенно эластично. Оптимальное число работников, нанимаемых фирмой, определяется пересечением кривых спроса на труд со стороны фирмы (MRP_L) и предложения труда (S_L).

На конкурентном рынке труда фирма при сложившейся рыночной ставке зарплаты (W_e) может нанять *любое* количество работников. Поэтому предложение труда является совершенно эластичным, вследствие чего кривая предложения труда (S_L) для отдельной фирмы представляет собой линию, параллельную горизонтальной оси (см. рис. 8-3, б). Количество нанимаемых фирмой рабочих при ставке зарплаты W_e определяется пересечением кривых предложения труда S_L и спроса на труд MRP_L и равно L_e . Если число нанятых работников превышает L_e , то каждый рабочий будет создавать предельный продукт, уступающий по величине стоимости его заработной плате. Значит, для фирмы будет нецелесообразно при найме работников выходить за пределы L_e . L_e -й работник создает стоимость продукта, равную по величине его заработной плате. В этом случае выдерживается соотношение $MRP_L = W$. Следовательно, площадь фигуры OW_eEL_e выражает издержки фирмы на заработную плату. Площадь треугольника W_eAE — величина дохода, представляющего собой сумму доходов других факторов производства (капитала и земли).

Таким образом, условие оптимальности поведения фирмы на рынке труда $MRP_L = W$ аналогично условию оптимального поведения фирмы на товарном рынке ($MR = MC$).

Дифференциация размеров ставок заработной платы

Установив, что в основе определения ставки заработной платы лежат рыночные факторы, покажем, что они же определяют и дифференциацию заработной платы, которая определяется различиями в квалификации работников, в условиях труда, а также региональными различиями.

Рассмотрим сначала, как влияют на размеры заработной платы различия в видах деятельности. Существует множество автономных рынков труда (водителей трамваев, профессоров экономики, учителей химии, скрипачей, футболистов и т. д.). На каждом из них предъявляются определенные требования к физическим данным работников, их умственным и творческим способностям, уровню образования. Поэтому миграция работников между этими автономными рынками труда практически отсутствует. Услуги профессоров экономики не пред-

лагаются на рынке труда скрипачей, а те, в свою очередь, не конкурируют за рабочие места с футболистами.

Рассмотрим лишь те различия в видах деятельности, которые вытекают из различий в уровнях образования работников. Работники, обладающие высокой квалификацией (например, менеджеры фирм), создают за единицу времени больший в денежном выражении продукт, чем работники с низкой квалификацией (например, грузчики). Разница между ними представляет собой стоимость «продукта образования». Получение высшего образования требует не только значительных издержек, но и определенного уровня способностей, которым обладают не все люди. В результате этого предложение труда на рынке профессий, требующих высокого уровня образования и высокой профессиональной квалификации, всегда ниже, чем на рынке труда профессий, не требующих такого уровня. Поэтому кривые спроса на труд и его предложения на первом рынке пересекутся на более высоком уровне, чем на втором, и на нем установится более высокая равновесная цена труда (см. рис. 8-4).

Статистические данные, относящиеся к США, показывают, что, например, человек в возрасте 40 лет с университетским образованием получает заработную плату, превышающую по размерам в 2,8 раза зарплату работника с начальным образованием, в 1,8 раза — работника со средним образованием, в 1,5 раза — работника с незаконченным университетским образованием и на 10% меньше, чем зарплата человека, имеющего ученую степень.

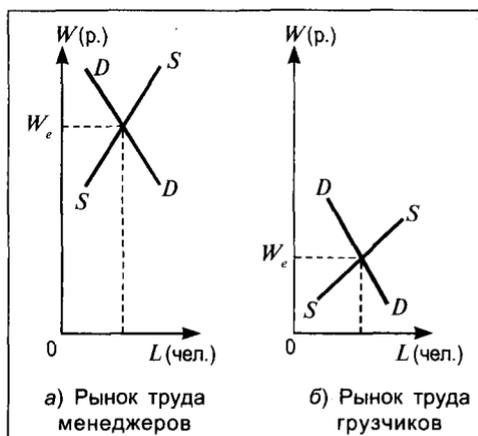


Рис. 8-4. ▽

Различия в уровнях оплаты труда по видам деятельности.

На рынке высококвалифицированного труда устанавливается более высокая ставка оплаты труда, чем на рынке неквалифицированно-го труда.

На уровень заработной платы оказывают влияние также региональные факторы. Предположим, что экономика страны состоит из двух регионов. В этом случае рыночный механизм действовал бы следующим образом. Рисунок 8-5, а иллюстрирует ситуацию на рынке труда в регионе А, а рисунок 8-5, б — в регионе В. В регионе А установилась высокая цена труда (W_A), в регионе В — низкая (W_B). В этом случае будет происходить миграция работников из региона В в регион А, что приведет к увеличению предложения труда в последнем и вызовет снижение ставки заработной платы. Наоборот, в регионе В предложение труда уменьшится и ставка заработной платы вырастет. В результате произойдет выравнивание ставок заработной платы в рамках национальной экономики на уровне W_c .

Если предположить, что в рамках национальной экономики сложился совершенно конкурентный рынок труда, то рыночный механизм привел бы к установлению единой ставки заработной платы на данный конкретный вид труда в масштабах всей страны, а при отсутствии межрегиональных барьеров — в масштабе всего мирового хозяйства. В этом случае равновесная ставка заработной платы определилась бы на уровне W_c .

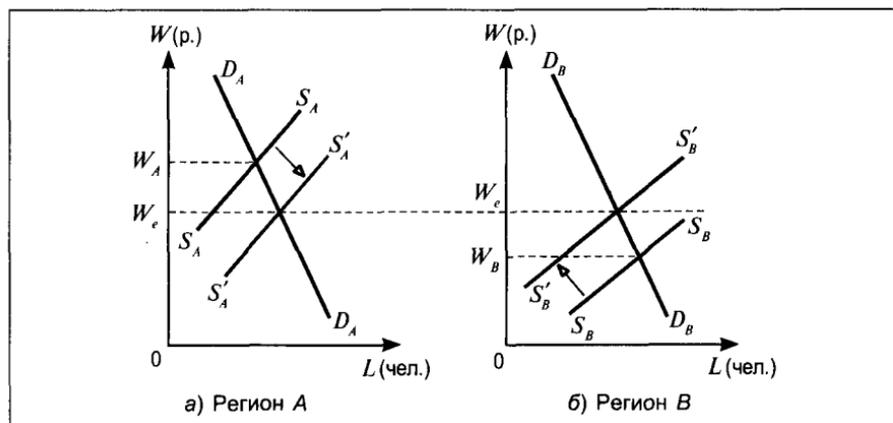


Рис. 8-5. Δ

Региональное различие в ставках заработной платы.

На уровень оплаты труда на региональных рынках труда влияет соотношение спроса и предложения на труд. В условиях полного отсутствия барьеров на пути межрегионального движения труда произошло бы выравнивание его оплаты.

В реальной действительности, как указывалось выше, совершенная конкуренция на рынке труда отсутствует. Обычно наблюдаются существенные различия в условиях жизни в разных регионах, особенно в пределах такой большой страны, как Россия. К тому же имеется ряд барьеров, препятствующих межрайонной (тем более межгосударственной) миграции рабочей силы. В условиях отсутствия совершенной конкуренции на рынке труда в отдельных регионах, как правило, складываются различные уровни оплаты труда. В России они в значительной степени реализуются через систему районных коэффициентов к заработной плате, являющихся рудиментом командной системы. Оплата труда в северных и отдаленных районах страны значительно выше, чем в центральных. В рыночной экономике региональная дифференциация в оплате труда достигается в основном рыночными методами. Она выступает в качестве компенсации за неблагоприятные условия труда и жизни в отдельных регионах.

Государственное регулирование минимума заработной платы

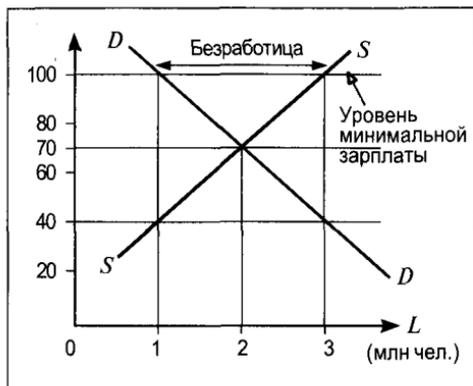
Почти во всех странах государство законодательно устанавливает минимальный размер ставок заработной платы во многих отраслях экономики, стремясь тем самым обеспечить всем своим гражданам определенный прожиточный минимум. По таким ставкам, как правило, оплачивается труд неквалифицированных работников. Каким образом установление минимальной ставки заработной платы влияет на рынок неквалифицированного труда?

Рисунок 8-6 иллюстрирует положение на рынке неквалифицированного труда в условиях установления минимальной ставки заработной платы на уровне выше равновесного.

Допустим, минимальная ставка заработной платы составляет 100 р./ч. При этой цене труда спрос на него составляет 1 млн человек. Согласны работать на таких условиях оплаты 3 млн человек. Следовательно, 2 млн человек окажутся безработными. В условиях отсутствия государственного регулирования минимума заработной платы сработал бы рыночный механизм, который восстановил бы нарушенное равновесие на рынке труда. При этом равновесный уровень оплаты неквалифицированного труда составил бы 70 р./ч. Количество желаю-

Рис. 8-6. ▷
Последствия установления
минимальной заработной
платы.

Установление минимального размера заработной платы на уровне выше равновесного приводит к появлению безработицы на рынке неквалифицированного труда.



щих работать при таком уровне заработной платы совпало бы со спросом на труд.

В странах с развитой рыночной экономикой отсутствует единое отношение к установлению минимума заработной платы. Эта мера относится к социальным мероприятиям государства. Она призвана устранить нищету и обеспечить всем занятым приемлемый в данном обществе уровень жизни. Но одновременно она, как и всякое мероприятие, связанное с административным вмешательством в рыночный механизм, приводит к отрицательным последствиям, порождая безработицу среди неквалифицированных работников, в первую очередь молодежи, нацменьшинств. Люди, согласные получить работу за более низкую оплату, чем установленный минимум заработной платы, оказываются без работы. Разумеется, причины образования безработицы являются, как мы увидим ниже, более глубокими, но данный фактор усиливает ее. Создается «черный рынок» труда, когда отдельные предприниматели нанимают неквалифицированных работников, в первую очередь нелегальных иммигрантов, незаконно платя им зарплату ниже не только установленного минимума, но и равновесного уровня.

В России, которая значительно уступает странам Запада по уровню оплаты труда, такой проблемы пока не возникает, так как установленный минимум заработной платы находится ниже равновесного уровня. Поэтому фактическая оплата неквалифицированного труда в большинстве случаев находится на уровне, превышающем минимальный.

8.3. РЫНОК УСЛУГ ЗЕМЛИ (ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ) И ЗЕМЕЛЬНАЯ РЕНТА

Земля — всеобщее поле приложения всех экономических ресурсов. На земле протекает любой производственный процесс. Особую роль земля играет в сельском хозяйстве, где она служит основным фактором производства и ее вклад в создание продукта весьма значителен.

Земля является первичным ресурсом, так как искусственно невозпроизводима. Количество земли в каждый данный момент ограничено. В связи с этим процесс ценообразования на услуги земли (определения величины земельной ренты) имеет некоторые особенности.

Экономическая рента

Чтобы лучше понять процесс ценообразования на рынке землепользования¹, рассмотрим сначала понятие «экономическая рента» применительно к другому ресурсу — труду.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕНТА — разница между фактической ценой ресурса и той ценой, которая достаточна для того, чтобы привлечь этот ресурс к использованию в данной конкретной ситуации.

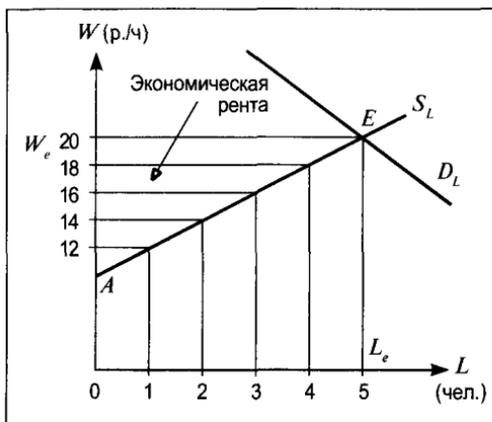
На уже известном нам рынке труда экономическая рента будет представлять собой разницу между фактической ценой труда и тем ее уровнем, который достаточен для того, чтобы привлечь работника трудиться по данной профессии.

На рис. 8-7 показано, что труд всех работников оплачивается по одинаковой равновесной ставке заработной платы, составляющей 20 р./ч. Следовательно, общие расходы на оплату труда пяти работников представлены площадью четырехугольника OW_eEL_e и составляют 100 р. (20 р. × 5). На кривой предложения представлены цены предложения труда. Первый работник согласен работать за 12 р./ч, второй — за 14 р./ч, третий — за 16 р./ч, четвертый — за 18 р./ч, и только пятый — за 20 р./ч.

¹ Ценообразование на земельные участки будет рассмотрено в параграфе 8.5.

**Рис. 8-7. ▽
Экономическая рента.**

На рынке труда установилась равновесная ставка заработной платы 20 р. в час. Первый, второй, третий и четвертый работники согласны работать при более низкой оплате труда. Площадь заштрихованного треугольника представляет собой экономическую ренту.



Экономическая рента составит у каждого из них соответственно 8, 6, 4 и 2 р./ч. У пятого работника экономическая рента отсутствует. Суммарная экономическая рента представлена площадью заштрихованного треугольника AW_eE . Она составляет 20 р. ($\frac{(20 - 12) \cdot 5}{2}$).

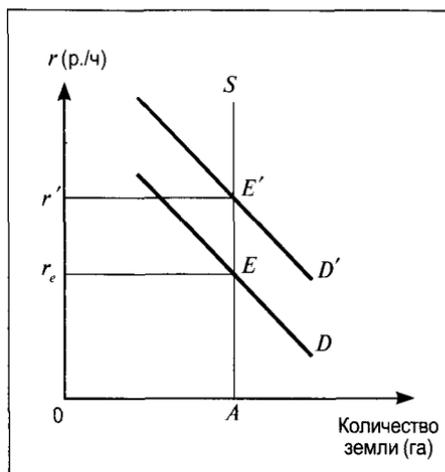
Легко убедиться, что чем менее эластично предложение ресурса, тем больше экономическая рента. Работники относительно редких профессий получают большую ренту, чем работники массовых профессий. Наиболее высока экономическая рента у выдающихся артистов, спортсменов, спрос на услуги труда которых исключительно велик, тогда как предложение их услуг увеличить почти невозможно. Поэтому не следует считать «несправедливым» очень высокие гонорары этих людей, которые во много раз превышают обычные заработки работников этих профессий. Люди согласны платить большие суммы денег за билеты, чтобы насладиться их выступлениями. Высокая цена их услуг устанавливается на равновесном уровне, она обуславливает значительную экономическую ренту.

Земельная рента

Теперь перейдем к рынку землепользования. Вспомним, что предложение земельных участков совершенно неэластич-

Рис. 8-8. ▽
Земельная рента.

Предложение земли является фиксированным. Поэтому размеры ставки земельной ренты определяются высотой кривой спроса на аренду земельных участков. Величина земельной ренты первоначально выражается площадью четырехугольника Or_eEA .



но, т. е. кривая их предложения представляет собой вертикальную линию. Другими словами, объем предлагаемых в аренду земельных участков является величиной заданной, он не зависит от уровней арендной платы за их использование. Даже бесплатное предоставление их в аренду не приведет к увеличению объема предложения на рынке землепользования. Образуется чистая экономическая рента.

ЧИСТАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕНТА — доход, приносимый ресурсом, предложение которого совершенно неэластично по цене.

Земельная рента является чистой экономической рентой. Подобная ситуация представлена на рис. 8-8.

Уровень ставки земельной ренты определяется пересечением кривых спроса (D) и предложения в точке E . Он равен r_e . Весь доход от аренды земли превращается в чистую экономическую ренту. Он представлен площадью четырехугольника Or_eEA . Увеличение спроса приводит к сдвигу кривой спроса вверх в положение D' . Она пересекается с прежней кривой предложения на более высоком уровне, в точке E' , что приводит к увеличению ставки ренты до r' . Абсолютный объем земельной ренты возрастет до площади четырехугольника $Or'E'A$.

8.4. КАПИТАЛ И ПРОЦЕНТ

Понятие капитала. Виды капитала

Понятие капитала используется неоднозначно.

РЕАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ — произведенные ресурсы, используемые в процессе производства товаров и услуг.

Реальный капитал представляет собой средства производства, или инвестиционные товары. В отличие от труда и земли, капитал представляет собой вторичный фактор производства, так как он является продуктом человеческой деятельности.

Различаются три вида реального капитала:

- 1) здания и сооружения;
- 2) станки, машины, оборудование;
- 3) сырье и материалы.

Они отличаются друг от друга степенью своей долговечности.

Первые два вида представляют собой, как мы уже видели, *основной капитал*.

Сырье, материалы, топливо, энергия являются *оборотным капиталом*.

ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ — средства производства, которые одновременно потребляются в производственном процессе, изменяя при этом свою натуральную форму и превращаясь в готовую продукцию.

Величина реального капитала растет в процессе инвестирования денег в новые здания, оборудование, запасы сырья и материалов. Эти вложения денег в реальный капитал называются инвестициями.

Наряду с понятием реального капитала, все чаще используется понятие «человеческий капитал».

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ — денежная оценка воплощенной в человеке способности приносить доход.

Человеческий капитал включает врожденные способности человека, а также образование и приобретенную квалификацию. Человеческий капитал подобен основному капиталу, так как он используется на протяжении всей трудовой жизни человека и позволяет ему более производительно трудиться, создавать блага, обладающие большей ценностью. Как было показано в параграфе 8.2, работник, обладающий более высокой квалификацией, создает в единицу времени бóльшую стоимость предельного продукта, чем неквалифицированный работник, и получает соответствующую стоимости созданного продукта заработную плату. Вложения в образование представляют собой инвестиции в человеческий капитал.

Приобретение элементов реального капитала требует денежных средств.

ДЕНЕЖНЫЙ КАПИТАЛ — денежные средства, предназначенные для приобретения элементов реального капитала.

Процент

В предыдущих главах мы неоднократно использовали понятие процента, как дохода, приносимого капиталом. Рассмотрим теперь это понятие более основательно. Обратимся сначала к реальному капиталу. Здания, станки, транспортные средства и т. п. могут браться фирмами в аренду или приобретаться в собственность.

Как было уже указано, независимо от того, берет ли предприниматель их в аренду, или использует собственный реальный капитал, доходом на капитал выступает *процент*. В последнем случае он включается в неявные издержки, представляя собой доход предпринимателя как собственника капитала.

ПРОЦЕНТ — это доход, который приносит капитал его владельцу. Обычно процент выступает в форме суммы денег, которую заемщик выплачивает кредитору за денежный капитал, предоставленный во временное пользование на установленный срок.

Ставка процента представляет собой отношение годовой суммы процента (i) к сумме капитала, предоставленного в кредит (K). Она имеет размерность %/год.

$$i' = \frac{i}{K} \times 100\%, \quad (8.5)$$

где i' — ставка процента (процентная ставка).

Почему процент выступает как доход на реальный капитал? Приобретая элементы реального капитала, предприниматель руководствуется принципом альтернативных издержек. Он делает выбор: либо приобрести (или взять в аренду) здание или оборудование, либо положить эквивалентную денежную сумму на банковский счет. В последнем случае он будет ежегодно получать доход в виде процента по определенной ставке. Очевидно, что выбор будет сделан в пользу предпринимательской деятельности в том случае, если приносимый реальным капиталом ежегодный доход окажется, по крайней мере, не меньше годовой суммы банковского процента. Поэтому за цену услуг реального капитала принимается цена услуг денежного капитала, выступающая как процент. В связи с этим обратимся теперь к денежному капиталу и рассмотрим факторы, определяющие величину ставки процента.

Величина ставки процента, в конечном счете, определяется соотношением ценности настоящих и будущих благ. Перед индивидом обычно стоит проблема выбора во времени: что предпочесть — потребление благ в текущем или в будущем периоде. Если, располагая определенной суммой денег, он по каким-либо соображениям предпочтет увеличить размеры потребления в будущем (например, поставит своей целью накопить определенную сумму денег к достижению пенсионного возраста), то вынужден будет пожертвовать какой-то частью объема текущего потребления. Для этого он положит ту или иную сумму денег в банк, чтобы через определенный срок вернуть ее с процентами. Процент для него представит цену отказа от текущего потребления. Если же, наоборот, индивиду в настоящее время необходима бóльшая сумма денег, чем та, которой он располагает (например, на покупку квартиры), то он обратится к услугам банка, взяв там сумму на определенный срок, после наступления которого он будет вынужден вернуть ее с процентом. Он сможет это сделать, только сократив потребление в будущем.

В первом случае наш индивид выступает как кредитор, во втором случае — как заемщик.

Номинальная и реальная ставки процента

Различаются *номинальная* и *реальная* ставки процента.

НОМИНАЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (i'_n) — это отношение суммы процента, выраженной в рублях по их текущему курсу, к сумме приносящего этот процент капитала, выраженного в номинальном исчислении.

Когда мы читаем банковскую рекламу, содержащую информацию об условиях приема вкладов и предоставления ссуд, то там содержится указание на номинальные процентные ставки.

Но можно ли, решая вопрос о целесообразности хранения средств в банке или получения ссуды в нем, ориентироваться на номинальные процентные ставки? Они позволяют ответить на вопрос, на сколько вырастет та сумма денег, которую мы положили в банк сегодня. Предположим, что вы сегодня помещаете в банк сумму, равную 100 тыс. р., при годовой ставке процента, равной 10%. Это значит, что через год вы получите в банке 110 тыс. р. Но значит ли это, что через год вы сможете купить товаров на 10% больше, чем сейчас? На этот вопрос можно ответить положительно лишь в том случае, если уровень рыночных цен в течение года останется прежним. Но в рыночной экономике обычно наблюдаются инфляционные процессы, хотя протекают они в разных странах и в отдельные периоды с разной силой. Если в нашем примере цены за год вырастут более, чем на 10%, то очевидно, что вы сможете через год на возросшую сумму денег купить меньше благ, чем в настоящее время. Так, если за год уровень цен повысится на 18%, вы через год сможете купить различных благ на 8% меньше, чем сейчас.

РЕАЛЬНАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (i'_r) — процентная ставка с поправкой на обесценение денег вследствие повышения общего уровня цен.

$$i'_r = i'_n - P', \quad (8.6)$$

где P' — темп прироста общего уровня цен.

Если номинальная процентная ставка выше темпа прироста цен, то реальная ставка процента является положительной. При положительной ставке экономически целесообразно давать деньги в долг или хранить их в банке.

Если номинальная процентная ставка ниже темпа прироста цен, то реальная ставка процента является отрицательной. В этом случае лучше потратить деньги немедленно, чтобы избежать их обесценения.

8.5. В КАКИХ СЛУЧАЯХ ФИРМЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНО ИНВЕСТИРОВАТЬ

В предыдущих параграфах данной главы речь шла о рынках услуг факторов производства и прокатных оценках. Но, как указывалось выше, наряду с рынками услуг факторов производства существуют рынки самих факторов (капитальных благ), такие, как рынок физического капитала (инвестиционных товаров) и рынок земли.

Дисконтирование

Капитальные цены зависят от той отдачи, которую приносит капитальное благо на протяжении всего срока своей службы.

Предположим, что грузовой автомобиль, покупаемый фирмой, будет служить 5 лет. Ежегодно фирма будет получать, благодаря его эксплуатации, определенную чистую годовую прибыль (за вычетом текущих издержек), размеры которой известны. Так, например, в первом году она составит 200 тыс. р., во втором — 220 тыс. р., в третьем — 250 тыс. р., в четвертом — 210 тыс. р., и в пятом — 180 тыс. р. После окончания срока службы автомобиль придет в полную негодность и будет отправлен на свалку. Легко определить, что фирма получит совокупную прибыль (будущий поток доходов), равную 1060 тыс. р. На первый взгляд, может создаться представление, что максимальная цена автомобиля (цена спроса) должна составлять 1060 тыс. р. Фирме целесообразно инвестировать средства в его покупку, если цена не будет

превышать этой суммы. Но следует принять во внимание, что инвестиции фирма осуществляет в настоящем периоде, а прибыль будет получать в будущем периоде, на протяжении пяти лет. Можно ли «прямым счетом», как это мы только что делали, соизмерять осуществляемые сегодня инвестиции с потоком доходов, который будет иметь место в будущем периоде? Нельзя. Дело в том, что рубль, который мы расходует сегодня, не равен рублю, который будет получен в будущем периоде.

Если вы сегодня обладаете некоторой суммой денег, то можете положить ее на банковский счет и получить через год возросшую сумму. Первоначальная сумма возрастет на величину процента. Так, при годовой норме процента 10% сумма, равная 100 р., превратится в 110 р., т. е. сегодняшняя рубль через год будет стоить 1,1 р. Соответственно, 1,1 р., которые предстоит получить через год, сегодня стоят 1 р. Подобным образом можно определить, сколько стоит сегодня 1 р., который мы получим через год. Для этого разделим эту сумму на годовую ставку процента. В результате этого установим, что сегодняшняя цена рубля, получаемого через год, равна 90,9 копеек ($\frac{1}{1,1} = 0,909$).

Мы использовали процесс *дисконтирования*.

ДИСКОНТИРОВАНИЕ — определение сегодняшней стоимости доходов, получаемых через определенный срок при существующей ставке процента.

Дисконтирование дает возможность исчислить текущую дисконтированную стоимость.

ТЕКУЩАЯ ДИСКОНТИРОВАННАЯ СТОИМОСТЬ (DV) — сегодняшняя стоимость будущего потока доходов, создаваемых капиталным благом.

DV 1 рубля, выплачиваемого через год, равна $\frac{1 \text{ рубль}}{1+i}$. (8.7)

¹ *Discounted Value.*

Получаемые доходы капитализируются. Это означает, что абсолютные суммы процентов в конце каждого года прибавляются к первоначальной капитальной цене блага, которая ежегодно вновь возрастает на величину процента.

Так, 1 рубль, капитализированный сегодня при ставке процента 10%, будет через два года стоить 1,21 р. ($= 1 \times 1,1 \times 1,1 = 1 \times 1,1^2$). Через три года он будет стоить 1,33 р. ($= 1 \times 1,1^3$), через четыре года — 1,46 р. ($= 1 \times 1,1^4$) и т. д.

Следовательно, производя обратные действия, можно осуществить процесс дисконтирования, используя коэффициент дисконтирования.

КОЭФФИЦИЕНТ ДИСКОНТИРОВАНИЯ — отношение текущей дисконтированной стоимости 1 рубля, выплачиваемого через t лет, к сегодняшней стоимости 1 рубля.

Коэффициент дисконтирования равен $\frac{1}{(1+i)^t}$.

Очевидно, что чем выше процентная ставка и чем более длительным является период, в течение которого инвестор будет получать прибыль, тем меньше будет сегодня стоить рубль, который предстоит получить в будущем периоде. Так, например, в табл. 8-2 показана текущая дисконтированная ценность 1 рубля, который будет получен в будущем.

Таблица 8-2

Текущая дисконтированная стоимость 1 рубля дохода, получаемого в будущих периодах

Годовая ставка процента, %	В конце какого года будут получены доходы, р.			
	1-го	2-го	20-го	50-го
4	0,9615	0,9246	0,4564	0,1407
24	0,8065	0,6504	0,0135	0,0000

Если капитальное благо будет в течение t лет приносить доходы (в рублях) R_1, R_2, \dots, R_t , то текущую дисконтированную

ную стоимость будущего потока доходов можно исчислить по следующей формуле:

$$DV = \frac{R_1}{1+i} + \frac{R_2}{(1+i)^2} + \frac{R_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{R_t}{(1+i)^t}. \quad (8.9)$$

Текущая дисконтированная стоимость является максимальной ценой приобретаемого капитального блага.

В каком же случае имеет смысл инвестировать средства в приобретение капитальных благ? Чтобы ответить на этот вопрос, следует исчислить чистую дисконтированную ценность будущего потока (NDV)¹, т. е. вычесть из величины DV сумму инвестиций (I)² (для упрощения примем, что все инвестиции осуществляются одновременно):

$$NDV = DV - Y. \quad (8.10)$$

Фирме следует инвестировать, если $NDV > 0$. Если же $NDV < 0$, то инвестировать невыгодно. При $NDV = 0$ фирме безразлично, инвестировать средства или нет.

Теперь вернемся к нашему примеру с приобретением фирмой грузового автомобиля. Исчислим DV при условии, что ставка процента составляет 20%:

$$DV = \frac{200}{1,2} + \frac{220}{1,2^2} + \frac{250}{1,2^3} + \frac{210}{1,2^4} + \frac{180}{1,2^5} =$$

$$= 166,7 + 152,8 + 144,7 + 101,2 + 72,3 = 637,7 \text{ тыс. р.}$$

Мы установили, что фирме целесообразно инвестировать средства в приобретение грузовика лишь в том случае, если его цена не превысит 637,6 тыс. р., а не 1060 тыс. р., как казалось на первый взгляд, когда мы еще не были знакомы с процессом дисконтирования.

Цена земли

Теперь обратимся к рынку другого капитального блага — земли. Ответим на вопрос, чем определяется цена земли.

Земля, в отличие от элементов физического капитала, имеет бесконечный срок службы. Она приносит своему владельцу бессрочную ренту.

¹ *Net discounted value.*

² *Investment.*

Предположим, что вы решили продать участок земли, приносящий вам ежегодную земельную ренту в размере r р.

В каком случае вы будете получать бессрочно ежегодный доход в размере r р. и после продажи земельного участка? Очевидно, что лишь в том случае, если полученную от продажи земли сумму (равную цене земли) поместите в банк, который будет выплачивать доход в виде процента, величина которого, по крайней мере, не уступает по величине ренте. Следовательно, минимальная цена продаваемого участка земли (P_z) находится в прямой зависимости от ставки процента:

$$P_z = \frac{r}{i'}. \quad (8.11)$$

Приведем пример. Годовая рента составляет 1 тыс. р., годовая ставка процента составляет 20%.

$$P_z = \frac{1}{0,2} = 5 \text{ тыс. р.}$$

Действительно, если вы вырученную от продажи сумму 5 тыс. р. положите на свой счет в банк, то ваш ежегодный доход окажется равным 1 тыс. р. Разумеется, в эту цену не включается цена находящихся на земле сооружений, представляющих собой элементы реального капитала, имеющие определенный срок службы.

РЕЗЮМЕ

Рынки факторов производства (труда, земли, капитала) подчиняются тем же закономерностям, что и рынки товаров и услуг. Спрос на факторы производства является производным от спроса на товары и услуги, которые производятся при помощи данных факторов.

Каждый из факторов оказывает определенные услуги. Величина цены этих услуг представляет собой доход собственника фактора производства.

Спрос на труд со стороны отдельной фирмы определяется величиной предельного продукта труда в денежном выражении. Кривая спроса на труд представляет собой кривую предельного продукта труда в денежном выражении. Фирма максимизирует прибыль, нанимая такое количество работников,

при котором достигается равенство предельного продукта труда в денежном выражении величине сложившейся на рынке ставки заработной платы.

Заработная плата представляет собой цену, уплачиваемую за использование единицы труда. Дифференциация заработной платы объясняется различиями в видах деятельности (уровнях образования работников), условиями труда, региональными различиями. Она поддерживается рыночным способом. Установление государством минимальной ставки заработной платы, приводя к повышению доходов работающих, усиливает безработицу среди низкоквалифицированных рабочих и порождает «черный рынок» их труда.

Земля является фактором производства, количество которого строго ограничено, в связи с чем предложение земли совершенно неэластично. Земельная рента представляет собой плату за пользование землей. Ее величина целиком определяется спросом на аренду земельных участков.

Реальный капитал представляет собой вторичный фактор производства. Доходом на капитал является процент. Ставка процента определяется на рынке ссудного капитала. Различаются номинальная и реальная ставки процента.

Для определения выгодности инвестиций определяется дисконтированная стоимость будущего потока доходов, исчисляемая на основе коэффициента дисконтирования. Решение об инвестировании принимается в том случае, если дисконтированная ценность больше суммы инвестируемых средств.

? *Контрольные вопросы и задания*

1. Чем отличаются рынки факторов производства от рынков услуг факторов производства?
2. Что понимается под производным спросом?
3. Почему кривая спроса на труд представляет собой кривую денежного выражения предельного продукта труда?
4. Чем определяется кривая индивидуального предложения труда?

5. Каким образом устанавливается равновесный уровень ставки заработной платы?
6. Как определяется спрос фирмы на труд?
7. Почему существует дифференциация ставок заработной платы?
8. Как сказывается государственное регулирование минимальной ставки оплаты труда на состоянии рынка неквалифицированного труда?
9. Как устанавливаются размеры земельной ренты?
10. Как определить текущую ценность будущего потока доходов?
11. Как установить целесообразность вложения средств в получение образования?
12. Чем определяется цена капитальных благ?

ДЕНЬГИ И БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА

Прочитав эту главу, вы узнаете:

- ✦ какие функции выполняют деньги в рыночной экономике;
- ✦ что представляют собой товарные и кредитные деньги;
- ✦ что такое безналичные деньги и как выглядит структура денежной массы, циркулирующей в рыночной экономике;
- ✦ что представляет собой понятие ликвидности и в чем заключается высокая ликвидность денег;
- ✦ какую роль играют коммерческие банки в рыночной экономике;
- ✦ в чем состоят пассивные и активные операции банков и что представляет собой баланс коммерческого банка;
- ✦ какие цели стоят перед Центральным банком и какие функции он выполняет для достижения этих целей;
- ✦ что представляет собой баланс Центрального банка;
- ✦ каков статус Центрального банка в России (Банка России).

В предыдущих главах, рассматривая те или иные проблемы экономической теории, мы предполагали, что при покупке и продаже товаров, при установлении цен на них, при получении доходов фигурировали деньги. Без денег не могут совершаться и другие многочисленные сделки в рыночной экономике. Без денег рыночная экономика не могла бы функционировать.

Почти все люди убеждены, что они хорошо знают, что такое деньги. Однако очевидность и простота денег являются обманчивыми. По поводу природы денег, их роли в экономике, законов их обращения и других проблем, связанных с деньгами, написано немало книг и статей, в течение многих десятилетий ведутся споры между экономистами. С развитием рыночной экономики деньги обнаруживают свои новые свойства, неведомые экономистам прошлого.

В этой главе мы познакомимся с наиболее существенными вопросами теории денег и с деятельностью банков — учреждений, которые призваны обеспечить нормальное функционирование денежного хозяйства в рыночной экономике.

9.1. РОЛЬ ДЕНЕГ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Деньги как средство обмена

Вернемся к примеру, который мы рассматривали в разделе 6.4, когда определяли бухгалтерские издержки и бухгалтерскую прибыль фабрики по производству игрушек. Теперь посмотрим на этот пример в ином плане.

Фабрика продала изготовленные игрушки и получила за них сумму денег, равную 80 р. Как поступил финансовый менеджер фабрики с этими деньгами? Он выплатил заработную плату рабочим, оплатил материалы, топливо и энергию их поставщикам, расплатился с владельцем помещения. Мы вправе предположить, что рабочие на полученные деньги купили хлеб и масло; поставщики электроэнергии, получив деньги, приобрели на них новую партию каменного угля и оплатили труд рабочих, занятых на электростанции, и т. д. Рассуждая подобным образом, мы получим бесконечную цепь актов продаж товаров и услуг. Причем каждый продавец своего товара или своей услуги получал в обмен на товар или услугу определенную сумму денег. Деньги все время переходили из рук в руки, циркулируя в экономике и обслуживая сделки купли-продажи.

Что же стоит за этими многочисленными покупками и продажами товаров и услуг? За ними стоит *обмен* продуктами труда и факторами производства.

Рабочий предоставил фабрике свой труд — фактор производства. На полученный за этот фактор доход (заработную плату) он купил хлеб и масло, т.е. в результате рабочий обменял свой труд на хлеб и масло. Рассуждая аналогичным образом, мы приходим к выводу, что владелец фабрики обменял игрушки на материалы, топливо, электроэнергию и труд, чтобы продолжать выпуск игрушек и зарабатывать на этом новые прибыли. В свою очередь, поставщик электроэнергии обменял ее на уголь. Во всех случаях деньги выступили посредником в обмене товарами и услугами, или *средством обмена*.

А теперь обратим внимание на очень важную особенность обмена товарами и услугами, когда они происходят при помощи денег. Рабочие предоставили свой труд в распоряжение владельца фабрики игрушек, а хлеб и масло получили от владельца продовольственного магазина. Хлеб и масло в данном случае не менялись ни на игрушки, ни на труд рабочего. Владелец фабрики игрушек получил материалы, но игрушки он поставил в магазин товаров для детей. В каждом из этих случаев игрушки не обменивались на материалы, труд рабочих не обменивался на хлеб и масло. Это было возможно именно благодаря тому, что обмен совершался при помощи денег, при посредстве денег.

Можно, конечно, представить себе экономику без денег, выполняющих роль средства обмена. Это была бы *бартерная* экономика. В ней товары непосредственно обменивались бы друг на друга без помощи денег. Это были бы бартерные сделки. В реальной экономике бартерные сделки совершаются сравнительно редко и играют незначительную роль в функционировании рыночной экономики. Объясняется это тем, что бартерная сделка возможна только в том случае, когда произойдет одновременное совпадение намерений двух владельцев товаров обменять свою продукцию. Например, все работники электростанции вдруг захотели бы получить вместо заработной платы игрушки, и тогда владелец электростанции предложил бы оплачивать энергию игрушками. Но, получив игрушки вместо заработной платы, работники электростанции должны найти продовольственные магазины, магазины готового платья и т.д., владельцы которых нуждались бы в игрушках и с готовностью обменяли бы свой товар на игруш-

ки. Ясно, что практически бартерная сделка такого рода была бы крайне неудобной и даже бессмысленной.

В то же время владельцы шахты, поставляющей уголь на электростанцию, могут согласиться получать электроэнергию без оплаты ее деньгами в обмен на уголь. В данном случае имела бы место вполне возможная и даже взаимовыгодная бартерная сделка. Но такого рода сделки являются не правилом, а исключением в современных условиях. Бартерная же экономика как единая целостная система при наличии развитого разделения труда и многочисленных сделок по купле и продаже товаров, услуг, недвижимости, ценных бумаг практически неосуществима. Поэтому функционирование денег как средства обмена выступает обязательным условием существования рыночной экономики.

Средство измерения стоимости товаров и услуг

Производитель товара, намеренный продать его на рынке, назначает цену на этот товар, т.е. приравнивает его к какой-то сумме денег. Покупатель, оценивая полезность данного товара, может предложить за него другую (естественно, меньшую) сумму денег. Бухгалтер игрушечной фабрики, подсчитав издержки производства игрушек, выразил их в определенной сумме денег и скалькулировал их цену, т.е. опять-таки приравнял продукцию фабрики к известной сумме рублей. Во всех этих и в бесконечном множестве других случаев деньги выступили в качестве *средства измерения стоимости* товаров и услуг. Продажа товара предполагает, что товар обменивается на определенную сумму денег в соответствии с той ценой, которая на него установлена. Если тонна нефти стоит 500 р. и продается по этой цене, а тонна хлеба стоит 2,5 тыс. р., то при помощи денег на рынке устанавливается, что стоимость тонны хлеба в 5 раз больше, чем стоимость тонны нефти.

Для того чтобы деньги могли служить в качестве средства соизмерения стоимости товаров, услуг и других объектов купли-продажи, должна быть установлена денежная единица, т.е. единица счета самих денег. В любой стране государством принимается своя национальная денежная единица: в России — рубль, в США — доллар, в Аргентине — песо и т.д.

В нормальных условиях большинство домашних хозяйств не расходует весь свой доход на покупку потребительских товаров и услуг. Известная часть дохода сберегается. Сбережения осуществляются в денежной форме, т. е. деньги выступают в этом случае в роли *средства образования сбережений*. Так как сбережения делаются, как правило, регулярно, то домашние хозяйства накапливают их, и, следовательно, деньги выступают как *средство накопления сбережений*.

Сходный процесс происходит и у фирм, которые за счет части своей прибыли формируют и накапливают резервный фонд. Таким образом, и здесь происходит за счет денег образование и накопление сбережений.

Деньги как средство платежа

В рыночной экономике при помощи денег совершается немало операций, не связанных с покупкой товаров, оплатой услуг или накоплением сбережений. Например, подавляющее большинство фирм пользуется кредитами со стороны банков и других финансовых организаций. В этом случае банк выплачивает фирме определенную сумму денег на оговоренный срок с условием возврата. По истечении установленного срока фирма погашает долг, т. е. возвращает сразу или частями предоставленный ей банком денежный капитал. В данном случае деньги выполнили функцию *средства платежа*. Роль средства платежа деньги играют при уплате налогов, при выплате государственных пенсий и пособий и т. д. Во всех этих случаях потоку денег не противостоит поток товаров, услуг и других объектов купли-продажи.

Рассматривая функции денег, мы можем заметить, что любая из этих функций предполагает, что при помощи денег совершаются или должны совершаться платежи: продажа товара или услуги предполагает, что данный товар (услуга) оплачивается; установление цены предполагает, что продавец согласен его продать, если ему заплатят установленную им цену, а покупатель готов заплатить за данный товар по этой цене; образование и накопление сбережений, как правило, предполагает, что владелец денег делает сберегательный

вклад в банк, т. е. совершает операцию платежа, а при полном или частичном изъятии вклада банк выплачивает деньги вкладчику.

Таким образом, выполнение деньгами любой функции предполагает в явной или неявной форме совершение операции денежного платежа.

Важная особенность денег состоит в том, что любой человек, любая фирма, любое государственное учреждение признают деньги в качестве средства платежа и безоговорочно их принимают в обмен на товар или услугу. Более того, каждый из них абсолютно уверен, что этими деньгами он сможет оплатить любой товар, заплатить налоги или погасить свой долг. Деньги могут выполнять свои функции, потому что все признают их в качестве средства платежа. Следовательно,

ДЕНЬГИ — это общепризнанное средство платежа, которое безусловно принимается при оплате любых объектов купли-продажи, при совершении любых платежных операций и служит в качестве средства образования и накопления сбережений.

9.2. ВИДЫ ДЕНЕГ И ИХ СВОЙСТВА

Деньги вместе с рыночной экономикой прошли долгий путь своего развития. Прежде всего это выразилось в том, что существенно изменились виды денег.

Товарные деньги

На первых этапах развития рыночной системы в экономике функционировали преимущественно *товарные деньги*, которые были представлены медными, серебряными и золотыми монетами. В течение второй половины XIX в. медь и серебро стали использоваться для чеканки мелкой разменной монеты. Золото, так же как серебро и медь, является товаром, т. е. продуктом производства, экономическим благом, которое может быть продано на рынке, как и нефть, зерно, автомоби-

ли и т. д. Как и все другие товары, золото имеет свою полезность, оно служит фактором производства в ювелирной промышленности, приборостроении, медицине и других отраслях экономики. В то же время оно обладает качествами, в полной мере отвечающими тем требованиям, которые должны предъявляться к товарным деньгам:

- золото — металл высокой пробы, т. е. практически чистый металл, оно однородно;
- свойства золота, его полезность не изменяются, если золотой слиток будет разрезан на части; эти куски золота без ущерба могут быть снова слиты воедино;
- оно не ржавеет, не окисляется, что имеет большое значение не только для выполнения функции средства обмена, но и для накопления золотых резервов;
- относительная редкость золота делает высокой его предельную полезность, в силу чего небольшие по весу монеты были носителями большой стоимости; золото как деньги обладало, следовательно, свойством портативности.

То, что золото стало играть роль денег, не отменило его использования в качестве сырья для производства ювелирных изделий и в других отраслях промышленности. При этом стоимость золота как денег и его стоимость как промышленного сырья была одинаковой. Итак,

ТОВАРНЫЕ ДЕНЬГИ — это товар (например, золото), который выполняет функции денег.

Кредитные деньги

Несмотря на все преимущества золота по сравнению с другими товарами, металлические монеты при выполнении ими функций денег все-таки не избавляли купцов от некоторых проблем. В частности, перевозка и хранение большого количества золота были небезопасны. Поэтому купцы широко пользовались услугами крупных ювелиров и банкиров, которым они передавали свое золото на хранение. Банкиры и юве-

лиры не только имели специально оборудованные хранилища драгоценностей, но и содержали охрану.

Банкир, получив на хранение золото, выдавал купцу расписку, своего рода «золотой сертификат», дающий купцу в любой день получить свое золото. Этот документ мог рассматриваться и как обязательство банка обменять его на золото по первому требованию предъявителя данного документа. Таким образом, купец получал возможность не оплачивать приобретенный товар принадлежащим ему золотом, а передать продавцу товара расписку банка, обязывающую обменять ее на золото. Новый владелец обязательства банка также мог использовать его для оплаты покупаемых товаров или для погашения своего долга. Это означало, что расписка банка в получении золота становилась средством обмена товаров, средством платежа, т. е. стала выполнять функции денег. Она оказалась прообразом банковских билетов, банкнот — тех денег, которые всем нам хорошо известны.

Существовал и другой путь происхождения банкнот.

Предположим, что некая фирма, владеющая металлургическим комбинатом, отгрузила свою продукцию заказчику, который, однако, не смог оплатить эту продукцию немедленно. В то же время данная фирма закупила новую партию руды, которую она в данный момент также оплатить не может. Как поступит финансовый менеджер металлургического комбината? Он выдаст поставщику руды *вексель* — долговое обязательство фирмы с указанием суммы долга и точного срока его погашения. Производитель руды может подождать, когда наступит срок погашения долга по векселю, и получить наличные. Но он может обратиться в банк с просьбой принять вексель металлургического комбината и получить вместо него или наличные деньги из кассы банка, или его долговые обязательства — банкноты. Эти долговые обязательства банков мало чем отличались от тех расписок, которые банк выдавал владельцам принятого на хранение золота. В то же время банкноты, которые банки выдавали в обмен на векселя, имели два существенных преимущества перед векселями:

- 1) банкноты банк обязан был обеспечить своим золотым запасом и разменивать их на золотые монеты по первому требованию предъявителя банкнот;

2) возможности использования векселей в качестве средства обмена и платежа были значительно уже, чем возможности банкнот, так как нередко продавцы товара отказывались принимать векселя, а сборщики налогов вообще никогда их не принимали.

Было бы несправедливо, если бы банк, учитывая векселя, оплачивал их суммой банкнот, равной сумме долга по векселю. Банк обменивал свои банкноты на векселя с известной скидкой. Разность между суммой долга по векселю и суммой банкнот, выплаченной банком, т. е. дисконт, представляет собой плату за риск, который принимает на себя банк.

Первоначально право эмиссии банкнот получали частные коммерческие банки. Негативным последствием этого явилось обилие разновидностей банкнот. В США, например, до 1865 г. частные банки, имевшие лицензию на банкнотную эмиссию, выпустили в обращение до 10000 разновидностей банковских билетов. Трудно представить себе более благоприятные для фальшивомонетчиков условия, чем подобное обилие разновидностей банковских билетов. Даже опытным кассирам не удавалось очистить поступающую им денежную массу от подделок. Кроме того, и сами банки нередко злоупотребляли правом банковской эмиссии, оказывались не в состоянии обеспечить разменность своих банкнот на золото. Все это порождало неустойчивость денежного обращения и угрозу серьезного расстройств денежной системы. Поэтому коммерческие банки лишились права выпуска банкнот и оно было передано одному, единственному в каждой стране, банку, который получил статус *Центрального банка*. Теперь во всем мире на банкнотах имеется надпись, указывающая, какой национальный банк эмитировал данную банкноту. В нашей стране на банкнотах напечатано: «*Билет Банка России*».

Итак,

КРЕДИТНЫЕ ДЕНЬГИ — это долговые обязательства Центрального банка данной страны, являющиеся общепризнанным средством платежа и выполняющие функции денег.

Возникновение кредитных денег привело к тому, что в обращении стали циркулировать как товарные деньги, представленные золотыми монетами, так и банкноты, которые Центральный банк был обязан безоговорочно и беспрепятственно разменивать любому лицу, любой фирме на золотые монеты. Такая система денежного обращения получила название *системы золотомонетного стандарта*.

Экономисты конца XIX — начала XX в. были убеждены, что золотомонетный стандарт — идеальная денежная система. Ее простота и надежность, казалось бы, обеспечивали устойчивость денежного обращения и автоматизм ее регулирования. Однако дальнейшее развитие рыночной системы сопровождалось ограничением роли золота как денежного товара. Такое ограничение было ускорено сильнейшим потрясением системы золотомонетного стандарта, связанным с первой мировой войной. В годы войны Центральные банки прекратили размен банкнот на золото почти во всех странах (кроме США). Это было связано с тем, что, печатая кредитные деньги, правительства воюющих стран покрывали значительную часть своих военных расходов. Эту массу банкнот было невозможно обеспечить золотым запасом, и их размен на золото был приостановлен.

После окончания мировой войны разменность банкнот на золото была восстановлена в форме *золотослиткового стандарта*, который означал, что банкноты можно было обменять не на монеты, а на золотые слитки весом 12,35 кг. Англичанину для этого потребовалось бы 1700 фунтов стерлингов, а французу — 215 000 франков, что по тем временам были весьма большие деньги. Золотые слитки не использовались во внутреннем обращении и служили лишь в качестве средства накопления валютных резервов у государства, а также средством накопления частных сбережений (*тезаврация золота*). Что касается внешней торговли и расчетов между странами при предоставлении кредитов или погашении долгов, то и здесь расчеты производились в национальных валютах (долларах, фунтах стерлингов, франках), а золото использовалось лишь как средство погашения разности взаимных долговых обязательств. Таким образом, система золотослиткового стандарта предполагала вытеснение из

обращения товарных денег и возрастание роли кредитных денег. Это был первый шаг к *демонетизации* золота, т. е. утрате им роли денежного товара.

В 1929–1933 гг. страны с развитой рыночной системой пережили тяжелейшую экономическую депрессию («Великую депрессию»), а вскоре после ее окончания разразилась вторая мировая война. Теперь почти все страны вновь вынуждены были отказаться от размена банкнот на золото. Однако в конце войны была предпринята еще одна попытка восстановить золотой стандарт. В 1944 г. в г. Бреттон-Вудс (США) состоялась международная конференция, которая разработала принципы и механизм послевоенной валютной системы. Более подробно сущность Бреттон-Вудской системы мы рассмотрим в 17-й главе, а сейчас отметим, что принятые на этой конференции решения были еще одним важным шагом на пути демонетизации золота. С одной стороны, каждая страна устанавливала золотое содержание своей валюты: доллара, равное 0,888 г золота; франка — 0,160 г; фунта стерлингов — 3,58134 г. Но, с другой стороны, разменность валют на золото осуществлялась через посредство доллара, т. е. Центральные банки Франции, ФРГ, Японии и других стран свои банкноты разменивали не на золото, а на американскую валюту. Такая система получила название *золото-валютного* (или *золотодевизного*) *стандарта*. Одновременно была резко ограничена возможность размена самих долларов на золото: частные лица, фирмы, включая все без исключения банки, кроме центральных, лишались права требовать, чтобы имеющиеся у них доллары были разменаны на золото. Тем самым в частном секторе как во внутреннем обороте, так и в международных расчетах золото практически перестало играть роль денежного товара. К Бреттон-Вудской системе можно применить меткое сравнение Дж. М. Кейнса и сказать, что у золота отняли власть самодержца и оставили его на положении конституционного монарха. Реальная власть перешла в руки американской валюты.

Бреттон-Вудская система просуществовала сравнительно недолго. Быстрый рост производства, торговли, инвестиций вел к соответствующему увеличению потребности в денежной массе. Золото не могло удовлетворить эту потребность. Это видно из следующих данных. С 1950 по 1973 г. ВВП развитых

стран увеличился в 2,8 раза, объем внешней торговли — в 5,8 раза, в то время как добыча золота — с 753 тонн в 1950 г. до 1116 тонн, т. е. лишь на 48%. В то же время все бóльшая часть золота потреблялась промышленностью, медициной и другими отраслями. Этот рост мирового производства и мировой торговли привел к тому, что за пределами США обращалось большое количество долларов, которые служили для расчетов между фирмами и государствами, для образования государственных валютных резервов, для предоставления внешних займов и погашения долгов. Для осуществления всех этих операций в 1973 г. у иностранных государственных органов, банков, фирм, частных лиц и международных организаций находилось 92,6 млрд долл., в то время как золотой запас США составлял 11,7 млрд долл. Если учесть, что, согласно американскому законодательству, 8,6 млрд долл. золотого запаса были «неприкосновенны», то фактически находящиеся за пределами США доллары были обеспечены золотом лишь на 9,3%. Золотое обеспечение валюты США практически утратило свое значение.

В августе 1971 г. казначейство США «временно» прекратило размен долларов на золото. Однако было ясно, что восстановить систему золотого стандарта уже невозможно. В начале 1976 г. представители стран, которые вошли в Бреттон-Вудскую систему, приняли решение о формировании новой валютной системы, получившей название Ямайской (конференция, на которой было принято это решение, проходила на о. Ямайка). Одно из важнейших положений новой валютной системы состояло в том, что золотое содержание валют отменялось, т. е. золото наряду с другими товарами могло свободно продаваться по цене, складывающейся на рынке. Теперь золото исключалось из расчетов между субъектами рынка не только в экономике отдельных стран, но уже и в расчетах между странами. Фактически это был завершающий этап в процессе демонетизации золота. Единственные остаточные явления, напоминавшие о том, что золото когда-то было деньгами, состояли в том, что золото по-прежнему использовалось при формировании государственных валютных резервов, а некоторые частные лица вкладывали свои сбережения в золотые слитки и монеты.

В повседневной жизни мы все пользуемся кредитными деньгами в виде билетов Центрального банка. При этом многие фирмы и домашние хозяйства большую или меньшую часть своих денег кладут в банки (делают вклады).

Сумма денег, которая сдана банку на хранение и которую банк обязан вернуть вкладчику по его первому требованию или в установленный срок, называется **ДЕПОЗИТОМ**.

Вкладчики могут образовывать свои депозиты на разных условиях.

1. Широко распространенной формой вклада является депозит *до востребования*. Само название говорит о том, что в этом случае банк обязан вернуть вкладчику принадлежащие ему деньги полностью или частично (по желанию вкладчика) по первому требованию вкладчика в любое время. Имея депозит, вкладчик получает возможность перечислять в банк получаемый им доход, а также использовать депозит для оплаты всех своих расходов. В этом случае он получает чековую книжку и право расплачиваться с продавцами товаров, со своими кредиторами и т. д. не наличными деньгами, а *чеками*. Получив чек, продавец товара предъявит его в банк с требованием выдать ему наличные деньги или перевести их на свой депозит, который у него имеется в данном или в другом банке. Схематически этот порядок расчета покупателей и продавцов при помощи чеков представлен на рис. 9-1.

Принципиально по такой же схеме производятся расчеты и между фирмами. Если фирма «Гидротурбина» продала свою продукцию фирме «Энерговыпуск», то последняя может оплатить поставленный товар векселем. «Гидротурбина», получив вексель «Энерговыпуска», предъявит его в банк с требованием перевести указанную в векселе сумму со счета «Энерговыпуска» на свой счет. Таким образом, расчеты между фирмами, платежи налогов, предоставление кредитов, погашение долгов и многочисленные другие операции подобного рода осуществляются не при помощи наличных денег — банкнот, а при помощи депозитов. Депозиты, вла-

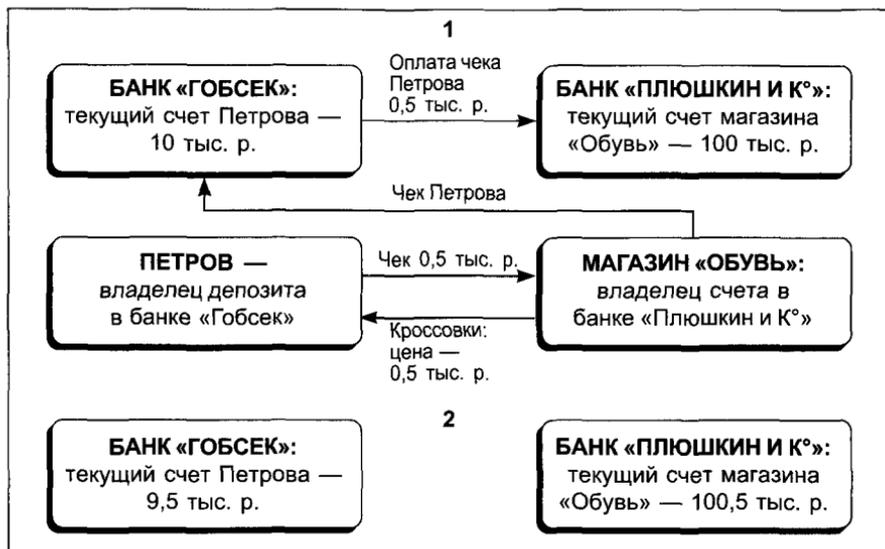


Рис. 9-1. △

Рисунок иллюстрирует расчет Петрова с магазином «Обувь», где он купил кроссовки за 500 р.

1. Петров не платит наличными, а выписывает чек на эту сумму, который ему и служит в качестве средства платежа. Магазин предъявляет чек Петрова в банк «Гобсек», на который выписан чек. Магазин «Обувь» мог потребовать выплатить ему по чеку наличные, но предпочел распорядиться о переводе 500 р. со счета Петрова на свой счет в банке «Плюшкин и К°».

2. В итоге этих операций на счете Петрова осталось 9,5 тыс. р., а на счете магазина «Обувь» сумма депозита возросла со 100 тыс. р. до 100,5 тыс. р.

дельцы которых — домашние хозяйства и фирмы, выступают в роли текущих счетов или расчетных счетов и, по существу, выполняют те же функции, что и наличные деньги.

2. Другой не менее распространенной формой вклада является *срочный*, или *сберегательный*, *депозит*. Эта форма депозитов предполагает, что вкладчик не имеет права снять деньги со счета в любое время по своему усмотрению, так как срочный или сберегательный депозит предполагает установление точной даты, когда вкладчик получает возможность снять деньги со своего депозита. Иными словами, вкладчик делает вклад на определенный срок (6 месяцев, 1 год и т. д.). Важным отличием срочного вклада является сравнительно высокая

процентная ставка, которая устанавливается по этим видам вкладов.

Срочные вклады плохо подходят для того, чтобы служить их владельцам для оплаты стоимости покупаемых товаров и других текущих операций, но они являются весьма выгодной формой накопления сбережений, т.е. выполняют очень важную функцию денег.

Итак, депозиты, наряду с наличными деньгами, выполняют денежные функции, но выступают в форме *безналичных денег*. С развитием и совершенствованием рыночной системы безналичные деньги обеспечивают все возрастающую часть операций по покупке и продаже товаров, предоставлению кредитов, погашению долгов, уплате налогов и т.д. Поэтому доля безналичных денег в общей денежной массе в странах с развитой рыночной системой неуклонно увеличивается (см. рис. 9-2).

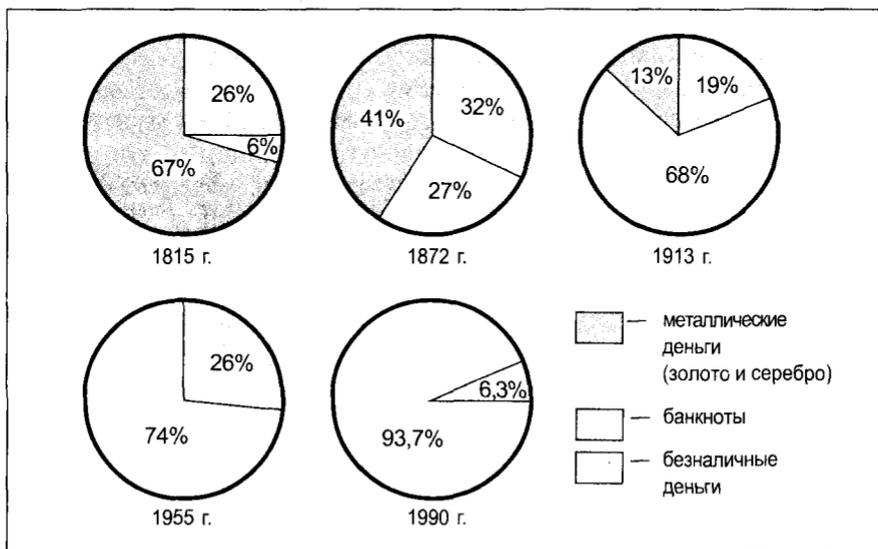


Рис. 9-2. Δ

Структура денежной массы в США, Великобритании и Франции.

С развитием рыночной системы шел процесс вытеснения из обращения товарных денег кредитными деньгами. При этом изменялась и структура самих кредитных денег: наличные деньги постепенно вытеснялись безналичными. В настоящее время подавляющая часть всех операций, в которых участвуют деньги, производится при помощи безналичных денег.

В последние годы операции, связанные с системой безналичных расчетов, стали осуществляться при помощи компьютерных систем. Это прежде всего значительно сократило время прохождения денежных средств при расчетах между банками, ускорив тем самым движение денежной массы. Большую роль в обслуживании населения стали играть кредитные карточки, являющиеся одним из способов осуществления безналичных расчетов. Владелец депозита, получив кредитную карточку, с ее помощью оплачивает свои расходы, а соответствующая информация поступает в банк при помощи средств электронной связи. В нашем примере (рис. 9-1) Петрову, купившему кроссовки в магазине «Обувь», не придется выписывать чек. Все показанные на рисунке операции выполнит электронное оборудование. Преимуществом кредитных карточек является не только высокая скорость выполнения расчетных операций, но и значительная трудность их подделки по сравнению с подделкой чеков. Любое лицо может приобрести кредитную карточку и не имея банковского депозита. В этом случае она полностью оправдывает свое название — ее владелец фактически получает кредит от банка в пределах установленного для него лимита.

Ликвидность денег

Важнейшим свойством денег является их высокая *ликвидность*. Под ликвидностью понимается способность какого-либо имущества, т.е. *активов*, служить в качестве средства платежа или превращаться в средство платежа.

В принципе свойством ликвидности обладают многие виды активов. Например, высокой ликвидностью обладают золотые слитки, несмотря на то, что золото перестало играть роль денег. Золото сравнительно легко может быть обращено в валюту любой страны, которая может служить в качестве средства платежа. Вместе с тем для того, чтобы обратить золото в наличные или безналичные деньги, требуется известное время. Эта операция связана и с небольшими издержками, связанными с оплатой услуг агентов, занимающихся, покупкой и продажей золота.

Телевизор устаревшего образца, напротив, обладает очень низкой ликвидностью, так как продать его, т.е. обратить в средство платежа, почти невозможно. Для продажи такого телевизора потребуется много времени и оплата больших комиссионных.

Наличные деньги, банкноты, непосредственно служат средством платежа, поэтому они обладают *абсолютной ликвидностью*. Очень высокой, почти абсолютной ликвидностью обладают депозиты до востребования, дающие право выписки чеков. Несколько ниже, но тоже очень высок уровень ликвидности срочных и сберегательных депозитов, государственных облигаций.

Фактор ликвидности существенно влияет на решения, принимаемые фирмами и домашними хозяйствами. При прочих равных условиях фирмы и домашние хозяйства отдадут предпочтительнее абсолютно ликвидным наличным деньгам и почти абсолютно ликвидным депозитам до востребования. Но этому виду денег присущ существенный недостаток: наличные деньги не приносят дохода, а процент, который выплачивается вкладчикам по депозитам до востребования, низок и, как правило, лишь компенсирует общее повышение цен. Поэтому реальный доход по этим депозитам равен нулю.

Ликвидность срочных и сберегательных депозитов немного ниже, чем ликвидность наличности. Зато эти депозиты приносят реальный доход в форме процента, выплачиваемого по этим вкладам.

Еще несколько ниже ликвидность государственных облигаций и государственных краткосрочных обязательств (ГКО). Непосредственно они не могут служить деньгами, однако они легко реализуемы по цене, которая соответствует их номиналу.

Согласно критерию ликвидности современные кредитные деньги сгруппированы в несколько денежных агрегатов. Денежный агрегат — это показатель денежной массы, определяемый уровнем ее ликвидности. Существуют следующие денежные агрегаты:

M_0 — *наличные деньги*;

M_1 — *наличные деньги + депозиты до востребования*;

M_2 — *наличные деньги + депозиты до востребования + сберегательные депозиты + мелкие срочные депозиты*;

M_3 — *наличные деньги + депозиты до востребования + сберегательные депозиты + мелкие срочные депозиты + крупные срочные депозиты*;

L — *вся денежная масса, выраженная агрегатом M_3 + сберегательные облигации + краткосрочные государственные обязательства (векселя) + коммерческие векселя*.

Таким образом, денежная масса, циркулирующая в экономике стран с развитой рыночной системой, имеет достаточно сложную структуру. Это показывает рис. 9-3.

Рассмотрение структуры денежной массы показывает, что главную роль в функционировании развитой рыночной системы играют не наличные, а безналичные деньги. Но безналичные деньги не могут существовать и циркулировать без банков. Более того, и наличные деньги, представленные банкнотами, обязаны своим происхождением и своим существованием бан-

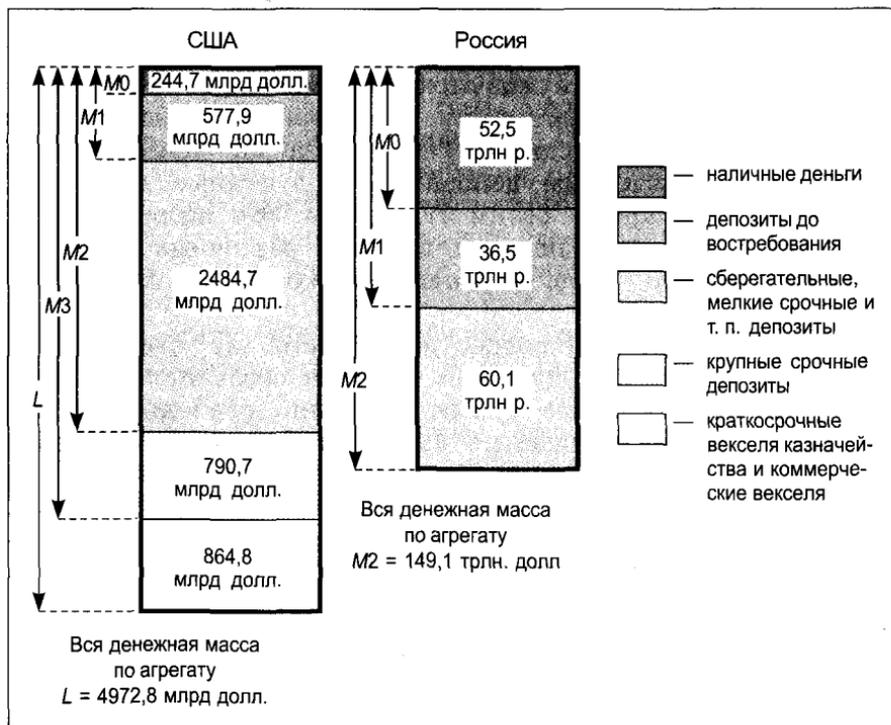


Рис. 9-3. Δ
Структура денежной массы в США в 1990 г. и в России в 1995 г.

В США, где сложилась развитая рыночная система, основная часть денежной массы представлена агрегатом M2 (3317,3 млрд долл.). При этом наличная денежная масса составляет лишь 7,4% от показателя M2 и 5% от показателя L. В России наличные деньги по-прежнему играют одну из главных ролей — на наличные деньги приходится свыше 1/3 денежной массы, если ее оценивать по агрегату M2.

кам. Поэтому, чтобы понять то, как функционирует рыночная система, нам необходимо выяснить, что представляют собой банки.

9.3. КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ

Роль банков в рыночной экономике

Любой банк выступает в качестве финансового посредника между фирмами и домашними хозяйствами, имеющими свободные деньги, и теми фирмами и домашними хозяйствами, которые в них нуждаются. Иными словами, банк — финансовый посредник между кредиторами и заемщиками. Владельцы денег (кредиторы) дают займы деньги банку, который открывает им депозит, а полученные деньги он предоставляет в кредит своим заемщикам. Эти посреднические операции банков совершаются в самых различных формах и играют громадную роль в рыночной экономике. В чем она состоит?

Для ответа на этот вопрос надо учесть, что, с одной стороны, и у фирм, и у домашних хозяйств образуются и накапливаются значительные суммы временно свободных денег. У фирм это накапливаемые амортизационные отчисления, резервные фонды, часть прибыли, предназначенная для расширения дела, т. е. для финансирования новых инвестиций; фирмам требуются большие или меньшие денежные остатки для обеспечения текущих операций (регулярной выплаты заработной платы и дивидендов, оплаты поставок сырья, электроэнергии и т. д.). У домашних хозяйств это прежде всего сбережения части доходов, а также накопление денег для покупки предметов потребления длительного пользования (автомобилей, мебели) и для приобретения индивидуальных жилых домов.

С другой стороны, фирмы и домашние хозяйства, нуждающиеся в деньгах, вынуждены были бы их накапливать в течение длительного времени, иногда в течение многих лет, прежде чем они смогли бы инвестировать капитал в новые здания, закупить новейшее оборудование и т. д. Найти же кредитора без посредничества банка непросто.

Таким образом, выступая в роли посредников между кредиторами и заемщиками, банки превращают бездействующие наличные деньги в работающий капитал, который приносит доход; они открывают источники финансирования инвестиций, направляемых в развитие экономики; банки способствуют ускорению реализации производимой в стране продукции. Благодаря деятельности банков владельцы денег, открывая депозиты, получают дополнительные доходы; фирмы, пользуясь банковским кредитом, ускоряют инновационный процесс на своих заводах и укрепляют свои позиции в конкурентной борьбе, а потребители получают возможность быстрее удовлетворять свои потребности.

Банкиры, являющиеся владельцами банков и управляющие ими, не претендуют на роль альтруистов. Банк — это частное коммерческое предприятие, которое, как правило, принадлежит акционерной компании; оно должно приносить прибыль и, следовательно, дивиденд его акционерам. Поэтому все частные банки принято называть *коммерческими банками*, в отличие от *Центрального банка*, к деятельности которого мы обратимся позднее.

Рассмотрение места коммерческих банков в рыночной экономике показывает, что все их операции подразделяются на две группы:

- 1) операции, направленные на мобилизацию денег, имеющихся у населения; эти операции называются *пассивными*;
- 2) операции, направленные на то, чтобы заставить мобилизованные деньги работать, предоставив их в кредит фирмам и домашним хозяйствам; эти операции называются *активными*.

Пассивные операции банка

Создание нового коммерческого банка в любом случае начинается с того, что его владелец — акционерное общество — должен инвестировать известную сумму собственного капитала. Этот капитал называется *уставным капиталом*. Строго говоря, к уставному капиталу относятся не только деньги, которые вносятся в кассу банка, но и деньги, которые вкладываются в строительство здания, в оборудова-

ние, сейфы и т. д. Но в целях некоторого упрощения нашего анализа эта часть собственного капитала банка не будет приниматься во внимание. Заметной роли при рассмотрении деятельности банка это не сыграет.

Вложение акционерами собственных денег в банк относится к числу пассивных операций. Принципиально любой вклад учредителей банка не отличается от вкладов других лиц.

Однако решающее значение в начале деятельности банка имеет успех в привлечении вкладов тех лиц, которые не являются его учредителями. Достижение успеха в этом деле возможно лишь при условии доверия вкладчиков к данному банку. Поскольку любой коммерческий банк испытывает конкуренцию других банков, постольку менеджеры должны суметь убедить вкладчиков в надежности своего банка, в том, что деньги, положенные на депозит, не будут утрачены. Престиж банка и доверие к нему со стороны вкладчиков являются важным фактором его конкурентоспособности и успеха в борьбе за привлечение вкладов.

Существенную роль играет и величина процентной ставки. Привлекательность банка тем выше, чем больше ставка процента по вкладу. Однако многие вкладчики предпочитают доверить свои деньги надежному банку, выплачивающему небольшой процент, нежели банку с сомнительной репутацией, но установившему высокую ставку. Любому вкладчику приходится выбирать между большим доходом и большим риском, с одной стороны, и небольшим доходом и минимальным риском — с другой.

Большое значение для привлечения вкладов имеет предоставление вкладчикам различных льгот: предпочтение вкладчику при открытии ему долгосрочного кредита, бесплатное выполнение некоторых банковских услуг, консультации по поводу долгосрочных вложений денег и др.

Активные операции банка

К числу активных операций банка относятся в первую очередь *банковские ссуды*.

Коммерческие банки предоставляют ссуды нефинансовым фирмам (промышленным, строительным, торговым и т. д.) в виде кредитов. Открывая кредит какой-либо фирме, банк, естественно, исходит из принципа возвратности. Поэтому кре-

даны предоставляются, как правило, под залог тех или иных ценностей: недвижимости (земельный участок, здание), оборудования, товарных запасов, ценных бумаг. Вместо залога заемщик может представить поручительство другой фирмы, которая тем самым берет на себя ответственность за возврат денег, полученных в ссуду. При заключении крупных международных контрактов в роли поручителя нередко выступает государство.

Решая вопрос о кредитовании фирмы, менеджеры банка собирают необходимую информацию о ее финансовом положении, анализируют ее отчетную документацию, бизнес-план, размеры и динамику ее доходов и расходов. Решающее значение для общего вывода, который делается на основе полученной информации, имеет вопрос о платежеспособности фирмы, о ее деловой репутации и ее способности возвратить полученный кредит и выплатить проценты.

Если руководство банка приходит к выводу о возможности предоставления кредита данному клиенту, то выплаты денег распределяются на несколько этапов в течение определенного срока. В этом случае для клиента открывается *кредитная линия*, которая предполагает, что он в течение установленного срока получает от банка деньги без дополнительных проверок его платежеспособности.

Для любого банка большое значение имеет вопрос о сроках кредита. Обычно кредиты, которые предоставляются под залог запасов готовой продукции, сырья и т.д. или при условии поручительства, носят краткосрочный характер. Такого рода ссуды предназначены для содействия текущим операциям фирмы (закупки сырья, выплаты заработной платы) до того, как будет получен доход от продажи выпускаемой продукции или оплаты ее потребителем.

Несколько иную природу носит долгосрочный кредит. Он, как правило, предоставляется для финансирования инвестиций в новое строительство и для перехода на новую технологию. В этом случае залогом служит недвижимость, а сама эта форма кредита получила название *ипотечного кредита*. Естественным условием ипотечного кредита является собственность клиента на имущество, служащее в качестве залога. Следовательно, наличие частной собственности выступает решающим условием ипотечного кредита, и в этом

аспекте оно также играет существенную роль в финансировании инвестиций в новую технику и технологию.

Некоторые коммерческие банки осуществляют операции, получившие название *лизинга*. Лизинг предполагает, что банк приобретает оборудование, которое он сдает в аренду своему клиенту с последующим правом выкупа арендуемого оборудования.

К числу активных операций относится и покупка ценных бумаг (инвестиции в ценные бумаги): в первую очередь это относится к приобретению государственных (федеральных и муниципальных) облигаций и краткосрочных обязательств, а также облигаций и акций частных фирм. При этом банки играют важную роль в размещении государственных ценных бумаг. Значительная часть государственных облигаций, находящихся в портфеле банков, предназначена именно для их последующей продажи вкладчикам и другим клиентам банка.

Баланс коммерческого банка

Выполнение банками функции по привлечению денежных средств и по их размещению находит свое отражение в структуре их *баланса*, который представляет собой единство двух составных частей: левая его часть показывает общую сумму и структуру *активов* банка; правая часть — сумму и структуру его *пассивов* (см. табл. 9-1).

Таблица 9-1

Баланс коммерческого банка

Активы	Сумма млрд р.	Пассивы	Сумма млрд р.
Наличные деньги	2,0	Собственный капитал	20,0
Резервы	8,0	Вклады до востребования и текущие счета	80,0
Ссуды	100,0	Срочные и сберегательные вклады	100,0
Государственные ценные бумаги	70,0		
Акции и облигации частных фирм	20,0		
Итого	200,0	Итого	200,0

Активы банка — это сумма его денежных средств, как наличных, так и безналичных, и ценных бумаг, в которые были инвестированы денежные средства банка. Еще раз оговоримся, что к активам банка относятся и такие материальные ценности, как стоимость зданий и оборудования, которые в представленной таблице не учтены.

Пассивы — это сумма долговых обязательств банка, которые образовались в результате привлечения денежных средств.

Правая часть баланса прежде всего показывает, что учредители банка, формируя пассивы, вложили свой капитал на сумму 20,0 млрд р. Основная часть пассивов — это деньги, внесенные вкладчиками. При этом 80 млрд р. должны быть выданы вкладчикам по их первому требованию. 100 млрд р. — долговые обязательства банка, сроки погашения которых точно зафиксированы, что позволяет банку определить, какими суммами он должен располагать в тот или иной момент времени, чтобы обеспечить свою платежеспособность.

Означает ли это, что условия привлечения вкладов до востребования и текущих счетов ставят банк в ситуацию полной неопределенности? Положительный ответ на этот вопрос был бы ошибочным. На текущие счета клиентов регулярно поступают доходы, получаемые вкладчиками; одновременно владельцы вкладов столь же регулярно расходуют какую-то часть этих доходов. В результате приток и отток денег создают устойчивое динамическое равновесие, как следствие этого образуется столь же устойчивый денежный остаток на текущих счетах. Заметим, что чем больше банк, чем большую сумму вкладов он привлекает и чем большее число физических и юридических лиц становятся его постоянными клиентами, тем стабильнее оказывается сумма этого остатка.

Привлеченные банком 200 млрд р. не должны праздно лежать в виде бездействующего денежного капитала. Эти деньги должны «работать», приносить доход, и левая часть баланса показывает, куда вложены привлеченные деньги. Банкир рассчитывает, что государственные ценные бумаги, акции и облигации частных фирм принесут банку доходы в виде процентов по ссудам и облигациям, а также дивидендов по акциям. Вложения банков в эти активы предполагают, что банк является владельцем долговых обязательств тех юридических и физических лиц, которые получили ссуды или эмитировали ценные бумаги.

Небольшой, но достаточно важной статьёй активов является денежная наличность. Она необходима, во-первых, для того, чтобы выполнять все операции по выплате наличности по требованиям клиентов; во-вторых, наличные деньги играют роль резерва на случай, если требования вкладчиков по тем или иным причинам превысят обычную норму.

Однако основную роль в обеспечении устойчивости банка играют специально создаваемые банковские резервы. Необходимость образования этих резервов обусловлена тем, что ни один банк не гарантирован от «набега» вкладчиков, вызванного финансовой паникой, банкротством крупных заемщиков банка и тому подобными причинами. В силу этого банк может оказаться несостоятельным и будет вынужден прекратить платежи по своим долговым обязательствам. При наличии же значительных резервов банк окажется способен компенсировать эти негативные события деловой конъюнктуры и даже в неблагоприятных условиях безотказно выполнять все свои текущие операции.

Но было бы неразумно держать значительные суммы активов в виде бездействующих денежных средств. Поэтому в современных условиях банковские резервы (исключая, естественно, необходимую банку денежную наличность) представляют собой вклады в Центральный банк страны. Эти резервы являются обязательными для каждого коммерческого банка, и их размер обычно определяется в законодательном порядке или устанавливается решением правления Центрального банка. Величина резервов устанавливается на основе *нормы резервов*, или *уровня резервных требований*.

НОРМА РЕЗЕРВОВ — это установленное Центральным банком отношение суммы резервов к сумме вкладов до востребования.

Предположим, что Центральный банк установил уровень резервных требований, равный 10%. Тогда банк, который сделал резервный депозит в Центральный банк на сумму 8 млрд р., имеет право привлекать вклады до востребования на сумму, которая не превышает 80 млрд р. Именно такая норма резервных требований подразумевается и в структуре баланса, представленного в табл. 9-1.

Банк, как и любое коммерческое предприятие, осуществляет свою деятельность с целью получения прибыли. Основная часть прибыли банка образуется за счет того, что доходы от активных операций (проценты по ссудам, по облигациям и дивиденды по акциям) превышают расходы, связанные с выплатой процентов по вкладам и с издержками банковской деятельности (амортизация зданий и оборудования, заработная плата персонала, потери от невозврата долгов и т.д.).

Превышение доходов от активных операций над расходами образуется за счет того, что процентные ставки по депозитам меньше, чем процентные ставки по ссудам, облигациям и норма дивиденда по акциям. Проиллюстрируем образование банковской прибыли на цифрах, приведенных в табл. 9-1.

Предположим, что процентная ставка по текущим счетам и вкладам до востребования — 1%; по срочным и сберегательным вкладам — 3%; амортизация зданий и оборудования составила 1 млрд р. и заработная плата персоналу банка — 1,8 млрд р. Тогда общая сумма расходов банка будет равна:

Проценты по вкладам до востребования	80 млрд р. × 1% = 0,8 млрд р.
Проценты по срочным и сберегательным вкладам (включая собственный капитал)	100 млрд р. × 3% = 3,0 млрд р.
Амортизация зданий и оборудования	1,0 млрд р.
Зарботная плата персоналу	1,8 млрд р.
<hr/>	
ИТОГО	6,6 млрд р.

Предположим далее, что процентная ставка по ссудам и учету векселей равна 6%; по государственным ценным бумагам — 4%; по облигациям частных фирм — 6%; по резервам Центрального банка — 1,1% и норма дивиденда — 10%. Тогда общая сумма доходов банка составит:

Проценты по ссудам и учету векселей	100 млрд р. × 6% = 6,0 млрд р.
Доходы по государственным ценным бумагам	30 млрд р. × 4% = 1,2 млрд р.
Доходы по облигациям частных фирм	10 млрд р. × 6% = 0,6 млрд р.
Дивиденды по акциям	10 млрд р. × 10% = 1,0 млрд р.
Проценты по резервам в Центральном банке	18 млрд р. × 1,1% = 0,2 млрд р.
<hr/>	
ИТОГО	9,0 млрд р.

Таким образом, банк получит прибыль
 $9,0 \text{ млрд р.} - 6,6 \text{ млрд р.} = 2,4 \text{ млрд р.}$

9.4. ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК

Особое место в банковской системе любой страны занимает Центральный банк. Несмотря на то что законодательство разных стран по-разному определяет цели деятельности Центрального банка и функции, которые он выполняет, принципиально его место и роль в экономике сводятся к решению двух проблем:

- 1) он должен обеспечить стабильность функционирования банковской и денежной систем своей страны;
- 2) через регулирование деятельности коммерческих банков и денежного обращения Центральный банк во взаимодействии с правительством должен принимать все зависящие от него меры по обеспечению нормальных условий развития экономики в целом.

Цели и функции Центрального банка

Для решения двух этих проблем Закон Российской Федерации «О Центральном банке Российской Федерации» определяет основные цели деятельности Центрального банка Российской Федерации (Банка России).

1. Банк России должен принимать все необходимые меры, чтобы обеспечить устойчивость российской валюты — рубля. Это предполагает, что рубль должен сохранять стабильную покупательную способность и твердый валютный курс, т.е. более или менее устойчивую пропорцию, в которой он может быть обменен на валюты других стран.

Для достижения этой цели Банк России осуществляет ряд *функций*. Во взаимодействии с правительством он разрабатывает и проводит единую государственную кредитно-денежную политику. Важную роль здесь играет решение вопроса об эмиссии наличных денег: в зависимости от состояния экономики страны, размеров бюджетного дефицита, потребностей денежного обращения Центральный банк может увеличить, сократить или полностью прекратить выпуск в обращение новых банкнот.

Для обеспечения устойчивого валютного курса рубля Банк России осуществляет непосредственное валютное регулирование: он выполняет операции по покупке и продаже иностранной валюты, определяет для коммерческих банков и торговых фирм порядок осуществления расчетов с иностранными фирмами, выдает или отбирает лицензии на проведение операций с иностранной валютой. Важной функцией Центрального банка является и осуществление контроля за деятельностью фирм по соблюдению законов Российской Федерации, касающихся операций с иностранной валютой.

2. Одна из главных целей деятельности Банка России состоит в развитии и укреплении банковской системы страны. При этом поскольку большая часть расчетов осуществляется при посредстве безналичных денег, т. е. при посредстве коммерческих банков, постольку укрепление банковской системы должно обеспечить эффективное и бесперебойное функционирование системы расчетов. В настоящее время наблюдаются такие зловещие явления, как кризис неплатежей, непомерно длительные сроки перевода безналичных денег, «исчезновение» громадных денежных сумм при их переводе (например, местным органам для возмещения ущерба от стихийных бедствий). Подобные явления свидетельствуют о том, что Банк России не смог обеспечить эффективного и бесперебойного функционирования системы расчетов.

Для достижения второй цели Банк России выполняет еще ряд функций:

- он является кредитором коммерческих банков;
- устанавливает правила осуществления расчетов;
- устанавливает правила проведения банковских операций, а также правила бухгалтерского учета и отчетности для коммерческих банков;
- осуществляет регистрацию коммерческих банков, выдает им лицензии на их деятельность или в случае необходимости отзывает лицензии; производит надзор за их деятельностью.

Выполнение некоторых функций, например кредитование коммерческих банков, позволяет Банку России получать прибыль. Тем не менее получение прибыли не является целью деятельности Банка России.

Центральный банк, как и любой банк, с одной стороны, привлекает денежные ресурсы, т. е. выполняет пассивные операции, а с другой — осуществляет вложения привлеченных денежных средств, т. е. выполняет активные операции. Это означает, что баланс Центрального банка также представляет собой единство двух сторон — пассивов и активов. Это показывает таблица 9-2.

Таблица 9-2

Баланс Центрального банка (в условных денежных единицах)

Активы	Сумма	Пассивы	Сумма
Золото и иностранная валюта	20	Банкноты	200
Ссуды коммерческим банкам	10	Депозиты коммерческих банков	20
Облигации государственных займов	90	Депозиты правительства	10
Государственные краткосрочные обязательства	110		
ИТОГО	230	ИТОГО	230

Как видно из этой таблицы, основным видом пассивов Центрального банка являются выпускаемые им банкноты. По своей природе они представляют собой долговые обязательства Центрального банка, его векселя. Это значит, что банкноты, которые в наших руках выступают в роли активов, для Банка России являются пассивами. В этом смысле каждый, имеющий в своем кармане, скажем, 100-рублевую купюру, вправе считать себя кредитором Банка России. Центральный банк, в отличие от коммерческого, не может обанкротиться, поэтому выпускаемые им банкноты отличаются от всех векселей частных фирм абсолютной надежностью. Благодаря этому банкноты имеют всеобщее доверие и могут служить в качестве общепризнанного средства платежа.

Важной статьёй пассивов Центральных банков являются депозиты коммерческих банков. Эта статья отражает установленное Центральным банком правило, согласно которому коммерческий банк обязан держать свои резервы в Центральном банке.

Наконец, Центральный банк выступает в роли банка, обслуживающего правительство. Это означает, что правительство,

как правило в лице министерства финансов, имеет свой счет в Центральном банке. Поэтому все платежи, поступающие государству (например, взимаемые с фирм налоги), приходят на этот счет. В свою очередь, все платежи, которые производит правительство в связи с финансированием образования, науки, вооруженных сил и т. д., предполагают, что деньги с правительственного депозита в Центральном банке перечисляются на те или иные счета в коммерческих банках.

Активы Центральных банков представлены прежде всего государственным золотым запасом и валютными резервами. Хотя золото перестало выполнять функции денег, тем не менее оно обладает высокой ликвидностью. Благодаря этому оно может быть легко обращено в устойчивую и свободно конвертируемую валюту (это доллар, немецкая марка и др.). Наличие золотого запаса и валютных резервов играет важную роль в достижении цели по поддержанию устойчивости национальной валюты.

Для поддержания устойчивости банковской системы Центральный банк в ряде случаев предоставляет кредиты коммерческим банкам. В принципе, эти кредиты должны предназначаться для того, чтобы поддержать коммерческий банк, который испытывает временные трудности с оплатой своих долговых обязательств (например, вследствие банкротства одного из его крупных должников). В России вместе с тем имеет место и предоставление кредита коммерческим банкам, которые полученные деньги, в свою очередь, дают в кредит сельскохозяйственным, промышленным и прочим фирмам. Ссуды коммерческим банкам предполагают, что Центральный банк устанавливает определенную процентную ставку, которая называется *учетной ставкой Центрального банка*.

УЧЕТНАЯ СТАВКА ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА — это ставка процента, под которую Центральный банк предоставляет коммерческим банкам кредит для покрытия временного недостатка их резервов.

Поскольку Банк России нередко предоставляет коммерческим банкам кредиты для финансирования тех или иных частных фирм, то учетную ставку Банка России принято называть *ставкой рефинансирования*.

Во всем мире Центральные банки играют роль кредиторов государства. Часть своих средств они вкладывают в выпускаемые государством облигации, т.е. долгосрочные долговые обязательства, и государственные краткосрочные обязательства. Наряду со ссудами коммерческим банкам, государственные ценные бумаги служат источником доходов Центрального банка. Однако Центральный банк приобретает государственные облигации и краткосрочные обязательства не для пополнения своего портфеля ценных бумаг, а для того, чтобы в дальнейшем разместить их среди населения и частных фирм, включая коммерческие банки.

Собственность на активы Центрального банка

Кто является собственником Центрального банка? Законодательство в разных странах отвечает на этот вопрос по-разному. Уставный капитал и все активы Банка России являются *федеральной собственностью*. Это, однако, не означает, что Банк России живет за счет средств государственного бюджета. Все свои расходы он полностью покрывает за счет собственных доходов. Он является юридическим лицом. При этом, несмотря на то, что Банк России, по существу, является собственностью государства, оно не несет ответственности по долговым обязательствам Банка, а Банк России не несет ответственности по долговым обязательствам государства. Таким образом, Банк России, как, впрочем, и другие Центральные банки в странах со сложившейся рыночной системой и демократическим строем, представляет собой самостоятельное в хозяйственном отношении финансовое предприятие.

В то же время мы не должны забывать, что Центральный банк держит в своих руках нити, при помощи которых он способен активнейшим образом воздействовать на экономику. Это его положение не идет ни в какое сравнение не только с положением любой фирмы, но даже с положением отдельных государственных структур (министерств, комитетов и т.д.). Поэтому управление Центральным банком и контроль за его деятельностью не может оставаться вне поля зрения высших органов государственной власти.

Банк России подотчетен Государственной Думе. Эта подотчетность заключается, во-первых, в том, что председатель

Банка России назначается Думой по представлению Президента России; Дума назначает также членов совета директоров Банка. Во-вторых, председатель Банка представляет на рассмотрение Думы годовой отчет об итогах деятельности Банка. На заседаниях Думы рассматривается и обсуждается отчет о направлениях государственной кредитно-денежной политики. Банк России представляет Государственной Думе и Президенту Российской Федерации информацию о своей текущей деятельности, свои оценки и информацию об экономическом положении страны и по другим вопросам.

РЕЗЮМЕ

В рыночной экономике деньги выполняют ряд функций: они служат в качестве средства обмена товаров и услуг, выступают как средство измерения их стоимости, служат в качестве средства образования и накопления сбережений, являются средством платежа. Выполнение любой из этих функций предполагает, что при помощи денег совершаются или должны совершаться платежи. Поэтому деньги — это общепризнанное средство платежа, которое безусловно принимается при оплате любых объектов купли-продажи, при совершении любых платежных операций и которое служит в качестве средства образования и накопления сбережений.

На первых этапах развития рыночной системы в экономике функционировали преимущественно товарные деньги, в роли которых выступали золото и серебро. В XIX в. все возрастающее значение приобретают кредитные деньги, представленные банкнотами, являющимися долговыми обязательствами банков. В целях стабилизации экономики, и прежде всего денежного хозяйства, право выпуска банкнот (эмиссии) стало прерогативой Центрального банка.

Во второй половине XIX — начале XX в. в ряде стран (Великобритания, Россия, Франция и др.) банкноты беспрепятственно разменивались Центральными банками на золотые монеты (система золотомонетного стандарта). После первой мировой войны на смену золотомонетному стандарту пришел золотослитковый стандарт, предполагавший разменность банкнот на золотые слитки и вытеснение золота из обращения.

Важным шагом в развитии денег и денежной системы явились установленные в 1944 г. принципы, согласно которым валюты всех стран мира, кроме доллара США и английского фунта стерлингов, перестали непосредственно размениваться на золото. Непосредственную разменность с очень сильными ограничениями практически сохранил только доллар США. В 70-е гг. доллар утратил эту свою привилегию. Это означало, что золото утратило роль денег, произошла его демонетизация.

Кредитные деньги существуют в двух формах: в форме наличных банкнот и в форме безналичных денег, представляющих собой депозиты фирм и домашних хозяйств в коммерческих банках.

Важнейшим свойством денег является их высокая ликвидность, т.е. способность непосредственно служить в качестве средства платежа. Абсолютной ликвидностью обладают наличные деньги и депозиты до востребования.

В условиях развитой рыночной экономики ни банкноты, ни безналичные деньги не могут существовать и функционировать без банков, выступающих в качестве финансовых посредников между кредиторами и заемщиками. Операции любого банка подразделяются на пассивные, которые направлены на привлечение имеющихся в экономике свободных денег, и активные, которые направлены на то, чтобы заставить работать мобилизованные денежные средства, т.е. привлеченные деньги вкладываются в ценные бумаги, предоставляются в кредит.

Выполняемые банком операции находят свое отражение в структуре банковского баланса, т.е. счета его пассивов и активов. Пассивы представлены его собственным капиталом и долговыми обязательствами в виде депозитов до востребования и срочных и сберегательных депозитов. Активы банка существуют в виде наличных денег, резервных депозитов в Центральном банке, ссуд фирмам и населению, государственных ценных бумаг, акций и облигаций частных фирм.

Коммерческие банки осуществляют свою деятельность с целью получения прибыли. Она складывается за счет разницы между доходом, получаемым банком в виде процентов по ссудам и облигациям, а также в виде дивидендов по акциям, и теми затратами, которые несет банк, по выплате процентов по депозитам, а также по оплате труда банковских служащих, в связи с износом его оборудования и т.д.

Особое место в банковской системе любой страны занимает Центральный банк. Одна из важнейших целей деятельности Центрального банка заключается в защите и обеспечении устойчивости валюты своей страны. Другая, столь же важная, цель его деятельности состоит в развитии и укреплении банковской системы, в обеспечении эффективного и бесперебойного функционирования системы расчетов. Центральный банк производит эмиссию денег, устанавливает обязательные нормы резервов для коммерческих банков, выступает в роли агента правительства, осуществляет ряд других функций, благодаря которым он способен выполнять стоящие перед ним задачи.

Уставный капитал и все другие активы Банка России являются федеральной собственностью.

? *Контрольные вопросы и задания*

1. Объясните, в чем состоит преимущество обмена, осуществляемого при помощи денег, по сравнению с бартерной экономикой. Возможно ли в современных условиях существование бартерной экономики?
2. Укажите, чем кредитные деньги отличаются от товарных денег и чем современные банкноты отличаются от банкнот, которые обращались в XIX — начале XX в.
3. В чем состоит понятие ликвидности? Почему наличные деньги обладают абсолютной ликвидностью?
4. Что представляет собой современная структура денежной массы, циркулирующей в экономике? Укажите, какие вам известны денежные агрегаты.
5. Объясните, с какой целью Центральный банк устанавливает для коммерческих банков норму обязательных резервов.
6. Объясните, как образуется прибыль коммерческих банков.
7. Заинтересован ли коммерческий банк в привлечении значительных сумм вкладов? Если да, то почему?
8. Какую роль играет Центральный банк в рыночной экономике?
9. Чем отличается структура пассивов и активов Центрального банка от структуры пассивов и активов коммерческих банков?

ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД

Прочитав эту главу, вы узнаете:

- ✦ почему необходимо знать, сколько всего товаров и услуг производится в той или иной стране в течение каждого года;
 - ✦ что представляет собой валовой национальный продукт и валовой внутренний продукт;
 - ✦ какими методами исчисляется величина валового национального дохода и валового внутреннего продукта;
 - ✦ что такое национальный доход страны и как он распределяется;
 - ✦ как формируется располагаемый личный доход населения;
 - ✦ что представляют собой номинальный и реальный показатели валового национального продукта, валового внутреннего продукта и национального дохода.
-

До сих пор мы рассматривали вопросы экономики, связанные с рынками отдельных товаров, с поведением отдельных фирм или потребителей, с установлением цен на отдельные товары и услуги. Теперь нам предстоит рассмотреть экономику как единое целое. Речь пойдет о выпуске товаров и услуг не отдельной фирмой, а всеми отраслями и предприятиями данной страны, о доходах и расходах не отдельных лиц или домашних хозяйств, а о полученных доходах и произведенных расходах в экономике в целом. Объектом нашего анализа станут совокупные или агрегированные показатели, та-

кие, как валовой внутренний продукт, национальный доход и др.

Было бы глубоким заблуждением считать, что экономика какой-нибудь страны, т. е. национальная экономика, представляет собой некую механическую сумму частных фирм и домашних хозяйств. Хотя поведение национальной экономики во многом зависит от поведения отдельных лиц или фирм, но оно не тождественно им. Экономика как целое имеет свои законы поведения, отличные от того, как поведет себя индивидум в той или иной ситуации.

Эта глава будет посвящена изучению вопросов, связанных с измерением результатов деятельности национальной экономики.

10.1. ПОЧЕМУ НЕОБХОДИМО ОПРЕДЕЛЯТЬ РАЗМЕР НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА

В главе 5 было выяснено, что каждая семья получает определенный доход и ее поведение как потребителя в значительной мере было обусловлено тем, какой доход она получила. Чтобы получить тот или иной доход, человек должен его заработать. Однако благополучие любого человека, любой семьи зависит не только от их личного дохода, но и от того дохода, который создается в данной стране в целом. Средний заработок американца или японца в несколько раз превосходит средний заработок россиянина. Например, в 2001 г. средний доход американца равнялся 26,6 тыс. долл. в год, что тогда составляло около 72,2 млн р. Если бы средний доход россиян был таким же, то общая сумма доходов россиян более чем в 14 раз превзошла бы стоимость продукции, создаваемой в российской экономике. Иными словами, доходы россиян приблизительно в 14 раз меньше, чем доходы американцев, потому, что «общественный пирог», который делится между американцами, намного больше того «пирога», который делится между россиянами. Уже одно это говорит, как важно знать, насколько велик национальный продукт, создаваемый в данной стране, ее «общественный пирог».

Столь же большое значение имеет ответ на вопрос: растет или снижается общий жизненный уровень населения данной

страны? Для этого необходимо установить, повышается или снижается общий уровень производимых в стране товаров и услуг, которые предназначены для удовлетворения потребностей людей. Рабочие и бизнесмены, пенсионеры и государственные чиновники добиваются того, чтобы их доходы выросли. Но смогут ли все они достичь желаемого результата, если заработная плата, прибыль и пенсии вырастут, скажем, на 10%, а общее количество товаров и услуг, которые поступят на рынок, останется прежним? Деньги хороши тем, что на них можно купить любую вещь и оплатить любую услугу. Если же семьи получают больше денег, но не могут на них купить больше товаров, то привлекательность денег в глазах людей будет падать и они начнут обесцениваться. Если же в стране производство товаров и услуг будет снижаться, то, как бы ни повышались денежные доходы населения, его материальное благосостояние ухудшится.

Итак, средний жизненный уровень населения любой страны определяется положением ее национальной экономики. Но ни один даже самый высококвалифицированный экономист не сможет ответить на вопрос о том, как идут дела в экономике страны, как изменилось ее положение по сравнению с прошлым годом и чего можно ждать в будущем, если он не знает, каков общий результат деятельности сотен тысяч крупных и мелких предприятий и тех миллионов людей, которые на них трудились.

Депутаты Государственной Думы и сенаторы будут лишены возможности объективно оценить итоги экономической политики Президента и правительства, если в их распоряжении не окажется данных о том, вырос или снизился уровень национального производства и каков сам этот уровень.

Интересы всех без исключения людей, представителей самых различных социальных слоев населения, связаны с тем, какое количество материальных и духовных благ производится в стране, каков ее национальный продукт. Не менее важно знать, какова динамика национального продукта, сколько производилось его в прошлые годы, растет или сокращается национальное производство и можно ли надеяться на его рост в будущем.

Сейчас исключительно важное значение исчисления национального продукта признано во всем мире. Данные об итогах национального производства публикуются практически во всех

странах. Эти данные обобщает Организация Объединенных Наций. Все это позволяет получить общую картину экономического положения в мире, на отдельных континентах и в регионах, сопоставить уровни развития экономики всех стран мира.

10.2. ЧТО ТАКОЕ ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ

Как измерить выпуск продукции различных фабрик

Определить объем продукции отдельного предприятия или отрасли сравнительно нетрудно. Например, выпуск продукции нефтяной промышленности или черной металлургии можно выразить тоннами добытой нефти или выплавленного металла; электроэнергетики — киловатт-часами выработанной электроэнергии и т.д. Несколько сложнее обстоит дело с исчислением объема продукции такой отрасли, как швейная промышленность. Выпуск продукции швейной фабрики нельзя считать в штуках, так как хлопчатобумажные рубашки и шерстяные костюмы далеко не равноценны. Фабрика, которая изготовила 10 тыс. костюмов, создала значительно больший продукт, чем фабрика, которая сшила 10 тыс. рубашек.

Каким образом можно соизмерить объемы продукции этих двух фабрик? Эту задачу помогает решить рынок. Мы видели, что на рынке полезности различных товаров и услуг соизмеряются при помощи рыночных цен. Следовательно, если цена рубашки 1 тыс. р., а костюма — 10 тыс. р., то продукцию одной фабрики можно представить как сумму 10 тыс. рубашек \times \times 1 тыс. р. = 10 млн р., а продукцию другой фабрики — как сумму 10 тыс. костюмов \times 10 тыс. р. = 100 млн р. Этот несложный расчет показан на рис. 10-1; он говорит о том, что продукция двух фабрик составляет 110 млн р. (10 млн р. + + 100 млн р. = 110 млн р.).

Прием, при помощи которого нам удалось соизмерить выпуски продукции двух фабрик, дает возможность суммировать продукцию этих фабрик. Этот прием может быть использован и для того, чтобы суммировать выпуски продукции не только швейной промышленности, но и пищевой, машиностроения, сельского хозяйства и т.д. Выразив мясо, зерно, нефть, машины, услуги парикмахеров и множество других товаров и услуг

Костюмы 10 тыс. шт.	рубашки 10 тыс. шт.	
Рыночная цена 10 тыс. р.	Рыночная цена 1 тыс. р.	
Продукция в рыночных ценах 10 тыс. шт. × × 10 тыс. р. = = 100 млн р.	+	Продукция в рыночных ценах 10 тыс. шт. × × 1 тыс. р. = = 10 млн р.
		=
		Продукция двух фабрик в рыночных ценах костюмы 100 млн р. рубашки +10 млн р. костюмы и рубашки 110 млн р.

Рис. 10-1. Δ

Выразив изделия двух фабрик в рыночных ценах, мы смогли сложить объемы выпуска их продукции.

в рыночных ценах, мы можем получить объем продукции, которая производится всеми отраслями любой страны. Этот прием иллюстрирует рисунок 10-2 (все цены в этих двух примерах — условные).

ХЛЕБ 1 млн т × 1 тыс. р. = 1 млрд р. МЯСО 100 тыс. т × 6 тыс. р. = 600 млн р. ХОЛОДИЛЬНИКИ 25 тыс. шт. × 10 тыс. р. = 250 млн р. АВТОМОБИЛИ 3 тыс. шт. × 150 тыс. р. = 450 млн р. УСЛУГИ ПАРИКМАХЕРОВ 50 млн р. КОМПЬЮТЕРЫ 10 тыс. шт. × 15 тыс. р. = 150 млн р. МЕТАЛЛОРЕЖУЩИЕ СТАНКИ 1 тыс. шт. × 600 тыс. р. = 600 млн р. ТУРБИНЫ 100 шт. × 3 млн р. = 300 млн р.	ВСЕШ ПРОДУКТ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ 3,4 МИЛЛИАРДОВ РУБЛЕЙ
---	--

Рис. 10-2. Δ

Если мы выразим продукцию всех отраслей в рыночных ценах и сложим ее, то полученная сумма будет представлять собой продукт всей экономики, ее национальный продукт.

Теперь необходимо принять во внимание одно важное обстоятельство. Дело в том, что итоговым результатом производства товаров и услуг в масштабе всей экономики являются *не все* созданные товары и услуги. Итоговый результат функционирования всей национальной экономики должен быть представлен в виде суммы цен только *конечных товаров и услуг*.

Для того чтобы выяснить, что следует понимать под конечными товарами и услугами, вернемся к примеру с рубашками и костюмами.

Каждый из нас прекрасно знает: чтобы сшить рубашку и костюм, требуется ткань, которая изготавливается из пряжи. В свою очередь, крестьяне должны вырастить и собрать хлопок и лен, настричь шерсть, чтобы снабдить прядильные фабрики всеми этими видами сельскохозяйственного сырья. В то же время швейные фабрики поставляют свою продукцию торговым фирмам, которые продают эту одежду покупателям. Для всех без исключения людей непосредственный практический результат функционирования экономики представлен именно тем, *что* они смогут купить в магазинах на свои доходы.

Таким образом, одежда, которую покупатели приобретают в магазинах, является конечным товаром.

Промежуточный продукт

Конечный товар — результат деятельности многих отраслей экономики. Что касается сельскохозяйственного сырья, пряжи и тканей, то эти товары играют роль *промежуточных продуктов*. Все они были произведены в данном году и в этом же году переработаны, причем последовательно прошли несколько стадий переработки.

Промежуточным продуктом могут быть и услуги. Например, фирмы, которые занимаются оптовой торговлей, выполняют посреднические услуги между промышленным предприятием и магазином. Услуги оптовой торговли должны быть отнесены к промежуточному продукту, потому что они не направлены на удовлетворение потребностей потребителя, а выступают как особая стадия в движении национального продукта. Основным критерием, на основе которого мы относим

те или иные товары и услуги к промежуточному продукту, является характер их использования. Если приобретаемые товары идут на дальнейшую переработку в качестве сырья или полуфабрикатов, то они являются промежуточным продуктом. Точно так же если услуги связаны с перепродажей товаров, их перевозкой и т. д., то они тоже относятся к промежуточному продукту.

Валовой внутренний продукт

Что касается товаров и услуг, которые приобретаются для удовлетворения потребностей покупателя, то они представляют собой *конечный продукт*. Продовольственные товары, одежда, предметы домашнего обихода и многие другие вещи люди покупают для своего личного потребления. Они оплачивают услуги учителей, которые дают платные уроки, зрелищных предприятий, консультации адвокатов и т. д. Все эти услуги направлены на обеспечение личных потребностей людей и, значит, относятся к конечному продукту. Свой вклад в экономику делает и розничная торговля, которая скупает продукцию фабрик, заводов, сельскохозяйственных предприятий у фирм, занимающихся оптовой торговлей и т. д., с целью доведения этой продукции до потребителя. Розничная торговля производит услуги, которые относятся к конечному продукту.

Все, что было сказано относительно сельского хозяйства, текстильной и швейной промышленности, оптовой и розничной торговли как производителей промежуточного и конечного продукта, может быть отнесено к любому отраслевому комплексу.

Например, для изготовления токарного станка нужны черные металлы. Их выплавка производится из железной руды при помощи кокса. Последний, в свою очередь, производится из битуминозного угля.

Пример с токарным станком показывает, что к конечному продукту относятся не только потребительские товары и услуги, но и вновь созданные орудия труда — станки, турбины, кассовые аппараты, компьютеры и многие другие виды производственного оборудования.

В частности, фирмы, которым принадлежат машиностроительные заводы, приобретают металлообрабатывающее обо-

рудование не для того, чтобы его перепродать, а для того, чтобы произвести его монтаж на машиностроительном заводе и затем с его помощью изготавливать новые машины. Примерно то же самое можно сказать и о строительстве. Заводские корпуса, которые возводятся строительными фирмами, служат средствами труда, а жилые дома удовлетворяют личные потребности людей в жилье.

Итак, к конечным продуктам относятся, во-первых, потребительские товары, т.е. товары, которые служат для удовлетворения личных потребностей людей. Эта категория товаров подразделяется на товары длительного и кратковременного пользования. К товарам длительного пользования относятся автомобили, телерадиооборудование, бытовая техника, мебель. К товарам кратковременного пользования относятся продовольствие и напитки, одежда и обувь, лекарства и т.д.

Во-вторых, к конечному продукту относятся личные потребительские услуги, т.е. такие услуги, которые необходимы людям, удовлетворяют их личные потребности и обеспечивают их жизнедеятельность. Часть этих услуг оплачивается непосредственно самими домашними хозяйствами, например услуги домработницы или врача, который занимается частной практикой. Другая их часть оплачивается государством, например услуги преподавателей, работающих в государственных учебных заведениях, или услуги правоохранительных органов или метеослужбы.

В-третьих, к конечной продукции относятся все вновь построенные здания и сооружения и вновь изготовленные машины и оборудование. Естественно, что здания и машины, которые были произведены в прошлые годы и которые эксплуатируются на предприятиях, не являются продуктом, созданным в данном году. Они уже сыграли свою роль товаров, вошедших в продукты производства прошлых лет.

Для экономики любой страны решающее значение имеет именно конечный результат ее функционирования. Для домашних хозяйств, частных фирм и государственных организаций важна не величина промежуточного продукта, а то, что получено из этого промежуточного продукта. Итоговым результатом национального производства является сумма всех произведенных в стране конечных товаров и услуг.

ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ (ВВП) — это общая стоимость, или сумма рыночных цен, всех конечных товаров и услуг, произведенных в данной стране в течение года.

Валовой национальный продукт

В настоящее время в большинстве стран, в том числе и в России, в качестве основного показателя конечной продукции используется показатель валового внутреннего продукта. Между тем до последнего времени использовался показатель *валового национального продукта* (ВНП). Этот показатель не утратил своего значения и в настоящее время. Поэтому нам необходимо выяснить, что представляет собой ВНП и чем он отличается от показателя ВВП.

В дальнейшем (см. главы 16 и 17) мы увидим, что экономика любой страны является частью мирового хозяйства и многие фирмы вкладывают свои капиталы в иностранные предприятия. Эти капиталовложения приносят им определенный доход. Домашние хозяйства могут на имеющиеся у них сбережения приобретать акции или облигации не только тех фирм, которые действуют на территории их страны, но и зарубежных. По этим акциям и облигациям они также получают ту или иную сумму дохода. Наконец, специалисты данной страны нередко работают в филиалах своих фирм или на совместных предприятиях за границей. Там они получают заработную плату.

В то же время иностранные фирмы инвестируют свой капитал в предприятия данной страны, граждане других стран покупают ценные бумаги, которые эмитируются фирмами данной страны, а на иностранных филиалах и совместных предприятиях заняты иностранные специалисты. Все они получают те или иные доходы на вложенный капитал или за свой труд.

Предположим, что компания «Лукойл» вложила 10 млрд р. в нефтедобычу Азербайджана, а 100 российских специалистов-нефтяников были заняты в этой отрасли азербайджанской экономики. Предположим далее, что эти два российских фактора производства (капитал и труд) принесли общий доход,

равный 10 млрд р. Эти 10 млрд р. — часть внутреннего продукта Азербайджана, так как они созданы на его территории. Но одновременно они являются частью национального продукта России, так как эти 10 млрд р. созданы трудом русских специалистов и капиталом российской фирмы. Следовательно, когда мы будем исчислять ВВП России, мы должны исключить из него доходы, которые Россия получила, на капитал и труд, использовавшийся в Азербайджане. Когда же мы будем исчислять ВВП России, мы должны будем включить в него именно те доходы, которые созданы трудом и капиталом России за ее пределами.

Теперь предположим, что компания «Юнайтед Текнолоджи» (США) вложила в производство российских ракет для запуска телекоммуникационных спутников 500 млн долл., что принесет ей 50 млн долл. дохода. Этот доход — часть ВВП России, так как он произведен на территории нашей страны; но в то же время эти 50 млн долл. — часть ВВП США, так как произведены американским капиталом. Следовательно, при исчислении ВВП России мы должны включить эти 50 млн долл. в ВВП нашей страны, но мы должны их вычесть из ВВП России, так как эти 50 млн долл. — часть ВВП США.

Таким образом,

ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ — это общая стоимость, или сумма рыночных цен, всех конечных товаров и услуг, произведенных факторами производства данной страны как в пределах ее границ, так и в других странах.

Различие между ВВП США и их ВВП и способ исчисления ВВП этой страны представлены на рис. 10-3.

Все мы обратили внимание на то, что в 2001 г. разница между ВВП и ВВП США была весьма незначительной — 18,1 млрд долл., что составило всего лишь 0,17%. Это меньше, чем статистическая погрешность, т.е. небольшие ошибки, которые с неизбежностью допускаются статистиками во всем мире даже при очень высоком качестве статистического учета. Поэтому вопрос о том, какой из двух этих показателей применяется в целях экономического анализа, в большинстве случаев не имеет большого значения.

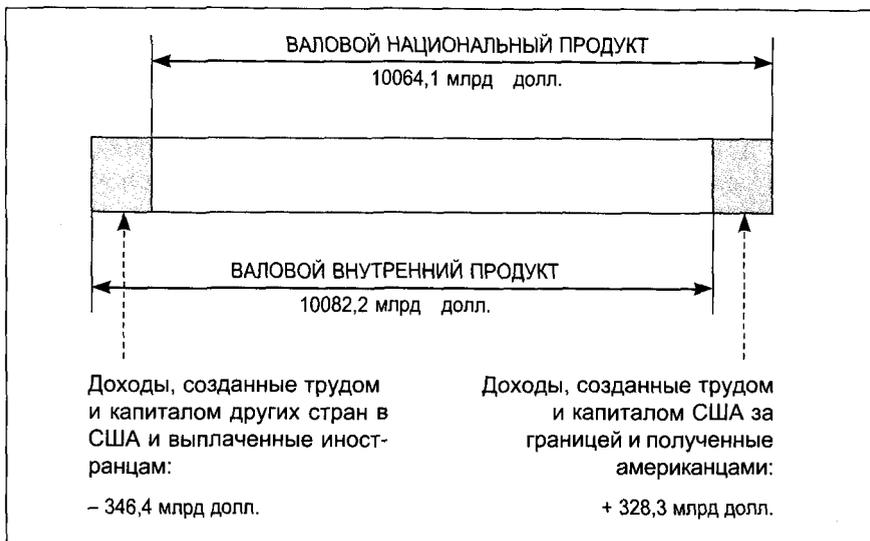


Рис. 10-3. Δ ВВП и ВНП США в 2001 г.

Иностранцы создали в США доходы на сумму 346,4 млрд долл., которые и были им выплачены. Это была часть ВВП США и в то же время часть ВНП «остального мира». Мы вычли эту сумму из ВНП США, но оставили ее в составе ВВП этой страны. Одновременно американцы создали за границей доходы на сумму 328,3 млрд долл., которые и были ими получены. Эта часть ВНП США не является частью ВВП этой страны.

10.3. КАК ИСЧИСЛЯЕТСЯ ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ

Казалось бы, сложить стоимость всех конечных товаров и услуг нетрудно. Однако и здесь мы сталкиваемся с опасностью допустить ошибки, если пойдем по, казалось бы, простейшему пути.

Как мы уже видели, выпускаемые текстильной промышленностью ткани относятся к промежуточному продукту, так как ткани перерабатываются в швейной промышленности. Но относить все ткани к промежуточному продукту нельзя, так как значительная их часть продается населению. Ткани, прода-

ваемые домашним хозяйствам, являются потребительскими товарами, т. е. относятся к конечному продукту. Аналогичная ситуация складывается и в других отраслях экономики. Электроэнергия, потребляемая населением, является конечным продуктом, а электроэнергия, которая используется промышленными предприятиями, транспортом, банками и т. д., — промежуточным продуктом. Молоко, которое крестьяне продают жителям города, — конечный продукт; молоко, продаваемое маслозаводу, — сырье. Таких примеров имеется несчетное количество.

Метод суммирования потока затрат

Если бы статистики стали подсчитывать, сколько товаров и услуг выпускают различные отрасли и отдельные предприятия, то они не смогли бы ответить на простой вопрос, какие из этих товаров надо отнести к конечному продукту, а какие — к промежуточному. Поэтому при подсчете ВВП статистика учитывает не выпуски товаров и услуг, а *затраты на приобретение этой продукции*: сколько денег было истрачено на потребительские товары и услуги; какой капитал был вложен в здания и сооружения, в машины и оборудование, в прирост запасов сырья, полуфабрикатов или готовой продукции.

Статистика должна также принять во внимание, что часть товаров покупает государство, точнее, те организации и учреждения, учебные заведения и т. д., которые принадлежат государству. Государство оплачивает услуги многочисленных работников, занятых во всех этих госучреждениях. Государственные расходы на оплату товаров и услуг также представляют собой затраты на оплату определенной части конечного продукта страны.

Следовательно, если мы сложим личные потребительские расходы населения, инвестиции частных фирм и государственные расходы на оплату товаров и услуг, то получим сумму, которая равна сумме цен всех произведенных в стране конечных товаров и услуг, т. е. валовому внутреннему продукту.

Обратимся к рис. 10-4, который иллюстрирует подсчет ВВП США.

Рис. 10-4. ▷
Подсчет ВВП США без
учета внешней торговли.

При подсчете ВВП суммируются личные потребительские расходы населения, валовые внутренние инвестиции частных фирм в новые здания и сооружения, машины и оборудование и в прирост запасов, а также расходы государства на покупаемые и оплачиваемые им товары и услуги.

Личные потребительские расходы населения	6987,0 млрд долл.
Валовые внутренние инвестиции частных фирм	1586,0 млрд долл.
Государственные расходы на оплату товаров и услуг	1858,0 млрд долл.

Данные статистики говорят о том, что население США в 2001 г. израсходовало на товары длительного и кратковременного пользования и на оплату услуг 6987,0 млрд долл. Частные фирмы вложили в новые заводы, средства транспорта и т.д. 1586 млрд долл. Эти инвестиции частных фирм свидетельствуют о том, что на эту сумму фирмы купили новых зданий, оборудования и увеличили свои запасы сырья, полуфабрикатов и готовой продукции. Наконец, значительную часть конечного продукта приобрело и оплатило государство: военные ведомства купили у частных фирм оружие и боеприпасы; государственные университеты и школы, получив из государственного бюджета деньги, израсходовали их на оплату труда (т.е. услуг) учителей, на учебное оборудование, мебель и т.д.; деньги, выделенные больницам и поликлиникам из того же государственного бюджета, были ими израсходованы на оплату врачей и медсестер, на медицинское оборудование и лекарства; были также оплачены услуги чиновников, полицейских и всех других лиц, занятых на государственной службе. Всего государство израсходовало в 2001 г. на товары и услуги 1858,0 млрд долл.

Теперь нам необходимо принять во внимание и то, что немалые суммы и домашние хозяйства, и фирмы, и государство тратят на импортируемые из других стран товары и услуги. Например, потребители часть своих денег могут истратить

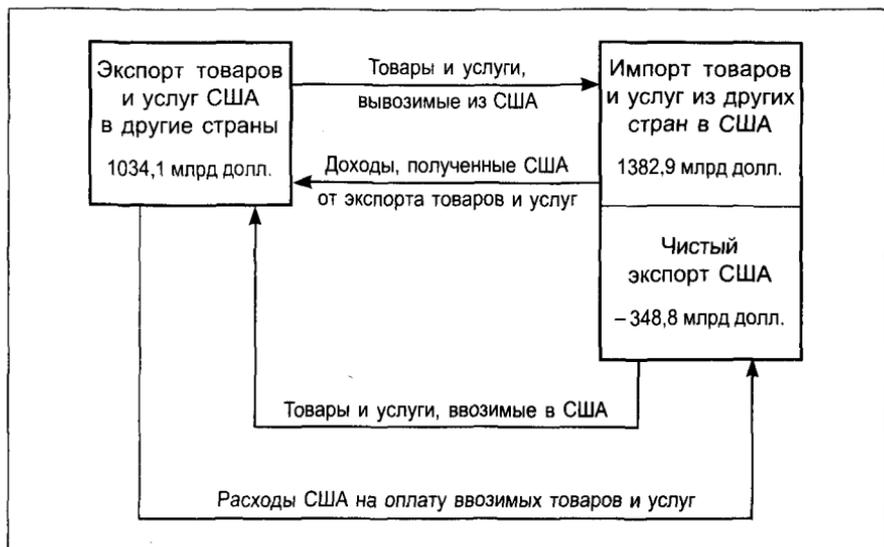


Рис. 10-5. Δ
Внешняя торговля и ВВП.

Домашние хозяйства, частные фирмы и государство израсходовали на товары и услуги, которые были произведены не в США, а в других странах, 1382,9 млрд долл. Эту сумму следует вычесть из ВВП США. Но часть ВВП США, на сумму 1034,1 млрд долл., была продана иностранцам. Ее следует приплюсовать к ВВП США. Получившаяся разность (-348,8 млрд долл. = 1034,1 млрд долл. - 1382,9 млрд долл.) представляет собой чистый экспорт.

на импортную одежду или бытовую технику; совершая туристические круизы, они оплачивают услуги зарубежных гостиниц и гидов; фирмы инвестируют часть своего капитала в оборудование, которое производят иностранные заводы, закупают за границей сырье; аналогичные расходы, скажем на оружие, производят и государственные ведомства. Объем импорта товаров и услуг показывает, какая сумма расходов была направлена населением, фирмами и государством на ВВП, произведенный другими странами (остальным миром). Естественно, что эта сумма расходов должна быть исключена из суммы расходов на приобретение конечных товаров и оплату услуг, произведенных в данной стране (в США). В то же время иностранцы купили товары и оплатили услуги, произведенные в США. Эта сумма должна быть включена в ВВП этой

страны. Таким образом, при исчислении ВВП нужно учитывать разность между экспортом и импортом, т.е. *чистый экспорт*. В 2001 г. чистый экспорт США составил –348,8 млрд долл. Чистый экспорт обычно называют **торговым балансом страны**.

Разумеется, чистый экспорт не обязательно является отрицательной величиной. Например, в 2000 г. экспорт товаров и услуг России равнялся в долларовом исчислении 105,5 млрд, а импорт товаров и услуг в Россию — 60,6 млрд долл. Следовательно, чистый экспорт (торговый баланс) России составил +44,9 млрд долл.

Теперь, когда мы учли внешнеторговые операции, можно получить итоговый результат всех затрат населения, фирм и государства на оплату всей суммы конечных товаров и услуг, т.е. ВВП, произведенного в данной стране в течение года. В США в 2001 г. эту сумму составили:

Личные потребительские расходы населения.....	6987,0 млрд долл.
Инвестиции частных фирм	1586,0 млрд долл.
Государственные закупки товаров и услуг	1858,0 млрд долл.
Чистый экспорт (торговый баланс)	– 348,8 млрд долл.
<hr/>	
ВСЕГО	10082,2 млрд долл.

Итак, один из способов исчисления валового национального продукта или валового внутреннего продукта состоит в суммировании личных потребительских расходов населения, валовых внутренних инвестиций частных фирм, государственных закупок товаров и услуг и чистого экспорта товаров и услуг в течение года.

Этот способ называется **методом суммирования потока затрат**.

Метод суммирования потока доходов

Второй способ исчисления ВВП сводится к суммированию доходов, которые были созданы в экономике. В основе этого способа лежит учет *добавленной стоимости*. Поэтому нам предстоит выяснить, что представляет собой эта важная экономическая категория, с которой встречаются многие предприниматели и работники министерства финансов, имеющие дело с налогом на добавленную стоимость.

Вернемся к нашему примеру с производством одежды (рубашек и костюмов). Как уже говорилось, одежда является ко-

нечным продуктом ряда последовательных стадий переработки исходного сырья (хлопок и шерсть), полуфабрикатов (пряжа, ткань) с последующим прохождением продукции через торговлю. На каждой из этих стадий отрасль выполняет комплекс операций и работ, что приносит ей определенную сумму доходов после того, как выпускаемая ею продукция будет продана фирмам следующей отрасли. Этот процесс иллюстрирует таблица 10-1.

Таблица 10-1

Выпуск продукции и добавленная стоимость (млн. р.)

Отрасли	Стоимость сырья, полуфабрикатов	Добавленная стоимость	Валовой выпуск
Сельское хозяйство	0	15	15
Прядильная	15	20	35
Ткацкая	35	20	55
Швейная	65	35	90
Розничная торговля	90	10	100
Общая сумма добавленной стоимости	—	100	—

Предположим, что фермеры, которые вырастили и собрали хлопок, после его продажи получили доход 15 млн р. Часть этого дохода фермеры должны отложить в счет износа того оборудования и зданий, которые участвовали в производстве, — 4 млн р. Если они использовали наемный труд, то им пришлось выплатить заработную плату — 6 млн р. Оставшиеся 5 млн р. — доходы самих фермеров (прибыль). Таким образом, в процессе производства хлопка был сделан вклад в создание ВВП, равный 15 млн р., который и представляет собой стоимость, добавленную хлопководством.

Следующая стадия — прядильное производство. Владельцы прядильных фабрик, купив хлопок за 15 млн р., организовали выпуск пряжи на сумму 35 млн р. Из этой суммы 15 млн р. возместили затраты на хлопок. Износ оборудования здесь составил 6 млн р., заработная плата рабочих, инженеров и других занятых — 8 млн р., прибыль — 6 млн р. Таким образом, добавленная стоимость здесь равняется 20 млн р.

На последующих стадиях происходят аналогичные процессы: к стоимости пряжи (35 млн р.) ткацкие фабрики добавляют стоимость 20 млн р. и выпускают продукцию на сумму 55 млн р., швейные фабрики к стоимости тканей добавляют стоимость 35 млн р. и выпускают продукцию на 90 млн р., и, наконец, розничная торговля добавляет еще 10 млн р. и продает одежду по розничным ценам на общую сумму 100 млн р.

Таким образом, общая сумма добавленной стоимости, которая формируется каждой отраслью, равна стоимости конечной продукции, т. е. сумме цен, по которым продукция продается конечному потребителю.

Это правило может быть распространено на любой отраслевой комплекс: зерно — мука — макароны — услуги торговли; железная руда и уголь — обогащенная руда и кокс — металл — прокат и металлоизделия — услуги оптовой торговли и т. д.

На этом правиле основано положение, согласно которому

стоимость валового внутреннего продукта равна добавленной стоимости, которая создана всеми отраслями экономики, или сумме факторных доходов и амортизации основного капитала во всех отраслях экономики.

Прежде чем сделать окончательный вывод о подсчете ВВП, который основан на учете добавленной стоимости, нам необходимо вспомнить, что в создании ВВП принимает участие труд работников государственного сектора и капитал этого сектора. Поэтому часть ВВП представляет собой доходы, которые созданы государственными структурами. Эта часть доходов присваивается государством в форме **косвенных налогов**. Что такое косвенные налоги?

Всем хорошо известны прямые налоги, которые являются непосредственным вычетом из доходов, полученных домашними хозяйствами и фирмами. Например, подоходный налог предполагает, что из заработной платы вычитается 13% заработанных денег, идущих в бюджет государства; из прибыли, заработанной фирмой, в государственный бюджет перечисляется 24%. Эти вычеты не отражают размера производимого в стране ВВП. Это деньги, которые перекладыва-

ются из частных кошельков в государственный. Если отец даст своим детям 10 р. на мороженое, то общая сумма доходов и расходов семьи от этого не изменится. Если государство вычтет из прибыли фирм, заработавших 1 млн р., 24% этой прибыли, то общий доход государства и фирм не изменится: 760 тыс. останется у фирм и 240 тыс. получит государство.

Иначе обстоит дело с косвенными налогами. Косвенные налоги — это налоги, которые включаются в цену продаваемой продукции. Они могут рассматриваться как вклад государства в создание ВВП и поэтому должны учитываться при исчислении ВВП. Примером косвенного налога может служить налог на добавленную стоимость (НДС).

Вернемся к примеру, который представлен таблицей 10-1, и предположим, что указом Президента введен 20%-ный налог на добавленную стоимость. Тогда указанные в табл. 10-1 отрасли будут выплачивать следующий НДС и соответственно установят новую, более высокую цену на свою продукцию (см. табл. 10-2).

Таблица 10-2

Налог на добавленную стоимость и цена продукции (в млн р.)

Отрасли	Стоимость сырья и полуфабрикатов	Добавленная стоимость	НДС	Стоимость выпускаемой продукции
Сельское хозяйство	0	15	3	18
Прядильная	18	20	4	42
Ткацкая	42	20	4	66
Швейная	66	35	7	108
Розничная торговля	108	10	2	120
ВСЕГО	—	100	20	—

Из таблицы следует, что введение налога на добавленную стоимость увеличило цены на все товары. Но что для нас

особенно важно отметить, это равенство новой цены на конечные товары, которые продаются населению, сумме добавленной стоимости и НДС: 100 млн р. + 20 млн р. = 120 млн р.

Такой же результат будет получен, если проследить формирование стоимости выпускаемой продукции с учетом НДС в любом отраслевом комплексе (металлургический, продовольственный и т. д.).

Итак, если сложить все доходы, которые создаются в экономике, т.е. добавленную стоимость, и прибавить к этой сумме все косвенные налоги, то полученная сумма будет равна валовому внутреннему продукту. На справедливости этого положения основан второй способ исчисления ВВП, который называется **методом суммирования потока доходов**.

При исчислении вторым методом должны быть учтены следующие доходы:

1) заработная плата, включая различные виды доплат (отпускные, премии и т. д.), выплаченная фирмами рабочим, инженерам, менеджерам и всем другим наемным работникам;

2) различные виды доходов, которые получили предприниматели, владельцы акций и облигаций, собственники имущества и земельных участков, сданных в аренду, т.е. прибыль, проценты, дивиденды и рента;

3) доходы мелких предпринимателей, в частности фермеров, которые не используют наемный труд и доход которых не распадается на заработную плату и прибыль;

4) амортизационные отчисления — часть денежного дохода всех фирм, которая предназначена для того, чтобы возместить износ зданий и сооружений, машин и оборудования;

5) косвенные налоги.

Все эти доходы, как мы уже знаем, создаются факторами производства — трудом, капиталом, землей — как частного, так и государственного сектора или образуются за счет потребления капитала (амортизация).

Оба способа исчисления ВВП дают практически одинаковый результат. Это видно из диаграммы, представленной на рис. 10-6. Первый метод дал результат 10082,2 млрд. долл., второй — 10031,8 млрд долл. Было бы неправильно думать, что американская статистика допустила значительную ошибку

ВВП	
10082,2 млрд долл.	10031,8 млрд долл.
Потребительские расходы населения 6987,0 млрд долл.	Амортизационные отчисления 1192,5 млрд долл.
Валовые инвестиции фирм 1586,0 млрд долл.	Зарплата 5734,8 млрд долл.
Государственные расходы на товары и услуги 1858,0 млрд долл.	Прибыль, процент, рента и доходы мелкого бизнеса 2309,0 млрд долл.
Чистый экспорт - 348,8 млрд долл.	Косвенные налоги 795,5 млрд долл.
	Статистическая погрешность - 50,4 млрд долл.

Рис. 10-6. Δ

Статистические данные по США показывают, что сумма расходов населения на потребительские товары и услуги, инвестиций частного экспорта и государственных расходов равна сумме амортизационных отчислений, заработной платы, процента, ренты, доходов мелких предпринимателей и косвенных налогов (с небольшой статистической погрешностью).

при подсчете ВВП — в 50,4 млрд долл. В подобных подсчетах погрешности неизбежны. Кроме того, погрешность составила лишь 0,5% от общей суммы ВВП.

10.4. ЧИСТЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД

Как ни важны показатели ВНП и ВВП, но ни тот ни другой не дают точного ответа на вопрос: чему же равен тот совокупный доход, который получает население данной страны, т.е. наемные работники, предприниматели, владельцы цен-

ных бумаг и т. д.? Для того чтобы найти ответ на этот вопрос, мы должны рассчитать величину *национального дохода*.

Всю денежную выручку, которую получают от продажи конечных товаров и услуг все действующие фирмы, нельзя рассматривать как их чистый доход. Дело в том, что часть этой денежной выручки, т. е. часть ВВП, должна возместить износ зданий и сооружений, машин и оборудования. Мы уже видели, что с этой целью все предприниматели делают амортизационные отчисления. Этой частью денежной выручки от продажи продукции они не вольны свободно распоряжаться. Объективные условия диктуют им необходимость систематически инвестировать эти средства в новое строительство и в новое оборудование, чтобы возместить старение и износ основного капитала.

Чистый национальный продукт и национальный доход

Таким образом, чтобы получить показатель той части ВВП, которой общество могло бы распоряжаться без оглядки на износ зданий и оборудования, из ВВП следует вычесть амортизационные отчисления.

Та часть ВВП, которая остается за вычетом амортизационных отчислений, называется **чистым национальным продуктом (ЧНП)**.

Однако, как мы уже видели, не все доходы, которые создаются в экономике, поступают непосредственно фирмам и населению. Часть этих доходов присваивается государством в форме косвенных налогов. Государственные расходы, которые покрываются за счет косвенных налогов, в принципе могут рассматриваться как источник финансирования охраны окружающей среды, возмещения потерь от стихийных бедствий, поддержки сельскохозяйственных предприятий и других отраслей экономики. Поэтому косвенные налоги можно рассматривать как доход, который получает государство в качестве платы за услуги, которые оно производит в интересах функционирования экономики в целом. В то же время это доход, аналогичный амортизационным отчислениям. Поэтому, чтобы получить чистый доход, который создается в национальной экономике, мы должны из чистого национального продукта, создаваемого в национальной экономике, вычесть косвенные налоги.

Та часть валового национального продукта, которая остается за вычетом амортизационных отчислений и косвенных налогов, называется **НАЦИОНАЛЬНЫМ ДОХОДОМ**.

Национальный доход может быть представлен и как сумма произведенных факторных доходов в частном секторе. Как было показано в главе 1, для производства товаров и услуг требуются определенные ресурсы, или факторы производства.

Факторы производства и факторные доходы

Каждый фактор приносит тот или иной доход. Заработная плата является формой оплаты труда как одного из факторов производства. В частности, особый вид дохода, связанного с предпринимательской деятельностью учредителей, организаторов и руководителей фирм, — предпринимательский доход.

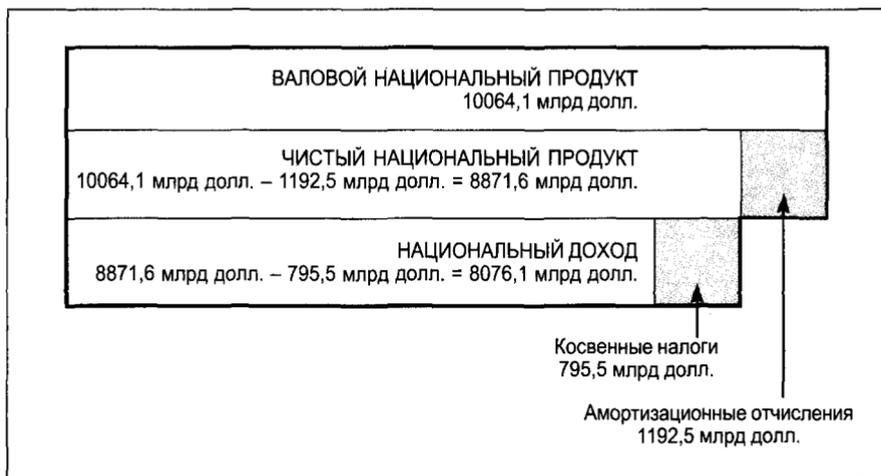


Рис. 10-7. Δ

Определение величины национального дохода.

Если из валового национального продукта вычесть амортизационные отчисления, то мы получим чистый национальный продукт. Если затем из чистого национального продукта вычесть косвенные налоги, то мы получим величину национального дохода.

Статистика не выделяет предпринимательский доход как особый вид дохода, объединяя его с заработной платой.

Фактором производства является капитал, к которому относятся производственные здания и помещения, оборудование, сырье, полуфабрикаты, топливо и денежные ресурсы. Доход, который получают собственники капитала, принимает две формы — **процента** и **дивиденда**.

Непосредственно владельцы капитала являются собственниками ценных бумаг — акций и облигаций — или вкладов в сберегательные банки. Вкладывая свой капитал в ценные бумаги или делая сберегательные вклады, собственники капитала предоставляют его в распоряжение руководителей крупных фирм или мелких предпринимателей. Многие фирмы используют аренду таких факторов, как земля, здания, сооружения или оборудование. Сдаваемая в аренду земля и другие виды недвижимости, являясь факторами производства, приносят доход в форме **ренты**.

Участие в производстве товаров и услуг мелких предпринимателей, которые не используют наемный труд, как правило, означает, что в их лице соединены два фактора — и труд, и капитал. Поэтому доход мелких предпринимателей выступает как единый факторный доход.

Сумма факторных доходов равна национальному доходу.

Распределение национального дохода

Рассмотрение того, как формируется национальный доход, показывает, что в экономике одновременно с образованием национального дохода происходит и его *распределение*. Члены общества, которые действуют в рыночной экономике, принимая участие в производстве товаров и услуг, вкладывая в него свой труд, капитал или предоставляя в распоряжение фирм свою недвижимость, получают в соответствии с этим вкладом те или иные доходы.

В основе распределения национального дохода лежит цена на факторы производства.

Предприниматели, организовав производство, должны приобрести различные факторы производства. Для этого им необходимо оплатить эти факторы. Это означает, что наемные работники получают за свой труд заработную плату; собственники капитала — процент; собственники земли и другой недвижимости — ренту. В рыночной системе каждый фактор оценивается в зависимости от соотношения спроса и предложения на данный фактор. Оптимальным, а потому и справедливым вариантом распределения доходов в соответствии с оплатой каждого фактора является тот вариант, при котором в экономике обеспечивается равновесие, и в частности равновесие спроса и предложения на каждый фактор. Напротив, любое отклонение от равновесия означает неоправданное увеличение или сокращение того или иного дохода.

Рисунок 10-8 показывает, какие доходы получили различные группы населения США в 2001 г. и, следовательно, каким образом был сформирован и распределен национальный доход.

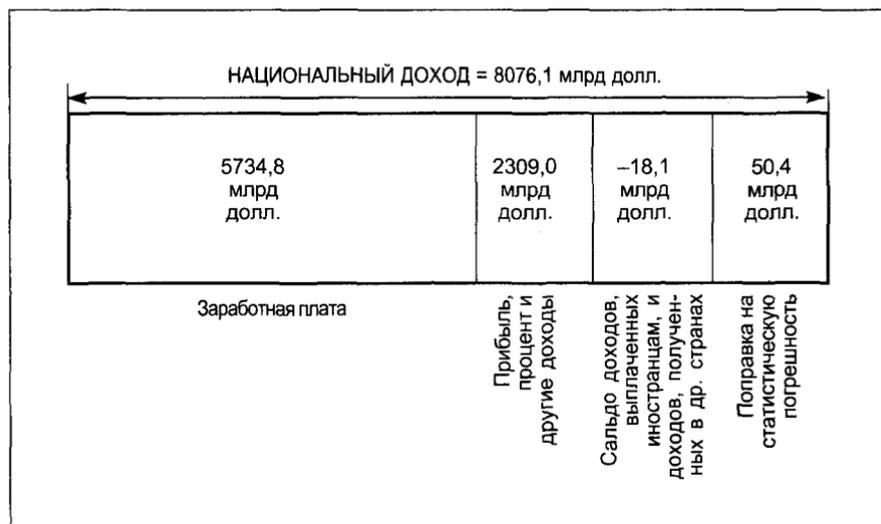


Рис. 10-8. Δ

Распределение национального дохода в США в 2001 г.

Если сложить все факторные доходы, то полученная сумма будет равна национальному доходу.

10.5. КАК ФОРМИРУЕТСЯ РАСПОЛАГАЕМЫЙ ЛИЧНЫЙ ДОХОД

Хотя созданный в стране национальный доход равен сумме факторных доходов, это еще не значит, что все они полностью попадают в кошельки их получателей. В то же время домашние хозяйства получают не только заработную плату, прибыль, проценты, ренту и доходы от мелкого бизнеса. Объясняется это тем, что формирование и распределение доходов в соответствии с факторами производства дополняется их *перераспределением*, в результате чего образуются *вторичные доходы*, не являющиеся факторными. Это происходит в силу той роли, которую в перераспределении национального дохода играет государственный бюджет.

Государственный бюджет

Рассмотрим в этой связи, что представляет собой государственный бюджет (см. табл. 10-3). Как и всякий бюджет, государственный бюджет включает в себя доходную и расходную части. Источниками доходов государственного бюджета служат налоги, которые, как уже говорилось, делятся на прямые и косвенные. Если косвенные налоги являются составной частью ВВП и входят в цены произведенных и реализуемых товаров и услуг, то прямые являются вычетом из доходов, созданных в экономике. Поэтому не вся сумма доходов, созданная в экономике, достается домашним хозяйствам, а лишь та ее часть, которая остается за вычетом прямых налогов.

Таблица 10-3

Государственный бюджет США в 2001 г., в млрд долл.

Доходы государственного бюджета		Расходы государственного бюджета	
Прямые налоги	2205,3	Затраты на оплату товаров и услуг	1858,0
Косвенные налоги	795,5	Трансфертные платежи	997,2
Всего	3000,8	Всего	2855,2
Разность между доходами и расходами бюджета		+ 145,6	

Другая часть государственного бюджета — его расходы. Средства государственного бюджета расходуются на самые различные цели. Некоторые из них уже ранее упоминались. Здесь мы их объединим в две большие группы: 1) государственные закупки товаров и услуг; 2) государственные трансфертные платежи.

В первом случае за счет бюджетных ассигнований оплачивается часть произведенных в стране конечных товаров и услуг, т. е. часть ВВП. Эти расходы предполагают образование факторных доходов — заработной платы, прибыли и т. д.

Что касается трансфертных платежей, то они не являются формой оплаты товаров и услуг. К их числу относятся выплаты по системе социального страхования (пенсии, пособия и т. д.). Трансфертные платежи из государственного бюджета приводят, следовательно, к образованию доходов, которые хотя и не являются факторными, тем не менее способствуют увеличению общей суммы денег, которые получают домашние хозяйства.

На формирование доходов, получаемых домашними хозяйствами, влияет и распределение прибыли, которую получают акционерные компании. Любая фирма должна часть полученной ею прибыли использовать для развития технологии, увеличения объемов выпуска продукции, улучшения ее качества и т. д. Ей требуется резервный фонд для поддержания стабильности своего положения в условиях обострения конкуренции, удорожания сырья и на случай различных непредвиденных обстоятельств. Поэтому акционерные компании не всю полученную прибыль распределяют между своими акционерами в форме дивиденда. В 2001 г. распределение прибыли акционерных компаний США выглядело следующим образом:

Общая сумма полученной прибыли	822,1 млрд долл.
Налог на прибыль	248,6 млрд долл.
Чистая прибыль (за вычетом налогов)	573,5 млрд долл.
Дивиденды	347,0 млрд долл.
Нераспределенная прибыль	226,5 млрд долл.

Таким образом, в процессе перераспределения части национального дохода домашние хозяйства получают из государственного бюджета в виде трансфертных платежей доходы

в основном в виде пенсий и в виде процентов по государственному долгу. Но в то же время они не получают всей прибыли акционерных компаний, а только ее часть в виде дивидендов. В результате этого первого акта перераспределения национального дохода будет сформирован *совокупный личный доход*, причитающийся домашним хозяйствам. Исчислим его величину:

Национальный доход	8076,1 млрд долл.
Налог на прибыль АО и нераспределенная прибыль	-475,1 млрд долл.
Пенсии, проценты по государственному долгу и т. п. выплаты	204,1 млрд долл.
<hr/>	
Совокупный личный доход	7802,4 млрд долл.

Все это говорит о том, что национальный доход, или сумма созданных в экономике факторных доходов, не тождествен сумме тех доходов, которые выплачиваются домашним хозяйствам и которые получили название **личных доходов** или **совокупного личного дохода**. Однако и совокупный личный доход еще не полностью попадает в распоряжение домашних хозяйств. Они платят подоходный налог, налог на недвижимость и т. д. Эти и подобные им налоги называются **личными налогами**. Из личного дохода также отчисляются деньги на социальное страхование. Если теперь мы вычтем из совокупного личного дохода личные налоги и отчисления на социальное страхование, то получим **совокупный располагаемый личный доход**, т. е. сумму денег, которая уже без каких-либо дальнейших вычетов поступает в распоряжение домашних хозяйств.

В 2001 г. располагаемый личный доход в США составил:

Совокупный личный доход	7802,4 млрд долл.
Прямые личные налоги с населения	-639,5 млрд долл.
Отчисления по социальному страхованию	-318,2 млрд долл.
<hr/>	
Располагаемый личный доход	6844,7 млрд долл.

Схема формирования располагаемого личного дохода в России в 2000 г. показана на рис. 10-9 (данные в млрд р.).

Вопрос о формировании располагаемого личного дохода имеет большое практическое значение для каждого из нас. Например, увеличение личных налогов является прямым вычетом из личных доходов населения, что сокращает располагаемый

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД = 4994,0 трлн р.			
Оплата труда 2515,0 млрд р.		Прибыль, процент, рента, доходы мелкого бизнеса и государственных предприятий 2433,0 млрд р.	
		Другие доходы 46,0 млрд р.	
Налог на прибыль, нераспределенная прибыль АО и отчисления на социальное страхование 884,0 млрд р.	Налог с физиче- ских лиц 175,0 млрд р.		
		Социальные трансферты из гос. бюджета и проценты по гос. долгу 563,0 млрд р.	
		СОВОКУПНЫЙ ЛИЧНЫЙ ДОХОД = 4673,0 млрд р.	
		РАСПОЛАГАЕМЫЙ ЛИЧНЫЙ ДОХОД = 4498,0 млрд р.	

Рис. 10-9. Δ

Совокупный располагаемый личный доход в России сформировался после того, как из произведенного национального дохода были вычтены налоги на прибыль и другие доходы, нераспределенная прибыль АО и взносы на социальное страхование, но прибавлена сумма трансфертных платежей из государственного бюджета, выплаты по системе социального страхования, процентов по государственным займам; затем из полученного совокупного личного дохода были вычтены индивидуальные налоги.

личный доход. Но если это сопровождается увеличением трансфертных платежей, то располагаемый личный доход может не только не уменьшиться, но даже вырасти. За этим может стоять продуманная политика, направленная на известное ограничение роста сверхвысоких доходов и поддержку малообеспеченных слоев населения (пенсионеров и т. д.).

В то же время если рост налогов, сдерживающий увеличение располагаемого личного дохода, обусловлен нерациональным, неоправданным расходованием средств (например, разбуханием бюрократического аппарата), то рост налогов с населения в этом случае ничем компенсирован не будет и его последствия будут носить негативный характер.

10.6. НОМИНАЛЬНЫЙ И РЕАЛЬНЫЙ ВВП

Мы уже видели, что выпуск продукции отдельного предприятия, отрасли и экономики в целом выражается в ценах, которые складываются на рынке. Но нам также известно, что рыночные цены не остаются неизменными. В настоящее время практически во всех странах наблюдается повышение их общего уровня. В одних странах это повышение цен происходит медленно — на несколько процентов в год; в других, в том числе и в России, цены растут весьма быстро. Следовательно, если ВВП, произведенный в разные годы, выражать в ценах того года, когда он производился, то в одном году его объем будет выражен в одних ценах, в другом году — в других и т. д. В главе 1 мы уже установили, что показатели объема выпуска продукции, доходов и т. д. можно выражать в текущих (изменяющихся) и в неизменных ценах. В первом случае мы получаем номинальные величины, во втором — реальные.

Теперь мы рассмотрим этот вопрос применительно к конкретному случаю — к двум показателям ВВП: к номинальному и к реальному валовому внутреннему продукту.

Объем выпуска всех конечных товаров и услуг, выраженный в фактически сложившихся на рынке ценах текущего года, называется **НОМИНАЛЬНЫМ ВАЛОВЫМ ВНУТРЕННИМ ПРОДУКТОМ**.

Показатель номинального ВВП зависит и от количества производимых в стране конечных товаров и услуг, и от уровня цен на них. Естественно, что номинальный ВВП не может служить для оценки роста или сокращения реального объема производства.

Объем выпуска всех конечных товаров и услуг, выраженный в неизменных ценах, т. е. в ценах, которые сложились в каком-либо году, называется **РЕАЛЬНЫМ ВАЛОВЫМ ВНУТРЕННИМ ПРОДУКТОМ**.

Показатель реального ВВП не зависит от изменений цен. Он отражает уровень и динамику производимых в стране

конечных товаров и услуг. В этом отношении он имеет преимущество по сравнению с номинальным ВВП. Именно на основе динамики реального ВВП можно судить о том, как развивается экономика, ухудшается или улучшается положение страны.

Обратимся к данным о размерах номинального и реального ВВП Российской Федерации в 1990–2001 гг. (см. табл. 10-4).

Таблица 10-4

**Номинальный и реальный ВВП Российской Федерации
в 1990–1997 гг. (в млрд деноминированных рублей)**

	1990	1991	1992	1993	1996	1997	2001
Номинальный ВВП	0,89	1,62	19,0	171,5	2256,0	2562,6	9063,0
Реальный ВВП (в ценах 1991 г.)	1,71	1,62	1,197	1,093	0,817	0,875	1,120
Индекс-дефлятор ВВП (уровень цен в 1991 г. = 1)	0,52	1	15,87	156,93	2761,32	2928,7	8092,0

Согласно этим данным, ВВП в нашей стране с 1990 г. по 2001 г. в номинальном выражении вырос в 10 183 раз. Но и общий уровень цен на все товары и услуги за это время повысился в 15 000 раз. Поэтому реальный ВВП сократился с 1,71 млрд р. в 1990 г. до 1,12 млрд р. в 2001 г., т. е. на 34,5%.

Рассмотрим несколько подробнее методы исчисления номинального и реального ВВП.

Имея данные о номинальном ВВП и об уровне цен на все товары и услуги, мы можем рассчитать величину реального ВВП:

$$\text{ВВП}_p = \frac{\text{ВВП}_n}{P_{\text{ВВП}}}, \quad (10.1)$$

где $P_{\text{ВВП}}$ — индекс цен на все конечные товары и услуги.

Общий размер номинального ВВП статистики исчисляют уже известным нам методом (см. параграф 10-2): они выража-

ют стоимость конечных товаров и услуг в рыночных ценах и суммируют ее, т. е.

$$\text{ВВП}_H = Q_1 P_1 + Q_2 P_2 + \dots + Q_n P_n = \sum_{i=1}^n Q_i P_i, \quad (10.2)$$

где Q — объем выпуска отдельных видов товаров или услуг в течение года; P — цены на соответствующие товары и услуги в данном году.

Величина реального ВВП исчисляется принципиально тем же методом, но стоимость конечных товаров и услуг теперь выражается в *неизменных* ценах, т. е. в ценах, которые сложились на рынках товаров и услуг в каком-то одном году. В табл. 10-3 реальный ВВП выражен в ценах 1991 г. Таким образом,

$$\text{ВВП}_p = Q_1 P_1^0 + Q_2 P_2^0 + \dots + Q_n P_n^0 = \sum_{i=1}^n Q_i P_i^0, \quad (10.3)$$

где P^0 — неизменные цены на товары и услуги (например, в 1991 г.).

Таким образом, определив величины номинального и реального ВВП за разные годы, статистики на основе полученных результатов исчисляют общий уровень цен на товары и услуги в каждом году, т. е. индекс цен на эти товары и услуги:

$$P_{\text{ВВП}} = \frac{\text{ВВП}_H}{\text{ВВП}_p}, \quad (10.4)$$

где $P_{\text{ВВП}}$ — общий индекс цен на все конечные товары и услуги, произведенные в стране в данном году. Общий индекс цен на все произведенные в стране товары и услуги принято называть **индексом-дефлятором ВВП** или коротко — **дефлятором ВВП**. Аналогичным образом исчисляются и индексы цен ВВП, ЧНП и других показателей в системе национальных счетов, а также индексы цен по отдельным структурным элементам ВВП — потребительским расходам населения, инвестициям и т. д. Соответственно этому номинальные и реальные показатели могут применяться не только в отношении ВВП, но и в отношении ВВП, национального дохода, инвестиций, потребительских расходов населения или расходов государства и т. д.

РЕЗЮМЕ

В настоящее время во всем мире определяется размер производимого в стране валового национального продукта, валового внутреннего продукта или обоих этих показателей. Это необходимо для того, чтобы установить, каково общее положение экономики, происходит ли улучшение или ухудшение этого положения, каков средний уровень благосостояния населения данной страны. На основе данных о ВВП и ВВП делаются международные сопоставления экономик различных стран.

Для того чтобы измерить объем всей продукции, которая производится в стране, все товары и услуги должны быть выражены в рыночных ценах. Сумма цен произведенных в стране товаров и услуг даст нам объем продукции, которая производится всеми отраслями экономики.

Итоговый результат функционирования национальной экономики должен быть представлен суммой цен только конечных товаров и услуг. К ним относится та продукция, которая покупается населением с целью удовлетворения личных потребностей, в которую инвестируют свой капитал фирмы (производственные здания, оборудование и т.д.), которую покупают различные государственные органы и которая представлена чистым экспортом товаров и услуг.

Сумма рыночных цен всех конечных товаров и услуг, которые созданы факторами производства данной страны, представляет собой валовой национальный продукт. Если из ВВП данной страны вычесть доходы, которые созданы факторами производства за границей, принадлежащими этой стране, и прибавить доходы, которые созданы факторами производства, принадлежащими иностранцам, то полученный результат даст показатель валового внутреннего продукта.

Как ВВП, так и ВВП исчисляется двумя методами: 1) путем суммирования конечных расходов потребителей, государства и фирм на оплату товаров и услуг и 2) путем суммирования всех видов факторных доходов, включая косвенные налоги.

Каждая отрасль экономики делает свой вклад в производство ВВП. Он равен валовому выпуску ее продукции за выче-

том затрат на оплату товаров и услуг, которые поставляются другими фирмами. Этот вклад отрасли в производство ВВП называется добавленной стоимостью.

В процессе производства ВВП происходит снашивание (амортизация) зданий и сооружений, машин и оборудования. Поэтому все фирмы ежегодно делают отчисления в счет возмещения указанного износа зданий и оборудования. Та часть ВВП, которая остается за вычетом амортизационных отчислений, представляет собой чистый национальный продукт (ЧНП).

Для того чтобы определить величину национального дохода, созданного в экономике, необходимо из ЧНП вычесть общую сумму косвенных налогов.

В жизни любого общества большую роль играет распределение национального дохода. В основе его распределения лежит цена на факторы производства.

Созданный в стране национальный доход равен сумме факторных доходов. Наряду с формированием и распределением факторных доходов в экономике происходит перераспределение доходов, вследствие чего образуются вторичные доходы. Это, в частности, происходит потому, что в перераспределении национального дохода большую роль играет государственный бюджет. Общая сумма факторных и вторичных доходов, которые выплачиваются домашним хозяйствам, образует их совокупный личный доход.

Из совокупного личного дохода государство вычитает личный подоходный налог и тому подобные прямые личные налоги, а также отчисления по социальному страхованию. Та сумма личного дохода, которая остается за вычетом прямых личных налогов и отчислений по социальному страхованию, представляет собой располагаемый личный доход, т. е. тот доход, который фактически поступает в распоряжение домашних хозяйств.

ВВП, ВВП и все другие показатели объема выпуска товаров и услуг, а также национальный доход и все другие виды доходов могут быть выражены как в текущих, так и в неизменных ценах. ВВП, выраженный в текущих ценах, называется номинальным ВВП. ВВП, выраженный в неизменных ценах, называется реальным ВВП. Показатель реального ВВП не зависит от изменений цен, и поэтому он отражает фактические размеры увеличения или сокращения объема выпуска конеч-

ных товаров и услуг. Номинальный ВВП в условиях, когда цены растут (или снижаются), не может служить показателем объема выпуска продукции.

? *Контрольные вопросы и задания*

1. Каким образом можно соизмерить объем выпуска продукции угольной, швейной, пищевой промышленности и услуг парикмахерских?
2. Что такое промежуточный и конечный продукты?
3. Сопоставьте ВНП и ВВП; определите, в каком случае ВНП будет больше, чем ВВП, а в каком, напротив, ВВП окажется больше, чем ВНП.
4. Перечислите виды затрат в экономике, на основе которых исчисляются ВНП и ВВП; перечислите виды факторных доходов, на основе которых исчисляются ВНП и ВВП.
5. Что представляет собой добавленная стоимость?
6. Что такое чистый национальный продукт?
7. Как исчислить национальный доход?
8. Рассмотрите структуру доходов государственного бюджета, сопоставьте природу прямых и косвенных налогов и укажите, чем они отличаются друг от друга.
9. Рассмотрите структуру расходов государственного бюджета. Укажите, чем трансфертные платежи отличаются от государственных затрат на оплату товаров и услуг.
10. Как исчисляется размер совокупного личного дохода? Какие вычеты из произведенных доходов должны быть сделаны при определении совокупного личного дохода и какие доходы должны быть учтены при его исчислении?
11. Какие вычеты из совокупного личного дохода должны быть сделаны, чтобы определить размер располагаемого личного дохода?
12. Укажите, в каком случае реальный ВВП равняется номинальному ВВП, в каком первый окажется меньше, а в каком больше.

Введение	4
Глава 1. ПРЕДМЕТ И МЕТОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ	5
1.1. Безграничность потребностей и ограниченность ресурсов. Проблема выбора	6
1.2. Альтернативные издержки и кривая производственных возможностей	11
1.3. Фундаментальные проблемы экономики и предмет экономической теории	19
1.4. Метод экономической науки. Измерение экономических величин	25
Глава 2. РЫНОЧНАЯ СИСТЕМА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ. СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА	37
2.1. Два способа решения фундаментальных проблем экономики	38
2.2. Административно-плановая система	39
2.3. Рынок и его функции	46
2.4. Кругооборот доходов в рыночной экономике	52
2.5. Ограниченность возможностей рынка. Смешанная экономика	56
Глава 3. СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ	70
3.1. Спрос и закон спроса	71
3.2. Предложение и закон предложения	79
3.3. Рыночное равновесие	85
3.4. Реакция рынка на изменение спроса и предложения	88
3.5. Воздействие внешних сил на рыночное равновесие. Дефицит и избыток	91
Глава 4. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	96
4.1. Ценовая эластичность спроса. Эластичность спроса и доход производителей	97
4.2. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса	105
4.3. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность	107
4.4. Ценовая эластичность предложения	109
4.5. Практическое применение теории эластичности	115
Глава 5. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ	122
5.1. Общая и предельная полезность. Закон убывающей предельной полезности	123
5.2. Правило максимизации полезности	129

5.3.	Кривые безразличия	132
5.4.	Бюджетное ограничение. Равновесие потребителя	139
5.5.	Индивидуальный и рыночный спрос	147
Глава 6.	ФИРМА. ПРОИЗВОДСТВО И ИЗДЕРЖКИ	152
6.1.	Современная фирма	153
6.2.	Организационно-правовые формы фирмы	156
6.3.	Продукт фирмы	167
6.4.	Бухгалтерские и экономические издержки	173
6.5.	Как изменяются издержки фирмы	180
6.6.	Какой размер фирмы считать оптимальным	186
Глава 7.	КОНКУРЕНЦИЯ И РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ	196
7.1.	Типы рыночных структур	197
7.2.	Совершенная конкуренция	199
7.3.	Монополия	212
7.4.	Олигополия	225
7.5.	Монополистическая конкуренция	230
Глава 8.	РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ	237
8.1.	Особенности рынков факторов производства	237
8.2.	Рынок труда и заработная плата	240
8.3.	Рынок услуг земли (землепользования) и земельная рента	252
8.4.	Капитал и процент	255
8.5.	В каких случаях фирме целесообразно инвестировать	259
Глава 9.	ДЕНЬГИ И БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА	266
9.1.	Роль денег в рыночной экономике	267
9.2.	Виды денег и их свойства	271
9.3.	Коммерческие банки	284
9.4.	Центральный банк	292
Глава 10.	ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД	300
10.1.	Почему необходимо определять размер национального продукта	301
10.2.	Что такое валовой внутренний продукт	303
10.3.	Как исчисляется валовой внутренний продукт	310
10.4.	Чистый национальный продукт и национальный доход	319
10.5.	Как формируется располагаемый личный доход	324
10.6.	Номинальный и реальный ВВП	328

Учебное издание

Иванов Сергей Иванович
Шереметова Вера Владимировна
Скляр Моисей Абрамович и др.

**ОСНОВЫ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ**

Под редакцией С.И.Иванова

Учебник для 10–11 классов
общеобразовательных учреждений
с углубленным изучением экономики

В 2-х книгах. Книга 1

7-е издание

Редактор *Т.А.Чамаева*
Художник обложки *Е.А.Михайлова*
Макет и компьютерная верстка *И.В.Ломакиной*
Корректор *Е.В.Барановская*

Лицензия ИД № 02033 от 13.06.00. Подписано в печать 20.09.04.
Формат 60х90 1/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.
Усл. печ. л. 21. Уч.-изд. л. 21. Доп. тираж 10 000 экз. Заказ № 596.

Издательство «Вита-Пресс». 107140, Москва, ул. Гаврикова, 7/9
тел. 261-30-78, 265-70-87, 261-83-37; E-mail: vitaprss@garnet.ru

Отпечатано в ОАО «Тверской ордена Трудового Красного Знамени
полиграфкомбинат детской литературы им. 50-летия СССР».
170040, г. Тверь, проспект 50-летия Октября, 46.

