

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова

**А. Е. Чистяков**

# **Экономическая теория**

*Часть I*

Учебное пособие

*Рекомендовано*

*Научно-методическим советом университета  
для студентов, обучающихся по направлению  
Прикладная информатика*

Ярославль 2012

УДК 330.01(075.8)

ББК У 010я 73

Ч 68

*Рекомендовано*

*Редакционно-издательским советом университета  
в качестве учебного издания. План 2012 года*

Рецензенты:

С. В. Шкиотов, кандидат экономических наук,  
доцент кафедры экономической теории ЯГТУ;  
Ярославский филиал НОУ ВПО «Институт управления»

Ч 68 Чистяков, А. Е. **Экономическая теория. Часть I:**  
учеб. пособие / А. Е. Чистяков; Ярославский гос. уни-  
верситет им. П. Г. Демидова. – Ярославль : ЯрГУ,  
2012. – 124 с.

ISBN 978-5-8397-0866-2

В пособии раскрываются основные закономерности экономической теории и микроэкономики. Делается акцент на связи теории с практическими проблемами экономики. Теоретические положения иллюстрируются примерами и статистическими данными, что делает материал более понятным и актуальным.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлению 230700.62 Прикладная информатика (дисциплина «Экономическая теория», цикл Б1), очной формы обучения.

УДК 330.01(075.8)

ББК У 010я 73

ISBN 978-5-8397-0866-2

© Ярославский государственный  
университет им. П. Г. Демидова,  
2012

## Введение

Развитие рыночной экономики в нашей стране диктует необходимость целенаправленного формирования нового, рыночного мышления людей, чему способствует освоение экономической теории.

Экономика – системная наука. Поэтому при освоении каждой темы следует помнить закономерности, изученные ранее. В данном учебном пособии акцентируются основные положения, которые должны быть в памяти на протяжении всего курса.

Обучение должно обеспечивать не просто определенный набор знаний и умений. Оно должно прежде всего развивать мышление, чтобы студент сам мог в дальнейшем создавать необходимые алгоритмы решения, а не только вспоминать заученные формулы и закономерности. Собственно, это и отличает менеджера от исполнителя.

В рамках той части курса, что изложена в данном пособии, необходимо знать и уметь применять следующие закономерности и их сочетания.

1. Суть экономического образа мышления и альтернативной стоимости.

2. Понятие эластичности (не только применительно к спросу и предложению по цене, но и по остальным экономическим категориям).

3. Эффект масштаба (на основе постоянных и переменных затрат, а также убывающей отдачи).

4. Суть рыночного дефицита и перепроизводства.

5. Сущность рыночных структур.

В данном пособии рассматриваются далеко не все закономерности и дефиниции экономики – только ключевые и требующие особого подхода в объяснении.

В процессе обучения необходимо учитывать межпредметные связи, так как они способствуют формированию определенной системы мышления и навыков.

# 1. Основы экономической науки

## 1.1. Сущность экономической науки, экономический образ мышления

Общепризнанным (в силу своей краткости и точности) является определение предмета экономической теории, данное английским экономистом Л. Роббинсом: «Экономика – это наука, которая изучает поведение человека с точки зрения отношений между его целями и *ограниченными средствами*, допускающими *альтернативное использование*».

Упрощая, можно сказать, что экономика – это альтернативное использование ограниченных ресурсов. Там, где нет альтернативы или ресурсы не ограничены, нет экономики. Отсталость африканских цивилизаций (ресурсы не ограничены) и народов Крайнего Севера (отсутствие альтернативы применения ресурсов: невозможность земледелия) являются ярким тому примером.

Предметом экономической теории является анализ рыночного хозяйства. Однако это слишком общее определение. Уточнить его можно, обратив внимание на понятие редкости (ограниченности) ресурсов и проблему выбора, который должны осуществлять люди, сталкиваясь с ограниченностью ресурсов, так как потребности людей (в их развитии) безграничны, а наличные ресурсы для их удовлетворения ограничены. Экономическая теория изучает не ресурсы как таковые, а экономическое поведение людей. Поэтому экономическая теория не техническая, а гуманитарная (общественная) наука.

Предметом выбора являются **экономические (редкие) блага**, т. е. блага, количество которых ограничено в сравнении с потребностью в них. Блага, не являющиеся редкими, называются **неэкономическими**. Редкие блага можно разделить на два типа: производственные ресурсы и производимые на их основе потребительские блага.

Экономику можно определить также следующим образом.

1. Наука о видах деятельности, связанных с обменом и денежными сделками.

2. Наука об использовании людьми редких или ограниченных производительных ресурсов для производства различных то-

варов и распределении их между членами общества в целях потребления.

3. Наука о повседневной деловой жизнедеятельности людей, получении ими средств к существованию и использовании этих средств.

4. Наука о том, как человечество справляется со своими задачами в области производства и потребления.

5. Наука о богатстве.

Помимо проблем редкости и выбора, важно помнить о рациональном поведении человека в процессе хозяйственной деятельности. Минимизация затрат и максимизация выгоды являются сутью рационального экономического поведения. Соотношение «выгоды / затраты» является показателем эффективности. Поэтому в центр исследования рыночного хозяйства ставится проблема эффективности: как в условиях ограниченных ресурсов добиться максимальной отдачи от произведенных затрат.

С точки зрения объекта исследования разделы экономической теории условно можно обозначить как «микроэкономика» и «макроэкономика».

Микроэкономикой называется анализ причин, закономерностей и последствий функционирования отдельных субъектов в рыночной экономике (например, промышленной фирмы, семейной фермы и т.п.).

Макроэкономика рассматривает совокупные показатели дохода, занятости, динамики цен, определяет закономерности государственной экономической политики. *Макроэкономика функционирует по особым, отличным от микроэкономики закономерностям, несмотря на то, что состоит из миллионов субъектов микроэкономики. В данном случае  $2+2$  не равно  $4$ .* Макроэкономика, в отличие от микро-, не способна к саморегуляции, что приводит к кризисам.

Наиболее характерными функциями экономической теории являются познавательная функция; методологическая функция; практическая функция: формулировка экономических проблем и путей их решения как теоретической основы экономической политики.

## 1.2. Понятие экономических затрат

В процессе выбора возникает понятие экономических затрат (издержек). Оно принципиально отличается от знакомого нам понятия бухгалтерских затрат. Оценивая затраты, бухгалтер фиксирует сумму фактически совершенных платежей за купленные фирмой ресурсы. Напротив, **экономические затраты** – получение некоего блага – это *другие блага*, которые *могли бы быть* получены при помощи *тех же ресурсов*, но от которых придется отказаться, если выбор будет сделан в пользу данного блага. Поэтому их еще называют альтернативными затратами, или затратами упущенных возможностей.

Предположим, некто решил оценить альтернативные затраты своего обучения в вузе. Прежде всего он, вероятно, вспомнит о плате за обучение в рублях или в долларах. Однако размер денежной платы сам по себе еще мало о чем говорит. Дорого или дешево обходится учеба, можно сказать, лишь приняв в расчет количество тех благ, которые могли бы быть приобретены на плату за обучение. Если, например, семестр стоит столько же, сколько необходимая студенту новая одежда, то, решив учиться, студент будет вынужден отказаться от покупки этой одежды. Иначе говоря, потери студента из-за учебы, т. е. экономические затраты его образования, равны костюму. (Иногда, впрочем, так и говорят: «Были в отпуске, проехали новую шубу!»)

На практике, однако, экономические затраты не ограничиваются денежными платежами. Учеба требует времени, в течение которого студент мог бы зарабатывать деньги, ремонтировать квартиру, воспитывать ребенка, просто отдыхать. От всего этого он отказывается, решив учиться. Поэтому экономические затраты обучения включают в себя также и незаработанные деньги (вернее, те блага, которые на эти деньги можно было бы купить), запущенную квартиру, невоспитанного ребенка, бессонные ночи и т. д.

Важно иметь в виду два обстоятельства.

1. *Альтернативные затраты возникают только там, где есть сама альтернатива.* С этой точки зрения, например, расходы на питание в период учебы не учитываются в качестве экономических затрат получения образования. Дело в том, что эти расходы не связаны с обучением: есть хочется независимо от того, учится индивид или нет. Только если учеба требует дополни-

тельных затрат на питание, в экономические затраты входит данный излишек.

2. Альтернативных благ бывает очень много. Студент может, например, весь вечер изучать экономику, или пойти в клуб, или убирать квартиру, или смотреть телевизор и т. д. Все это нельзя делать одновременно. Поэтому для оценки альтернативных затрат получения экономических знаний надо принимать в расчет *лучшую из возможных альтернатив*.

Подводя итог, можно еще раз сказать: дабы оценить полные экономические затраты получения некоего блага, надо просуммировать все потери (в виде других неполученных благ), которые приходится в связи с этим нести. Очень удобно, если эти потери удастся измерить в деньгах. При таком подходе экономические затраты получения данного блага есть ценность всех других благ, которые можно было бы получить при наиболее выгодном из всех альтернативных способов использования ограниченных ресурсов.

Измерить затраты в деньгах не всегда легко. Непросто, например, оценить в рублях отсутствие отдыха или ущерб от «недовоспитанного» из-за учебы мамы ребенка. Тем не менее люди интуитивно делают это, принимая то или иное решение. Весьма распространенную фразу «За такие деньги я лучше дома посижу!» можно перевести на экономический язык так: «Получаемая на работе заработная плата меньше, чем мои альтернативные издержки труда, выраженные в стоимости отдыха, который я потеряю, пойдя работать».

### ***Кривая производственных возможностей***

Определить экономические затраты на уровне экономики в целом можно с помощью кривой производственных возможностей (КПВ). Пусть экономика производит два блага. Производство первого откладывается на графике по оси X, второго – по оси Y. Если бы все имеющиеся в обществе ресурсы были направлены на производство блага X, то благо Y не выпускалось бы вовсе, и мы имеем некоторую точку, лежащую на оси X. В противоположном случае получаем точку на оси Y. Соединив эти две крайние точки, получаем КПВ (кривая MN на рис. 1).

**Кривая производственных возможностей** отражает все возможные комбинации двух благ, которые *могут быть произве-*

дены в экономике при полном использовании имеющихся ресурсов и данном уровне технологий.

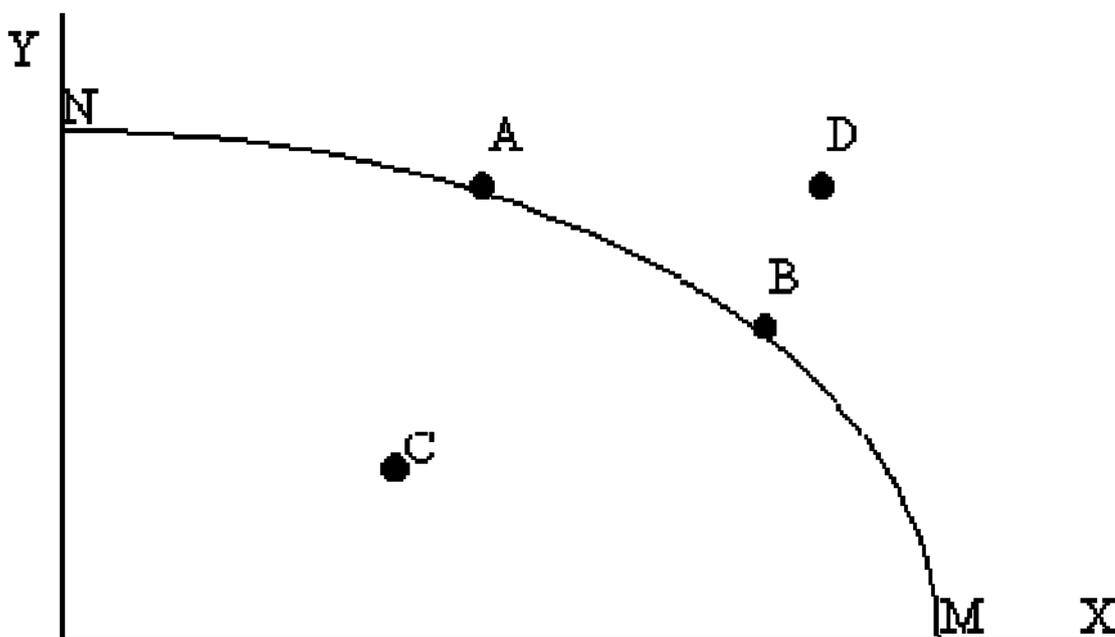


Рис. 1. Кривая производственных возможностей

Точки А и В на кривой показывают альтернативные варианты производства этих благ: в сравнении с точкой А точка В соответствует большему производству блага Х, но меньшему – блага Y. Это отражает тот факт, что ресурсы общества не безграничны и, если мы хотим увеличить производство одного из благ, нам придется пожертвовать каким-то количеством другого.

В свою очередь, выпуск, соответствующий т. С, говорит о том, что часть имеющихся в обществе ресурсов не используется, поскольку из этой точки можно перейти в любую точку на кривой производственных возможностей. Такая ситуация характерна для кризисных периодов, когда заводы не работают на полную мощность, поля не засеиваются, многие люди не могут найти работу и т.д.

Наконец, т. D в настоящее время для экономики недоступна, ибо для производства двух благ в соответствующих количествах просто не хватает ресурсов.

Может возникнуть вопрос: «Какая из точек, лежащих на КПВ, предпочтительнее?» На самом деле сама по себе кривая производственных возможностей ответа на него не дает. Нельзя забывать, что она лишь иллюстрирует возможности экономики, т. е. показывает то, что мы можем, но не то, что мы хотим.

Предположим теперь, что ресурсы общества возросли или уже имеющиеся ресурсы теперь лучше используются вследствие технического прогресса. Значит, ранее недоступные объемы выпуска обоих благ станут теперь достижимы. Это приведет к смещению кривой производственных возможностей вправо – вверх, и тогда т. D станет, возможно, доступной.

Используем кривую производственных возможностей для оценки экономических затрат производства двух благ. Пусть выпускаются благо X (танки) и благо Y (жилье). Первоначально экономика находится в т. A, что соответствует производству  $x_1$  танков и  $y_1$  жилья (рис. 2). Принято решение увеличить выпуск танков до уровня  $x_2$ , но в таком случае придется сократить ввод жилья до  $y_2$ . Таким образом, мы попадаем в т. B:

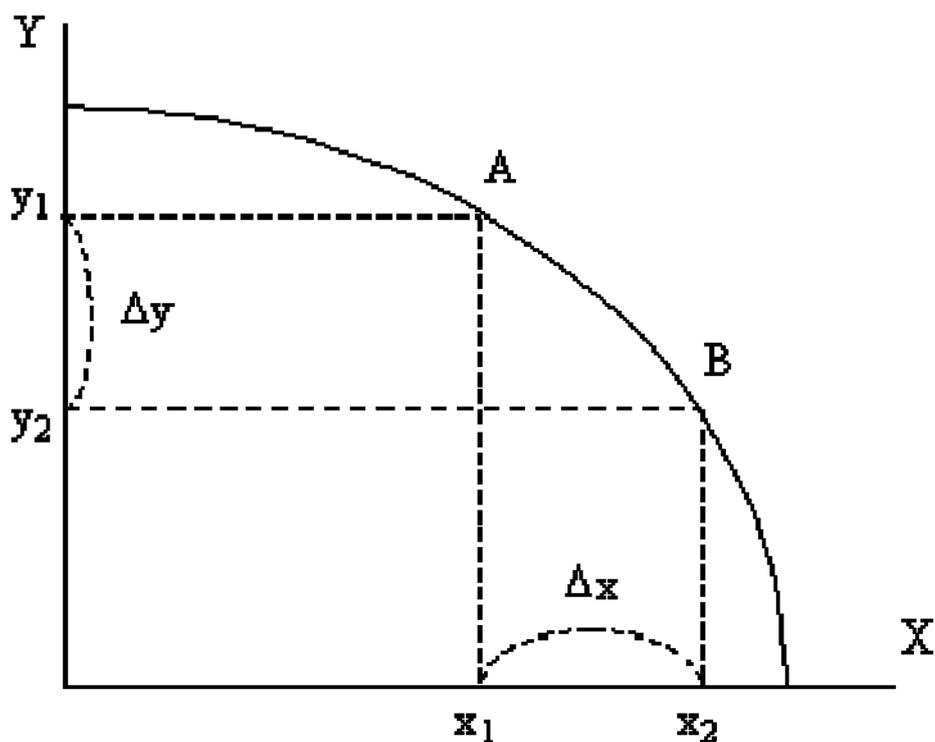


Рис. 2. Экономические затраты на кривой производственных возможностей

Чему же оказались равны экономические затраты на производство одного дополнительного танка? Для правильного ответа на этот вопрос надо вспомнить определение таких затрат, данное в предыдущем параграфе: альтернативные затраты – это блага, от которых придется отказаться ради получения данного блага. В нашем примере производство дополнительных танков

( $\Delta x = x_2 - x_1$ ) потребовало сокращения жилищного строительства ( $\Delta y = y_2 - y_1$ ). Следовательно, экономические затраты на один дополнительный танк исчисляются по формуле:

$$OC_x = -\frac{\Delta y}{\Delta x},$$

где  $OC_x$  – экономические затраты производства блага  $x$  (англ. *opportunity cost*),  $\Delta x$  – прирост блага  $x$ ,  $\Delta y$  – прирост блага  $y$ .

Знак «минус» необходим, поскольку числитель в формуле отрицателен (ввод жилья сократился), тогда как альтернативные затраты по определению должны быть положительны; «минус» на «минус» даст «плюс».

Приведем условный пример. Общество производит 10 тыс. танков и 30 млн кв. м. жилья. Признано необходимым довести производство танков до 15 тыс., но за это нам придется заплатить ухудшением жилищных условий: ввод жилья упадет до 20 млн кв. м. Иными словами, дополнительные 5 тыс. танков обойдутся нам в 10 млн кв. м. жилья. Следовательно, затраты на один танк составят:

$$-\frac{-10 \text{ млн. кв. м}}{5 \text{ тыс. танков}} = 2 \text{ тыс. кв. м}$$

### **1.3. Методы экономической теории**

В этом разделе особенно важны абстрагирование и функциональный анализ, так как экономика – это уравнение с миллионами неизвестных, и, если меняется хотя бы один параметр, меняются все остальные, при этом мы должны выделять из общей массы явлений определенные взаимосвязи, присущие только определенным институтам и их взаимодействию, отбрасывая прочие факторы, влияющие на них. Например, необходимо соответствующе воспринимать выражение: предположим, при прочих равных условиях.

#### **1.3.1. Метод научной абстракции**

Экономическая теория использует широкий спектр методов научного познания для выяснения законов функционирования и развития экономики. Важнейшим из них является метод научной

абстракции. Он состоит в очищении исследования объекта от случайного, временного и определении постоянных, типичных, характерных черт. Реальная экономическая жизнь представляет собой огромное многообразие различных фактов, явлений, процессов, определенным образом связанных между собой. Охватить одновременно все это многообразие и сделать какие-то выводы, обобщения трудно. Чтобы выявить главное в том или ином явлении, процессе, необходимо очистить их от каких-то случайных, временных признаков, не характерных для них, а затем делать обобщения. Метод отвлечения от несущественного в рассматриваемых явлениях, процессах называется научной абстракцией. Он является основным в экономической теории. Разновидностью метода научной абстракции является прием анализа, который называется методом «допущений при прочих равных условиях». Суть его заключается в том, что при выяснении связи между какими-либо двумя экономическими параметрами все остальные условия, которые в реальной действительности также оказывают влияние на характер связи между рассматриваемыми параметрами, предполагаются постоянными, то есть от их наличия абстрагируются. Таким образом, связь между рассматриваемыми параметрами анализируется как бы в «чистом виде». К примеру, выясняя связь между изменениями цены товара и объемом спроса на него, предполагают, что другие условия на спрос не влияют, например доходы населения, инфляция, появление товаров-заменителей, изменение моды и т. д.

### ***1.3.2. Метод функционального анализа***

В связи с построением моделей важно подчеркнуть роль функционального анализа в экономической теории. Функции – это переменные величины, зависящие от других переменных величин; функции встречаются в технике, геометрии, физике, химии, экономике и др. Изучая функции, мы исследуем конкретные явления, которые они описывают. Одна и та же функция может описывать явления совершенно различной природы.

В экономической жизни общества мы повсюду наблюдаем явления, органически связанные между собой. Если при этом одна переменная величина зависит, вследствие определенных закономерностей, от другой переменной величины, то мы говорим о функциональной зависимости между этими явлениями. Напри-

мер, если повышается цена на какой-либо товар, то (при прочих равных условиях) величина спроса на него уменьшается. Следовательно, можно сказать о функциональной связи между ценой и спросом. В данном случае спрос зависит от цены. При этом цена является независимой переменной, или аргументом, а спрос – зависимой переменной, или функцией. Можно выразиться кратко: спрос есть функция цены. Однако аргумент и функция могут меняться местами: ведь чем выше спрос, тем (при прочих равных условиях) выше цена. В таком случае мы говорим, что цена есть функция спроса.

### ***1.3.3. Метод установления причинно-следственных связей***

После определения взаимозависимости между явлениями необходимо выявить их причинно-следственные связи, или же это случайные совпадения. Экономика – это огромная система, где все взаимосвязано. Необходимо определить, по каким каналам один параметр воздействует на другой. Например, почему повышение ставки рефинансирования повышает курс валюты или почему информация о росте занятости повышает показатели фондового рынка.

### ***1.3.4. Метод позитивного и нормативного анализа***

Принято различать позитивный анализ и нормативный анализ (иногда говорят о позитивной и нормативной экономической теории). Позитивный анализ исследует взаимосвязи экономических явлений как они есть: например, рост цены на товар ведет к уменьшению спроса на него (при прочих равных условиях). В этом утверждении нет никаких нормативных, т. е. оценочных суждений, это просто констатация факта. При этом не говорится, справедливо это или нет, плохо или хорошо.

Нормативный подход основан на исследовании того, как должно быть. Поэтому здесь выносятся оценки – справедливо или несправедливо, плохо или хорошо, допустимо или недопустимо. Например, утверждения «неравенство в доходах в системе рыночного хозяйства несправедливо» или «мы столкнулись с недопустимо высоким уровнем безработицы» – типичные образцы нормативного анализа. С оценочными суждениями постоянно

приходится сталкиваться правительству, государственным деятелям при разработке экономической политики.

### ***1.3.5. Экономико-математическое моделирование***

Экономико-математическое моделирование, являясь одним из системных методов исследования, позволяет в формализованном виде определить причины изменений экономических явлений, закономерности этих изменений, их последствия, а также делает возможным прогнозирование экономических процессов.

### ***Эксперимент***

**Эксперимент** (от лат. *experimentum* – проба, опыт) – метод познания, при помощи которого в контролируемых и управляемых условиях исследуются явления действительности. Отличаясь от наблюдения активным оперированием изучаемым объектом, эксперимент осуществляется на основе теории, определяющей постановку задач и интерпретацию его результатов. Нередко главной задачей эксперимента служит проверка гипотез и предсказаний теории, имеющих принципиальное значение (так называемый решающий эксперимент). В связи с этим эксперимент, как одна из форм практики, выполняет функцию критерия истинности научного познания в целом.

Эксперимент может носить необратимый характер. Например, экономический эксперимент в масштабах всей страны, но поскольку он запускается по воле правительства и в дальнейшем в него вносятся коррективы на основе имеющихся результатов, то такое действие тоже можно отнести к экспериментам. Целью экономических экспериментов может являться минимизация затрат, если эксперимент проводится на отдельной части системы.

Экономические эксперименты разумны и необходимы, хотя и далеко не всегда представляется возможным в экономической жизни точно спрогнозировать вероятные результаты экспериментов. Экономические эксперименты не должны насильственным образом ломать спонтанный порядок естественных рыночных связей, втискивать живой хозяйственный организм в рамки сугубо кабинетных, схоластических конструкций.

## ***Экономическое моделирование***

Экономическое моделирование – (лат. *modulus*– образец) – воспроизведение экономических объектов и процессов в малых, экспериментальных формах, в искусственно созданных условиях (натурное моделирование). В экономике чаще используется математическое моделирование посредством описания экономических процессов математическими зависимостями. Моделирование служит предпосылкой и средством анализа экономики и протекающих в ней явлений и обоснования принимаемых решений, прогнозирования, планирования, управления экономическими процессами и объектами. Модель экономического объекта обычно поддерживается реальными статистическими, эмпирическими данными, а результаты расчетов, выполненных в рамках построенной модели, позволяют строить прогнозы, проводить объективные оценки.

## **2. Основные вопросы экономики и система воспроизводства**

### **2.1. Производство и основные вопросы экономики**

#### ***Основные вопросы экономики***

Производство – это процесс создания нового экономического блага. Для начала процесса производства необходимо ответить на следующие вопросы.

1. Что и сколько производить?

*Например, местные власти остановились на строительстве дороги.*

2. Как производить?

*Дорогу можно строить по-разному. Можно нанять толпу землекопов с лопатами, а можно использовать поменьше ручного труда и побольше машин. Речь, следовательно, идет о выборе производственной технологии.*

3. Для кого производить?

*Коль скоро «пирог испечен», его надо делить. В применении к дороге это означает решение вопросов, каким машинам разрешать движение по ней, делать ли проезд платным либо бесплатным, кому предоставить льготы по проезду и т. п.*

(Данный перечень вопросов, приведенный во всех учебниках, может иметь разный порядок очередности. Например, сначала надо определить, для кого строится данная дорога, после чего можно отвечать и на остальные вопросы.)

Процесс производства осуществляется с помощью ресурсов и факторов производства.

## **2.2. Ресурсы и факторы производства**

Ресурсы производства – это совокупность тех природных, социальных и духовных сил, которые могут быть использованы в процессе создания товаров, услуг и иных ценностей.

В экономической теории ресурсы принято делить на четыре группы:

1) природные – потенциально пригодные для применения в производстве естественные силы и вещества, среди которых различают неисчерпаемые и исчерпаемые (а в последних – возобновляемые и невозобновляемые),

2) материальные – все созданные человеком («рукотворные») средства производства (которые сами являются результатом производства);

3) трудовые – население в трудоспособном возрасте, – которые оцениваются по трем параметрам: социально-демографическому, профессионально-квалификационному и культурно-образовательному;

4) финансовые – денежные средства, которые общество в состоянии выделить на организацию производства.

Значимость отдельных видов ресурсов изменялась по мере перехода от доиндустриальной к индустриальной и к постиндустриальной технологии. В доиндустриальном обществе приоритет принадлежал природным и трудовым ресурсам, в индустриальном – материальным, в постиндустриальном – интеллектуальным и информационным ресурсам.

Природные, материальные и трудовые ресурсы присущи любому производству, поэтому они получили название «базовых»; возникшие на рыночной ступени финансовые ресурсы стали называться «производными».

Наряду с понятием «ресурсы производства» экономическая теория оперирует также понятием «факторы производства».

Факторы производства – это ресурсы, вовлеченные в процесс производства.

*В отличие от ресурсов факторы становятся таковыми только в рамках их взаимодействия;* поэтому производство всегда есть взаимодействующее единство его факторов.

В экономической теории выделяют три основных фактора производства:

1) «земля» – как фактор производства в широком смысле означает все используемые в производственном процессе естественные природные ресурсы;

2) «капитал» – это материальные и финансовые ресурсы в системе факторов производства;

3) «труд» – та часть общества, которая непосредственно занята в процессе производства (иногда используют и такой термин, как «экономически активное население», который охватывает только трудоспособных, занятых в производстве).

Перечисленные факторы являются традиционными. На современном этапе выделяют дополнительно такие факторы, как предпринимательские способности, информация, организационная структура. В новой экономике много фирм, не обладающих значительными материальными активами, но их стоимость достигает колоссальных сумм. Она складывается из нематериальных активов, таких как обладание информацией, патентами, лицензиями, организованным квалифицированным персоналом, репутацией, связями, брэндом. Все это дает возможность приносить доход, главный фактор, определяющий стоимость предприятия.

Фактор «труд» может включать и предпринимательство. Главной социальной функцией предпринимателя следует признать организацию доходного производства.

В экономической науке на протяжении столетия шла дискуссия о роли каждого фактора в создании стоимости товара: «классическая» политэкономия признавала приоритет за трудом, тогда как марксистская школа трактовала стоимость как результат только труда (в его абстрактном выражении). В настоящее время исходят из концепции, получившей название «теория трех факторов» (основоположник – Альфред Маршал). Ее содержание сводится к следующим положениям.

Каждый фактор производства способен принести своему владельцу доход: «капитал» приносит «процент», «труд» – «зарплату», а «земля» – «ренту».

Доходность всех факторов означает, что их собственники выступают независимыми и равноправными партнерами. Можно говорить об экономической справедливости, так как доходы каждого участника производства соответствуют вкладу принадлежащего ему фактора в создание совокупного дохода.

Поскольку каждый фактор имеет собственника, то производство приобретает общественный характер, становится социальным процессом. Производство превращается в результат производственных отношений между собственниками факторов производства. А так как в роли собственников могут выступать и индивиды, и их группы, и социальные институты, то производство представлено взаимоотношениями различных экономических субъектов (или разных форм собственности – индивидуальной, коллективной, государственной).

### **2.3. Воспроизводство как способ существования экономической системы. Простое и расширенное воспроизводство**

Особой формой производства является воспроизводство.

Воспроизводство – это непрерывно повторяемый процесс производства. Именно оно позволяет осуществлять экономическую деятельность как таковую, так как удовлетворять текущие потребности человека можно, только постоянно создавая экономические блага. Оно бывает простое и расширенное. Простое – это возобновление производства в неизменных размерах. Например, крестьянин произвел 3 т зерна. Из них 1 т посеял, а 2 т были съедены. На следующий год из 1 т зерна было выращено снова 3 т (из одной тонны произрастает три). Таким образом, каждый год крестьянин будет собирать 3 т. Расширенное воспроизводство предполагает, что воспроизводство повторяется в увеличивающихся размерах. Произведя 3 т, он посеет не 1 т, а 2, на следующий год соберет 6 т, затем снова посеет  $\frac{2}{3}$  от 6, т. е. 4 т, и соберет 12 т. Таким образом, каждый год он будет собирать все больше и больше, при условии, что будет засеивать более  $\frac{1}{3}$  (доля, необходимая для простого воспроизводства). Получается, что

в последнем случае из  $2/3$   $1/3$  идет на простое воспроизводство, а  $1/3$  – на расширенное. Как видим, если изменить потребление всего одной тонны, то это приведет к изменению воспроизводства от простого к расширенному. Поэтому в экономике изменение структуры дохода, пусть даже и незначительное, может привести серьезным последствиям.

### 3. Экономические системы

Экономическая система включает все институты, организации, законы и правила, традиции, убеждения, позиции, оценки, запреты и схемы поведения, которые прямо или косвенно воздействуют на экономическое поведение и его результаты.

В настоящий момент существует много классификаций экономических систем, которые дополняют друг друга.

Наиболее известен формационный подход, лежащий в основе анализа явлений и процессов общественной жизни. К. Маркс выделял три основные формации.

**Первичная** (архаичная, традиционная), к которой он относил первобытно-общинный и азиатский способы производства.

**Вторичная**, основанная на частной собственности (рабство, крепостничество, капитализм).

**Коммунистическая** общественная формация. По Марксу, коммунизм есть не «идеальный способ производства», как многие из нас представляли себе, а историческая эпоха, включающая целый ряд способов производства, основным содержанием которой является уничтожение частной собственности. Коммунистический идеал «Свободное развитие каждого есть условие свободного развития всех», по Марксу, воплотится в жизнь лишь после завершения эпохи коммунизма в новой эпохе «положительного гуманизма».

Формационный подход позволил выявить закономерные ступени в историческом развитии общества и выделить **пять способов материального производства** (первобытно-общинный, рабовладельческий, феодальный, капиталистический и коммунистический) на основе утверждения о том, что решающая роль в общественном производстве принадлежит непосредственно процессу производства.

*Здесь необходимо четко разграничивать формацию и способ производства, дабы не смешивать элементы нескольких классификаций.*

Сегодня классическое выделение пяти способов производства вызывает сомнения по ряду причин, в том числе и потому, что оно применимо лишь к Западной Европе и не имеет всеобщего значения. Сюда не вписывается азиатский способ производства, цивилизации Китая и Индии, с большой натяжкой можно отнести сюда и Россию.

Наибольшее распространение в мировой экономической литературе получила классификация хозяйственных систем по двум признакам:

- 1) по форме собственности на средства производства;
- 2) по способу, посредством которого координируется и управляется экономическая деятельность.

На основе этих признаков различают:

- традиционную, при которой собственность принадлежала общине;

- командную, или тоталитарную, экономику, при которой большинство предприятий находится в государственной собственности, они осуществляют свою деятельность на основе государственных директив; все решения о производстве, распределении, обмене и потреблении материальных благ и услуг в обществе принимаются государством (СССР, Северная Корея);

- рыночную экономику, или капитализм эпохи свободной конкуренции, которая характеризуется частной собственностью на ресурсы, использованием системы рынков и цен для координации экономической деятельности и управления ею. В экономике свободного рынка государство не играет никакой роли в распределении ресурсов, все решения принимаются рыночными субъектами самостоятельно, на свой страх и риск. Несмотря на то, что они руководствуются собственными интересами, их деятельность направляется как бы, по словам А. Смита, «невидимой рукой» (т. е. конкуренцией) в целях реализации интересов других людей и общества в целом (например, Гонконг);

- смешанную экономику, где и государство, и частный сектор (предприятия и домашние хозяйства) играют важную роль в производстве, распределении, обмене и потреблении всех ресурсов и материальных благ в стране, где государство вмешивается в рыночную экономику, но не настолько, чтобы свести на нет регулируемую роль рынка (развитые страны, в том числе США, Англия, Франция, Германия).

## 4. Основы экономического анализа и экономической математики

### 4.1. Разделение труда, специализация, взаимозависимость. Абсолютное и сравнительное преимущество

Обмен осуществляется на основе разделения труда, при этом каждый субъект специализируется на том виде деятельности, который приносит ему больше выгод.

Выгода может определяться на основе абсолютных и сравнительных преимуществ. Абсолютные преимущества – это преимущества, получаемые при условии, что один субъект делает данную продукцию с меньшими затратами, чем другой.

Например, две девочки, Катя и Оля, готовят открытки ко Дню учителя. Им нужно сочинить и напечатать текст. Катя сочиняет текст за 5 мин и печатает за 1 мин, Оля сочиняет за 1 мин и печатает за 5 мин. Как девочки должны распределить обязанности, чтобы напечатать большее количество открыток за один час? Катя должна печатать, Оля сочинять, и тогда за час они сделают 60 открыток (одна сочинит 60, а другая их напечатает).

Относительные преимущества появляются тогда, когда один субъект делает все лучше, чем другой, но при этом все равно имеет смысл кооперироваться. Предположим, что Катя делает все лучше Оли при следующих затратах времени.

	Сочиняет	Печатает
Катя	5	1
Оля	10	5

Оля делает все хуже относительно Кати, но печатает хуже всего. Следовательно, сочиняет лучше, чем печатает. В случае разделения труда печатать мы ей не поручим, она будет сочинять текст открытки. Катя должна будет сочинять свои, а печатать как свои открытки, так и Олины.

В этом случае они сделают 15 открыток, а до разделения 14 открыток.

## **4.2. Маржинальный (предельный) подход в анализе и принятии экономических решений**

Другим способом экономического анализа является разделение величин на общие, средние и предельные. Разберем это на следующем примере. Допустим, некто производит товар и тратит 10 часов на изготовление первой единицы. Вторую единицу с учетом имеющегося опыта он сделает за 8 часов, третью за 6 часов, четвертую за 4 часа, пятую за 2 часа. Часы, которые он тратит на изготовление каждой дополнительной единицы, называются предельными. При изготовлении первой единицы это было 10 часов, при изготовлении пятой единицы – 2 часа. Общими затратами времени при этом будет сумма на изготовление данных единиц, т. е. общие затраты при изготовлении 2 единиц равны 18, пяти единиц – 30. Средние затраты равны: общее поделить на количество. Это можно отобразить в таблице.

Таблица 1

Количество	Общее время	Среднее время	Предельное время
1	10	10	10
2	18	9	8
3	24	8	6
4	28	7	4
5	30	6	2

Из таблицы видно, что предельное время ниспадает более быстрыми темпами, чем среднее, объясняется это тем, что предельные показатели показывают время на изготовление только этой единицы. Средние же показатели усредняют, забирая у более высоких и отдавая низким. На изготовление второй единицы затрачено 8 часов, а средний показатель 9 за счет того, что у 10 забрали единицу и приплюсовали к 8.

Подход, основанный на предельных показателях, зачастую называют маржинальным. Он дает представление об эффективности производства именно данной единицы.

### **4.3. Исчисление данных на основе изменения процентов**

Здесь необходимо рассмотреть такую закономерность, как исчисление данных на основе изменения процентов. Например, в данном году мы имели доход 100 единиц, на следующий год наш доход увеличился на 20%, следовательно составил 120 единиц. Но затем снова упал на 20%, получается, уменьшился на 24 р. и стал 96. Как видим, доход увеличивался и уменьшался на одинаковый процент, а суммы получаются разные. Объясняется это тем, что  $100+20=120$ , 20 – это 20% по отношению к первоначальной сумме 100, а по отношению к 120 – это уже 16,6%.

### **4.4. Исчисление простых и сложных процентов**

Простой процент каждый раз начисляется на первоначальную сумму. Сложный процент на первоначальную сумму + % с предыдущего периода.

Например, когда вы кладете 1000 рублей под 10% годовых, вы на следующий год получаете сверху 100 рублей от первоначальной суммы. На второй год, если не снимаете проценты, 10% начисляются на первоначальную сумму 1000 рублей + 100 рублей, которые вы приплюсовали к первоначальной сумме. Таким образом, на второй год вы получите 110 рублей. В данном случае это сложный процент. Если же вы начисляете процент каждый раз на первоначальную сумму 1000, то это простой процент и каждый год вы будете получать 100 рублей.

Сложный процент исчисляется по формуле  $R = x(1 + r)^t$ , где  $R$  – будущая сумма,  $t$  – количество периодов времени (лет).

## **5. Зарождение и развитие экономической мысли**

### **5.1. Учения Древнего мира**

Первые наблюдения и первые попытки осмысления хозяйственной жизни общества, правил и норм экономического поведения обнаруживаются еще в древнеегипетских папирусах, каменной клинописи законов царя Хаммурапи, памятниках культуры Древ-

ней Индии и Китая. Однако, несмотря на гениальные прозрения мыслителей Древней Греции (Ксенофонта, Платона и Аристотеля), их первые попытки теоретического осмысления экономического устройства домохозяйства древнегреческого государства-полиса, экономические размышления имели характер несистематизированных идей, представлений и наблюдений, возникавших в связи с производством, распределением, обменом и потреблением материальных благ. Экономическая составляющая в интеллектуальном, духовном наследии человечества на протяжении огромного периода человеческой истории от первых тысячелетий до новой эры и вплоть до середины XVIII в. вряд ли составляла преобладающую или значительную часть. В период Античности и Средневековья медитации на экономические темы были частью более широких размышлений – религиозных, этических, политических или правовых. Каковы причины того, что исследование экономических проблем составляло до середины XVIII в. не столь значительную часть интеллектуального наследия человечества? Эти причины можно сгруппировать в три основных положения: а) доминирование государства; б) доминирование философии; в) особый взгляд на удовлетворение потребностей.

В древневосточных обществах и греко-римской цивилизации доминирующим фактором было всемогущее государство. Для греков, например, город-государство представлял собой не только юридически-правовую структуру, но и единственно возможную форму существования, способ жизни. Каждый аспект ежедневного существования был тесно связан с государством-полисом. Отсюда греческие мыслители лишь в ограниченной степени проявляли интерес к экономическим вопросам, более важным для них было осмысление политики и роли государства. Поглощенность древнегреческих мыслителей происхождением и функционированием идеального государства, подчиненность индивида государству ограничивали первый дошедший до нас тип античного экономического мышления.

Высшей добродетелью являлась разумная покорность естественному закону. Вера в то, что счастье достигается подчинением неизбежному закону природы и покорностью судьбе, явно контрастировала с активной, рациональной деятельностью, направленной на экономический рост и приумножение богатства.

**Экономическая наука не могла возникнуть как самостоятельная сфера исследования до тех пор, пока удовлетворение материальных потребностей не стало одной из основных целей человеческой деятельности.** Однако в течение тысяч лет в обществах Древнего мира материальные потребности рассматривались как несущественные, не главные для достижения счастья и душевного равновесия. Негативное отношение или безразличие к материальному богатству препятствовало стремлению к экономическому прогрессу, накоплению экономических знаний и развитию экономического мышления.

## **5.2. Физиократы**

Французская экономическая мысль XVIII в. очень интересно представлена школой физиократов. Термин «физиократы» образован от греческих слов и дословно означает «власть природы». Наиболее яркими представителями этой экономической школы являются Франсуа Кенэ и Анн Тюрго.

Физиократы перенесли основной акцент исследования (в отличие от меркантилистов) непосредственно на производство. Термин «воспроизводство» был впервые использован Ф. Кенэ.

Блестящим достижением Ф. Кенэ было создание «Экономической таблицы». В этой таблице автор проводит идею воспроизводства и реализации как непрерывного процесса при условии существования определенных экономических пропорций в рамках сформулированной им классовой стратификации общества, а именно между классами: производительным, собственников и так называемым «бесплодным». Идеи Ф. Кенэ в XX в. стали одной из теоретических основ формирования межотраслевых балансов, или балансов «затраты – выпуск», которые позволяют проанализировать производство и распределение совокупного общественного продукта.

## **5.3. Английская классическая экономическая школа**

При изучении классической школы необходимо выделить следующие особенности, которые были присущи всем последователям классической и неоклассической школы.

‣ **Во-первых**, неприятие протекционизма в экономической политике государства, отстаивание принципа экономического либерализма.

‣ **Во-вторых**, преимущественный анализ проблем сферы производства в отрыве от сферы обращения.

‣ **В-третьих**, выработка и применение прогрессивных методологических приемов исследования, включая причинно-следственный, дедуктивный и индуктивный, логическую абстракцию.

‣ **В-четвертых**, опираясь на причинно-следственный анализ, расчеты средних и суммарных величин экономических показателей, классики пытались выявить механизм формирования стоимости товаров и цен на рынке в связи с издержками производства или количеством затраченного труда.

‣ **В-пятых**, категория «стоимость» признавалась исходной для других категорий.

‣ **В-шестых**, деньги были признаны стихийно выделившимся в товарном мире товаром, который нельзя «отменить» никакими соглашениями между людьми (Горяинова Л. В. История экономических учений. М., 2007).

Впоследствии неоклассиков критиковали именно за эти идеальные постулаты, на основе которых они строили свои теории, так как в реальной экономике эти постулаты не всегда и не в полном объеме реализуются.

Основоположником английской экономической школы считается А. Смит (1723–1790). *(Обратим внимание на годы жизни Смита. Технические достижения промышленной революции только начинали внедряться либо еще не были созданы, а первый кризис перепроизводства случился в Англии после смерти А. Смита и Д. Рикардо.)*

Приступая к изучению экономической теории А. Смита, следует рассмотреть исторические условия, в которых происходило формирование его учения. Смит был экономистом эпохи перехода от мануфактурного к машинному производству, периода кануна первой промышленной революции – «великой трансформации» в экономической истории мира, ознаменовавшей начало новой индустриальной фазы в развитии экономики и общества.

Ко времени Смита капитализм в Англии значительно окреп, несравненно больше, чем в какой-либо другой стране. Внутренняя и внешняя политика была направлена к тому, чтобы создать

наиболее благоприятные условия для развития капиталистической рыночной экономики.

Основное сочинение А. Смита – «Исследование о природе и причинах богатства народов» – издано в 1776 г.

Проведенный А. Смитом анализ природы человека, взаимодействия и взаимосвязи человека и общества был положен в основу формулировки понятия «*homo economicus*» – «экономический человек», хотя само это понятие возникло позднее. А. Смит считал, что основным стимулом экономической активности человека является частный интерес. Реализовать свой интерес человек может только путем взаимобмена с другими людьми результатами частной экономической активности, иначе говоря в процессе разделения труда. Преследуя частные интересы, люди объективно удовлетворяют потребности друг друга. Процветание общества, таким образом, возможно только на путях индивидуального благополучия, а частный интерес, ведущий к достижению этого благополучия, – это мощный стимул, способный «преодолеть сотни досадных препятствий», которыми «безумие человеческих законов так часто затрудняет его деятельность...» (Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов). Индивидуум, стремясь к приумножению личного капитала, к удовлетворению частного интереса, не думает об общественных интересах, и «в этом случае, как и во многих других, он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем и не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действительным образом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится делать это».

Под «невидимой рукой» А. Смит понимал стихийное действие объективных экономических законов. Эти законы действуют помимо, а зачастую и против воли человека. Порядок свободного проявления и эффективного удовлетворения частного экономического интереса, а также стихийного функционирования объективных экономических законов называется, по Смицу, естественным порядком.

Основой экономического учения А. Смита был принцип свободной конкуренции. Только при свободном передвижении капитала, товаров, денег и людей ресурсы общества могут использоваться оптимально. Принцип «*laissez-faire*» родился во Франции за десятилетия до теории А. Смита. Политика «*laissez-faire*», или, по

Смиту, естественной свободы, была фундаментально обоснована в его теории и включала следующие элементы:

- свободное движение рабочей силы;
- свободную торговлю землей;
- отмену правительственной регламентации функционирования промышленности и внутренней торговли;
- свободу внешней торговли.

Через столетия многие страны в своей экономической политике испытали на практике принципы А. Смита, добившись экономического возрождения. В реальной жизни ведь так просто и одновременно так трудно создать условия, при которых могла бы воплотиться его мысль: чтобы поднять государство с самой низкой ступени варварства до высшей ступени благосостояния, нужны лишь в меру легкие налоги и терпимость в управлении – все остальное сделает естественный ход вещей.

Виднейшим представителем английской классической политической экономии стал Давид Рикардо, опубликовавший свои работы в начале XIX в. Отличительной чертой его научной системы стало признание закона стоимости фундаментом, на основе которого выстраивается в единое целое теория политической экономии.

Д. Рикардо считал сферу производства источником стоимости и доходов и в своей концепции распределения показал динамизм экономической жизни. Капитализм является абсолютно рациональной системой производства, а норма прибыли – стимулом капиталистической динамики.

Д. Рикардо анализировал количественные показатели и связи при капитализме, являющемся символом экономического прогресса, а возникающие проблемы можно решить, с его точки зрения, через решение проблемы накопления.

Д. Рикардо был сторонником политики **фритредерства**. Говоря о внешней торговле, он обращал внимание на то, что она полезна для страны, поскольку увеличивает массу и разнообразие предметов, на которые может расходоваться доход, и создает благодаря обилию и дешевизне товаров побуждение к сбережению и накоплению капитала. Рикардо является одним из авторов идеи, обосновывающей выгоду международного разделения труда и специализации стран на производстве отдельных товаров. Он показал, что специализация выгодна не только в тех очевидных случаях, когда она диктуется природными и климатическими

условиями. Необязательно, чтобы страна имела абсолютное преимущество по данному товару, т. е. чтобы затраты труда на производство единицы этого товара были меньше, чем за границей. Достаточно, чтобы она имела сравнительное преимущество, т. е. чтобы по данному товару соотношение её затрат с затратами других стран было для неё более благоприятно, чем по другим товарам. С помощью цифрового примера Рикардо доказывал, что при определенном соотношении затрат такая страна всё же может выиграть от специализации на производстве данного товара. Разработка теории сравнительного преимущества в международной торговле была научным достижением Д. Рикардо.

## **5.4. Марксизм**

Марксизм представляет собой всестороннее исследование законов развития капиталистического общества с позиции пролетариата и концепцию социализма (коммунизма) как новой экономической системы. Последняя представлена совокупностью социалистических принципов: общественная собственность на средства производства, отсутствие эксплуатации наемного труда, равная плата за равный труд, всеобщая и полная занятость, ведение хозяйства по единому плану.

С именем К. Маркса связана попытка людей построить общество без частной собственности на средства производства, опираясь на экономику государственного типа, регулируемую из центра. Главный труд К. Маркса – «Капитал» (1867), сделавший его одним из величайших экономистов мира. Главные открытия, сделанные К. Марксом: учение об общественно-экономических формациях, составляющих их элементах, причинах смены формаций; законы развития капитализма, его внутренний источник самодвижения – противоречие, исторически переходящий характер капитализма как формации; теория воспроизводства и экономических кризисов, цены производства, учения о двойственном характере труда, воплощенного в товаре, о противоречиях товара, о прибавочной стоимости; сущность абсолютной ренты, наемного труда; общая характеристика капиталистической эксплуатации.

Догматическое понимание главных идей марксизма при попытке построить социалистическое общество в отдельных странах оказало плохую услугу этому учению. Оно не лишено отдельных

недостатков, один из которых – то, что главное внимание в нем уделялось антагонизму классов, а практические рекомендации для процветания общества в настоящем оказались на периферии.

## **5.5. Маржинализм**

В течение последних 30 лет XIX в. классическую политическую экономию сменила маргинальная экономическая теория. **Основная идея маржинализма – исследование предельных экономических величин как взаимосвязанных явлений экономической системы** в масштабе фирмы, отрасли, домохозяйства (микроэкономика), а также в масштабе всего хозяйства (макроэкономика).

Переоценку устоявшихся почти за двухсотлетнюю историю ценностей «классической школы», произошедшую в последней трети XIX столетия, в экономической литературе характеризуют как **«маргинальную революцию»**.

Суть её в следующем.

**Во-первых**, маржинализм (от слова «marginal», которое в англо-французском переводе означает «предел») базируется на принципиально новых методах экономического анализа, позволяющих определять предельные величины для характеристики происходящих в явлениях **изменений**. В классической же политической экономии авторы довольствовались характеристикой сущности экономического явления, выраженной в средней или суммарной величине. Например, по классической концепции, в основе определения цены лежит затратный принцип, увязывающий её величину с затратами труда. По концепции маржиналистов, формирование цены увязывается с потреблением продукта, т. е. с учётом того, насколько изменяется потребность в оцениваемом продукте при добавлении единицы этого блага.

**Во-вторых**, классики считали сферу производства первичной по отношению к сфере обращения, а стоимость – исходной категорией всего экономического анализа. Маржиналистами экономика рассматривалась как система взаимозависимых хозяйствующих субъектов, распоряжающихся хозяйственными благами. Поэтому благодаря маргинальной теории проблемы равновесия и устойчивого состояния стали предметом анализа.

**В-третьих**, в сравнении с классической теорией в маргинальной теории широко применяют математические методы, в том чис-

ле дифференциальные исчисления. Причём математика необходима не только для анализа предельных экономических показателей, но и для обоснования принятия оптимальных решений при выборе наилучшего варианта из возможного числа состояний.

**В-четвертых**, методологический инструментарий маржинализма позволил снять вопрос о первичности и вторичности экономических категорий, считавшийся столь важным у классиков. Это произошло благодаря предпочтению причинно-следственному подходу функционального, ставшего важнейшим средством анализа, превращения экономической теории в точную науку.

В ходе «маржинальной революции» специалисты обычно выделяют **два этапа**.

**Первый этап** охватывает 70–80-е гг. XIX в., когда возникли обобщения идей маржинального экономического анализа в трудах австрийца К. Менгера, англичанина У. Джевонса и француза Л. Вальраса.

На данном этапе теория предельной полезности объявлялась главным условием определения ценности, а сама оценка полезности товара признавалась психологической характеристикой с позиции конкретного человека. Поэтому первый этап маржинализма принято называть «субъективным направлением» политической экономии.

**Второй этап** «маржинальной революции» приходится на 90-е гг. XIX в. С этого времени маржинализм становится популярным во многих странах. Главное достижение маржиналистов на этом этапе – отказ от субъективизма и психологизма. В результате представители «новых» маржинальных идей стали расцениваться в качестве преемников классической политической экономии и называться **неоклассиками**, а их теория соответственно получила название «неоклассической». На этом этапе наибольший вклад внесли англичанин А. Маршалл, американец Дж. Б. Кларк и итальянец В. Парето.

### ***5.6. А. Маршалл и возникновение неоклассической экономической теории***

**Альфред Маршалл** (1842–1924) – самая синтетическая фигура во всей истории экономической мысли. В его экономической теории органически соединены достижения классической эконо-

мической науки (Смита, Рикардо и Милля) и маржиналистской революции (от Менгера до Вальраса). Товар – это единство потребительной стоимости и меновой стоимости, а стоимость, или экономическая ценность, товара есть единство полезности блага и затрат на его производство. Товаропроизводитель не будет осуществлять затраты, если они не оправданы целью, результатами, полезностью будущих благ, но в то же время получение результата, достижение полезности немыслимо без затрат. Таково реальное противоречие экономической жизни.

Его главный труд – **«Принципы экономикс»** – написан в 1890 г. А. Маршалл предложил заменить термин «политическая экономия» на «экономикс» (*буквально – «экономическая теория»*). *В русском языке слово «экономикс» звучит некорректно. Мы ведь не говорим «мэсэметикс» или «физикс»*). По его мнению, этот термин точнее отражает предмет исследования; «экономикс» имеет основания претендовать на название точной науки; экономическая жизнь должна рассматриваться вне политических влияний, вне государственного вмешательства. Строго говоря, точный перевод названия основного труда А. Маршалла – «Принципы экономики», а не «Принципы политической экономии», как это дано в русском переводе.

А. Маршалл, объединив два направления, создал новое направление под названием «Неоклассика».

## **5.7. Кейнсианство**

В 1930-е гг. в экономической науке появилось имя Дж. Кейнса (1883–1946). В 1936 г. вышла в свет основная работа Дж. М. Кейнса **«Общая теория занятости процента и денег»**.

Дж. Кейнс доказывал, что рыночная экономика не способна к саморегуляции и необходимо государственное вмешательство. На уровне макроэкономики неизбежны кризисы. Он был отчасти сторонником трудовой теории стоимости и поэтому главное внимание уделял проблемам занятости, так как от количества занятых зависит текущее производство.

Фактически он нанес удар по неоклассическому направлению в целом, а также по тезису об ограниченности ресурсов. По Дж. Кейнсу, ресурсов переизбыток, о чём свидетельствует безработица. И если для рыночной экономики естественной является неполная занятость, то реализация теории предполагает пол-

ную занятость. Причём под полной занятостью Дж. Кейнс понимал не абсолютную занятость, а относительную. Он считал необходимой 3-процентную безработицу, которая должна служить буфером для давления на занятых и резервом для манёвра при расширении производства.

*Необходимо иметь в виду, что Дж. Кейнс акцентировал внимание на макроэкономике.*

## **5.8. Монетаризм**

Под монетаризмом понимают общетеоретический подход, признающий важность денег в экономике и отдающий приоритет особому типу кредитно-денежной политики – прямому регулированию темпов роста денежной массы – в противоположность иным методам воздействия, прежде всего фискальному, а также денежно-кредитной политике, воздействующей на экономику через процентные ставки.

Развитие монетаризма ассоциируется прежде всего с именем нобелевского лауреата 1976 г. **Милтона Фридмена** (1912–2006).

М. Фридмен считал, что деньги служат 1) главной причиной изменения реального дохода в короткий период времени и 2) единственной причиной изменения номинального дохода в длинные периоды времени. Долгосрочный экономический рост, напротив, определяется ресурсами, технологиями и предпочтениями потребителей.

## **5.9. Институционализм**

Данное направление возникло в противовес абстрактным положениям классики. На реальные экономические процессы оказывает влияние целая масса факторов. Не все субъекты обладают полнотой информации и ведут себя максимально эффективно. В основу институционализма было положено понятие института – норм, обычаев и др., т. е. факторов, которые воздействуют на экономическое поведение.

## 6. Рынок как основная система современной экономики

### 6.1. Понятие рынка и его субъектов

Рынок – это *способ* взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном, безличностном механизме *ценовых сигналов*.

Рынок является экономической категорией и как таковая тесно связан с обменом. Он стал результатом естественно-исторического развития обмена и условий, породивших товарное хозяйство. Рынок возник 6–7 тысячелетий назад, развивался и продолжает развиваться в настоящее время. Он есть результат цивилизации.

Как экономическая категория обмен представляет собой экономические связи между людьми – как производителями и потребителями – по поводу движения результатов труда, полученных не для собственного потребления, а для других, для удовлетворения общественных потребностей. Именно благодаря обмену разрозненные, хозяйственно обособленные товаро-производители и потребители вступают в контакты.

В условиях товарного хозяйства принимает форму товарного обмена (Т–Т).

Товарное обращение – более развитая форма товарного обмена. Это товарный обмен, осуществляемый при посредстве денег (Т–Д–Т) на основе взаимной возмездности и эквивалентности, взаимного соглашения участников данного процесса.

Торговый капитал – капитал, функционирующий в сфере обращения, по Марксу, представляет собой обособившуюся часть промышленного (товарного) капитала. Практически это означает, что промышленник, вкладывающий свой капитал в производство товаров, сам не занимается их реализацией, а передает эту функцию специальным торговым предприятиям. Торговый капитал становится как бы агентом промышленного, осуществляет его торговое обслуживание. Экономический смысл такого обособления состоит в том, что торговец экономит промышленнику время и деньги, ибо осуществляет реализацию товаров быстрее (лучше знает условия реализации, спрос покупателей и т. д.) и с меньшими затратами. Вступление торгового капитала в процесс

реализации товаров служит основанием для участия его в разделе общей массы прибавочной стоимости и получении торговой прибыли. Движение торгового капитала характеризуется формулой  $D-T-D'$ , где  $D$  – деньги,  $T$  – товар, а  $D'$  – деньги с приращением, с торговой прибылью. Торговая прибыль как расчетная категория выступает как разница между ними.

**Формула  $D-T-D'$  является формулой рыночного хозяйства.**

Товар – это экономическое благо, предназначенное для *обмена*. С точки зрения сторонников теории трудовой стоимости, товар – это *продукт труда*, предназначенный для *обмена*.

Применительно к оценке товара существуют две основные теории: трудовая теория стоимости и теория предельной полезности.

Исторически первой в экономической науке сформировалась *трудовая теория стоимости*. Ее представителями были такие деятели экономической науки, как А. Смит, Д. Рикардо и К. Маркс. Трудовая теория стоимости утверждает, что потребительные стоимости качественно разнородны и поэтому количественно несоизмеримы. Общей основой всех обмениваемых товаров является то, что все они – продукты труда.

Стоимость – это вещественная форма затрат общественного труда, выражающая отношение продавца к покупателю или отношение издержек к полезности. Стоимость определяется не индивидуально затраченным трудом, а общественно необходимым. Например: в экономике на изготовление одного стула тратится 2 часа, а на изготовление стола – 4 часа. Следовательно, один стол будет обмениваться на 2 стула.

Стоимость – отношение, в котором проявляется равенство абстрактного общественного труда, поэтому непосредственно в рабочем времени она выразить себя не может. Формой выражения стоимости является другой товар или особый товар – деньги. Денежное выражение стоимости есть цена.

Параллельно с трудовой возникла теория *субъективной полезности*, которая получила завершенное выражение в теории *предельной полезности*. Суть теории субъективной полезности: товар на рынке покупают не потому, что в нем заключены затраты труда, а потому, что данный товар для данного покупателя имеет полезность, ценность. Выделяют два ее вида: *полезность общую и предельную*. Предельная полезность – это полезность,

приносимая каждой дополнительной единицей блага. С увеличение количества потребляемого блага предельная полезность уменьшается.

Например: монополист продает вам стаканы воды. Первый стакан оценивается вами в 30 р., второй в 20 р., третий 10 р. Итоговая общая полезность  $30+20+10=60$ . Категорию предельной полезности можно вывести из двух закономерностей:

1. Потребности людей рано или поздно насыщаются.
2. Насыщение происходит постепенно, по частям.

*С помощью этого можно объяснить загадку А. Смита: почему стакан воды ничего не стоит по сравнению с алмазом. Общая стоимость воды больше общей стоимости алмаза, но, поскольку «частей» воды очень много, ее предельная полезность крайне мала. В условиях конкуренции цена всех единиц товара равна предельной полезности  $10+10+10=30$ . Разница между ценой монополиста и реальной ценой называется *потребительской рентой*.*

Данную закономерность важно помнить при рассмотрении монополии.

В условиях исследуемой формы хозяйства рыночные связи охватывают всю систему и всех субъектов экономических отношений. Основных субъектов рыночного хозяйства принято подразделять на три группы: домашние хозяйства, бизнес (предприниматели) и правительство.

*Домашнее хозяйство* – основная структурная единица, функционирующая в *потребительской* сфере экономики. Она может состоять из одного или нескольких человек. В рамках домашнего хозяйства потребляются конечные продукты сферы материального производства и сферы услуг. Домашние хозяйства являются собственниками и поставщиками факторов производства в рыночной экономике. Полученные от продажи услуг труда, капитала и др. деньги расходуются для *удовлетворения личных потребностей* (а не для наращивания прибыли).

В рамках домашнего хозяйства ранее существовало натуральное крестьянское хозяйство, элементы которого сохранились и в настоящее время в виде личных подсобных хозяйств.

Категория домохозяйств очень важна, так как структура потребления и производства во многом зависит от количества домохозяйств, а не от количества людей. Например, имеется два поселка, в каждом из которых проживает по 100 человек. Но в од-

ном поселке все сто человек – это отдельные домохозяйства, а в другом проживают семьями по 5 человек в 20 домохозяйствах. Таким образом, получается, что при одинаковой численности населения, но разном количестве домохозяйств требуется разное количество товаров. Например, стиральных машин в одном селе требуется 100, в другом 20. То же касается и автомобилей, домов и т. д. *Затраты на данные блага носят характер постоянных издержек, т. е. не зависят от количества пользователей.*

*Бизнес* – это деловое предприятие, функционирующее с целью получения дохода (прибыли). Оно предполагает вложение в дело собственного или заемного капитала, доход от которого расходуется не на личное потребление, а для расширения производственной деятельности. Бизнес является поставщиком товаров и услуг в рыночном хозяйстве.

*Правительство* представлено главным образом различными бюджетными организациями, которые не имеют своей целью получение прибыли, а реализуют функции государственного регулирования экономики.

Один и тот же человек (взрослый член общества) может быть в составе домашнего хозяйства, бизнеса и правительственного учреждения. Например, работая по найму государственным служащим, вы являетесь представителем правительственной организации; владея ценными бумагами какой-либо корпорации, вы представляете бизнес; расходуя свой доход на цели личного потребления, вы являетесь членом домашнего хозяйства. Соответственно современная рыночная экономика – это целая система рынков: товаров и услуг, труда, ссудных капиталов, ценных бумаг, валютных рынков и др.

## **6.2. Задачи и условия возникновения рынка**

Рыночная экономика выполняет следующие задачи.

Во-первых, рынок обеспечивает взаимосвязь производства и потребления. Эту функцию он осуществляет через установление соответствия (объема предложения объему платежеспособного спроса.)

Во-вторых, рынок гарантирует общественную оценку результатов труда обособленных производителей. Механизм такой оценки заключается в одном: состоялась купля-продажа или нет.

Стремление как можно выгоднее продать (купить) заставляет производителей (продавцов) и потребителей (покупателей) постоянно поддерживать «рыночную форму».

В-третьих, рынок создает условия для высокой эффективности производства. Этому способствует всеобщность конкуренции, которая отделяет отстающих от преуспевающих. Побеждает тот, кто лучше угадал изменения потребительского спроса, быстрее применил новые технологии и оборудование, снизил издержки производства. Все это и есть предпосылки высокой эффективности.

В процессе развития экономической науки были сформулированы следующие условия возникновения и функционирования рынка.

**Первое** важнейшее условие возникновения рынка – общественное разделение труда и специализация. Первая из этих категорий означает, что в любом более или менее многочисленном сообществе людей никто из участников хозяйства не может жить за счет полного самообеспечения всеми производственными ресурсами, всеми экономическими благами. Различные группы производителей занимаются отдельными видами хозяйственной деятельности, Это и означает специализацию в производстве тех или иных благ и услуг. Специализация, в свою очередь, определяется принципом сравнительного преимущества, т. е. способностью производить продукцию при относительно меньшей альтернативной стоимости. Эта категория является одним из центральных понятий в экономической теории. Производители обладают разными навыками, умениями, по-разному обеспечены ограниченными ресурсами. Выгоды от разделения труда могут реализовываться как на основе абсолютных и относительных преимуществ, так и на основе эффекта масштаба.

**Второе** условие возникновения рынка состоит в том, что занятие предпринимательской деятельностью должно быть доступно для любого желающего. Каждый человек должен иметь право стать предпринимателем в той или иной форме. Впрочем, это отнюдь не означает вероятность существования общества, состоящего исключительно из одних предпринимателей. Важно другое – принципиальная возможность для любого желающего купить акции, недвижимость, открыть счет в банке, начать свое дело, равно как и прекратить его. Такая свобода предпринимательской деятельности требует полной самостоятельности и не-

зависимости экономических субъектов. Одновременно свобода предполагает и всю полноту ответственности за результаты своей хозяйственной деятельности.

**Третье** условие заключается в абсолютной мобильности, подвижности всех видов ресурсов (материальных, финансовых, трудовых). Никто и ничто не должно сдерживать перелив ресурсов из менее эффективных сфер производства в более эффективные. Перелив ресурсов в свободной рыночной экономике происходит благодаря развитой системе «горизонтальных» связей, опирающихся на такие экономические институты, как банки, биржи, оптовые предприятия и т. д. Они служат как бы каналами перераспределения ресурсов, инструментами наиболее выгодного помещения капиталов и сбережений населения. Мобильность ресурсов, в свою очередь, работает как мощный катализатор структурных изменений в рыночном хозяйстве, обновления производства, самоорганизации рыночного обмена.

Например, замедление экономического роста в первой половине XIX в. в России было вызвано крепостным правом, которое сдерживало движение рабочей силы. В наши дни в США происходило соперничество между компаниями «Боинг» и «Локхид» за разработку истребителя 5-го поколения. Выиграла компания «Локхид». Компания «Боинг» была вынуждена сократить персонал. Но многие квалифицированные кадры перешли к компании «Локхид».

**Четвертое** условие функционирования свободного рынка состоит в свободном ценообразовании. Свободные цены – это основа рыночной системы. Они передают информацию о колебаниях конъюнктуры, стимулируют применение наиболее экономичных методов и технологий производства, распределяют и перераспределяют доходы. С этой точки зрения можно считать, что в России переход к рынку наступил с 1 января 1992 г., когда произошла либерализация цен.

**Пятое** условие свободного рынка составляет отсутствие любых видов монополизма и полная свобода конкуренции. На рынке каждого вида товара действует ничем не ограниченное количество производителей, продавцов, равно как и покупателей. Отсутствие монополизма лишает любого производителя возможности каким бы то ни было способом влиять на рыночные цены и тем самым искажать условия свободной конкуренции. Конкурен-

ция отделяет преуспевающих от отстающих, способствуя перетоку ресурсов.

**Шестое** условие заключается в том, что каждый участник рыночных отношений должен обладать всей полнотой информации о предложении и спросе, ценах, нормах прибыли, положении на рынках труда и капиталов. Это позволит ему сделать наилучший выбор при вложении капиталов и других средств, а также приобретении товаров на наиболее выгодных условиях. Издержки на поиск информации называются **транзакционными**. Например, мы можем открыть магазин с высококачественным востребованным товаром и низкими ценами, но если наш магазин находится в нелюдном месте и мы не прорекламировали свой товар, то покупатель просто не будет знать о нашем магазине.

Наряду с перечисленными условиями большое значение имеют и такие, как устойчивость финансовой и денежной системы страны, открытость внешнему рынку, политическая стабильность и др.

## **7. Собственность как ключевое экономическое понятие**

### **7.1. Понятие собственности**

*Собственность – это отношения между людьми по поводу обладания благом.* Право собственности включает следующие элементы.

***Владение** – это фактическое обладание вещью, это неполное, частичное присвоение. Владение – функционирующая собственность при условиях, определяемых собственником. Например, аренда, кредит, которые предполагают срочность, платность, возвратность, а также присвоение части дохода.*

***Пользование** – фактическое применение вещи в зависимости от ее назначения. Пользование представляет собой форму реализации владения собственностью. Если владение есть функция собственности, то пользование есть функция владения.*

***Распоряжение** – это принятие решений владельцем или другим лицом по поводу функционирования объекта собственности, основанное на праве предпринимателя передавать в пользование имущество в пределах, дозволенных собственником.*

Согласно экономической теории прав собственности собственностью является не ресурс (средства производства или рабочая сила) сам по себе, а пучок или доля прав по использованию ресурса.

У истоков теории прав собственности стояли два известных американских экономиста – Р. Коуз и А. Алчман.

Полный «пучок прав» состоит из 11 элементов:

1) право владения, т. е. право исключительного физического контроля над благами;

2) право пользования, т. е. право применения полезных свойств благ для себя;

3) право управления, т. е. право решать, кто и как будет обеспечивать использование благ;

4) право на доход, т. е. право обладать результатами от использования благ;

5) право суверена, т. е. право на отчуждение, потребление, изменение или уничтожение блага;

6) право на безопасность, т. е. право на защиту от экспроприации благ и от вреда со стороны внешней среды;

7) право на передачу прав в наследство;

8) право на бессрочность обладания благом;

9) запрет на использование способом, наносящим вред внешней среде;

10) право на ответственность в виде взыскания, т. е. возможность взыскания благ в уплату долга;

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

Права собственности понимаются как санкционированные обществом (законами государства, традициями, обычаями, распоряжениями администрации и т. д.) поведенческие отношения между людьми, которые возникают в связи с существованием благ и касаются их использования.

Отношения собственности в этой теории выводятся из ограниченности ресурсов: без какой-либо предпосылки редкости бессмысленно говорить о собственности. **Отношения собственности – это система исключений из доступа к материальным и нематериальным ресурсам.** Если отсутствуют исключения из доступа к ресурсам, то они – ничьи, никому не принадлежат

или – что одно и то же – принадлежат всем, ибо имеется свободный к ним доступ. Согласно данной теории такие ресурсы не составляют объекта собственности. Исключить других из собственного доступа к ресурсам означает *специфицировать* права собственности на них.

## **7.2. Виды собственности и их значение для экономики**

### ***Государственная собственность***

В современном мире нет ни одной страны, где бы государство не занималось хозяйственной деятельностью. В развитых странах доля государства в основных фондах составляет от 7 до 30% и более.

Государственная форма собственности применяется в тех сферах экономики, в которых объективно велика потребность в прямом централизованном управлении, осуществлении государственных инвестиций, в которых ориентация на прибыльность не является критерием, достаточным для функционирования в общественных интересах. Сюда относятся такие виды деятельности, возникшие в процессе развития общественных производительных сил, которые могут функционировать только как общие, как единое целое (например, железные дороги), благодаря чему объективно складывается государственная форма управления ими и их материальной основой (средства информации, социальная и производственная структура, экологическая защита, фундаментальная наука и наукоемкое производство, освоение космоса, почта и т. д.). Например, практически во всех странах почта на 100% принадлежит государству. Государство также может владеть предприятиями, имеющими общенациональное значение и приносящими значительный доход от использования природных ресурсов. Например, во Франции значительная доля собственности принадлежит государству, по сравнению даже с остальными европейскими странами.

Государственная форма собственности возникает и при необходимости государственной помощи для санации терпящих банкротство негосударственных предприятий. Происходит это на основе национализации фактически убыточных предприятий, их

санации с помощью государственных средств и последующей реприватизации.

Мировой опыт показывает, что государственная собственность может быть эффективной, так как имеет определенные преимущества по сравнению с другими формами собственности, обусловленные ее функциями: способностью осуществлять макрорегулирование, формировать стратегию экономического развития общества в целом, оптимизировать структуру национальной экономики по критерию достижения наивысшей эффективности, ориентированную в конечном счете на человека. В то же время независимо от экономического и социального строя государственная собственность в большинстве случаев функционирует с меньшей эффективностью, чем другие формы. С одной стороны, это связано с развитием государственной собственности в сферах, где возможности рынка ограничены и снижается мотивация к труду. С другой – эффективность государственной собственности может снижаться и в отраслях с нормально функционирующим рынком из-за обезличенности собственности и утраты предприятием рыночной ориентации. Преобладание же государственной формы собственности в экономике страны (в СССР) ведет к возникновению государственной монополии, которая пагубно сказывается на развитии экономики.

### ***Муниципальная собственность***

Муниципализация (от лат. *municipium* – самоуправляющаяся община) означает передачу государственной властью права собственности на землю, строения, предприятия местного хозяйства органам городского (и сельского – в сельской местности) самоуправления. Зачастую муниципальную собственность относят к государственной.

Объектами муниципальной собственности в городах становятся прежде всего системы их жизнеобеспечения: водопроводная и канализационная сети, газовое хозяйство, электроснабжение, транспорт, жилой фонд и т. д. Сосредоточение этих служб в ведении городских властей дает преимущества как самим городам, так и населению. Прежде всего это экономическая выгода: объединенное городское хозяйство и предоставляемые им населению услуги оказываются, как правило, значительно дешевле, нежели в случае рассредоточения этих служб по отдельным част-

ным собственникам (или, как это нередко случалось в нашей стране, – по ведомствам). Благодаря упорядочению финансов содержание муниципальной собственности и городского хозяйства обходится дешевле и государственному бюджету – муниципализация способствует уменьшению дотаций из последнего.

Муниципальная собственность становится той экономической базой, благодаря которой появляется возможность улучшать и облегчать условия жизни населения. Муниципалитеты принимают на себя значительную часть затрат на содержание нетрудоспособных членов общества, особенно в сложные для страны периоды.

### *Частная собственность*

Исторически термин «частная собственность» связан с необходимостью отграничить государственное (казенное) имущество от всех других имуществ. Поэтому считалось, что все негосударственное есть частное. В соответствии с этим в западной экономической теории и практике утвердилось представление, согласно которому под частной собственностью понимается всякая негосударственная форма собственности. Частная собственность – это безраздельная, ничем не ограниченная (кроме воли своего хозяина) собственность.

В действительности частный собственник имеет полное право производить над объектом своей собственности все операции, которые сочтет нужными, лишь бы эти операции не вторгались в сферу частной собственности других людей. В цивилизованном обществе выработаны определенные правила поведения собственников.

В современной экономике зачастую сложно определить долю участия государства в экономике. Сложно определить, кому принадлежит собственность, так как государство владеет многими предприятиями через пакеты акций опосредованно. Также необходимо знать, какую долю в ВВП занимает государство, это измеряется расходами (или доходами государства) и их долей в ВВП, добавленной стоимости, создаваемой предприятиями, контролируемые государством. Также критерием влияния государства может быть количество работников, занятых в государственном секторе.

**Задание.** Рассмотрите и проанализируйте данные таблицы. Сделайте выводы по изменению доли занятых в различных секторах экономики. Чем это обусловлено?

Таблица 2

**Среднегодовая численность занятых в экономике  
(по формам собственности)\***

	1970	1980	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	<b>В процентах к итогу</b>										
<b>Всего в экономике</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
в том числе по формам собственности:											
государственная, муниципальная	86,0	90,4	82,6	42,2	37,8	33,7	32,8	32,1	31,5	31,3	30,4
частная	14,0	9,6	12,5	34,3	46,1	54,1	55,4	56,3	57,1	57,8	58,6
собственность общественных и религиозных организаций (объединений)	...	...	0,8	0,7	0,8	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5
смешанная российская	...	...	4,0	22,2	12,6	7,8	7,2	6,7	6,2	5,7	5,7
иностранная, совместная российская и иностранная	...	...	0,1	0,6	2,7	3,8	4,0	4,3	4,7	4,7	4,8

\*Российский статистический ежегодник. 2011: стат. сб. / Росстат. М., 2011.

## 8. Спрос и предложение. Механизм рыночного ценообразования

### 8.1. Полезность и ее измерение

Рыночный спрос формируется на основе решений, принимаемых множеством отдельных лиц, которые руководствуются своими потребностями и наличными средствами. Но для того, чтобы распределить свои средства между разнообразными потребностями, необходимо иметь какую-то основу для их сопоставления. В качестве такой основы в конце XIX в. экономисты приняли полезность.

Термин «полезность» был введен английским философом И. Бентамом. Согласно Бентаму, максимизация полезности и является руководящим психологическим принципом поведения

людей в их стремлении избежать страданий и увеличить удовольствия или счастье.

Приняв утилитаристскую доктрину полезности, экономисты получили возможность создать теорию потребительского поведения, основанную на гипотезе о сопоставимости полезности самых разнообразных благ. Было принято, что при заданных ценах покупатель стремится так распределить свои средства на покупку различных благ, чтобы максимизировать ожидаемое удовлетворение или полезность от их потребления. При этом он руководствуется своими личными вкусами и представлениями.

Очевидно, что определяемая таким образом полезность имеет сугубо личностный, субъективный характер. Курящий оценивает полезность сигарет весьма высоко, несмотря на то, что курение вредит его здоровью и он знает об этом. Очевидно и то, что, для того чтобы максимизировать ожидаемое удовлетворение или полезность, потребитель должен быть в состоянии каким-то образом сравнивать, сопоставлять, соизмерять полезности различных благ и их наборов.

Ключевым понятием для понимания утилитаристской концепции является понятие предельной полезности.

*Предельная полезность* – это прирост общей полезности товарного набора при увеличении объема потребления данного товара на одну единицу. Согласно данной теории цена блага для потребителя определяется предельной полезностью. Функция полезности – функция, показывающая изменение предельной полезности блага (MU) с ростом его количества (Q):

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q}$$

Один из основоположников маржинализма Герман Госсен (1810–1858) пытался экономические процессы объяснить с позиции максимизации полезности. Решая эту задачу, Госсен сформулировал закон убывающей предельной полезности, который содержит два положения:

1) желаемость данного блага убывает по мере увеличения наличия данного блага;

2) полезность первых единиц блага убывает при повторных актах потребления.

Иными словами, принцип убывающей предельной полезности заключается в том, что с ростом потребления какого-то одного блага (при неизменном объеме потребления всех остальных) общая полезность, получаемая потребителем, возрастает, но возрастает все более медленно.

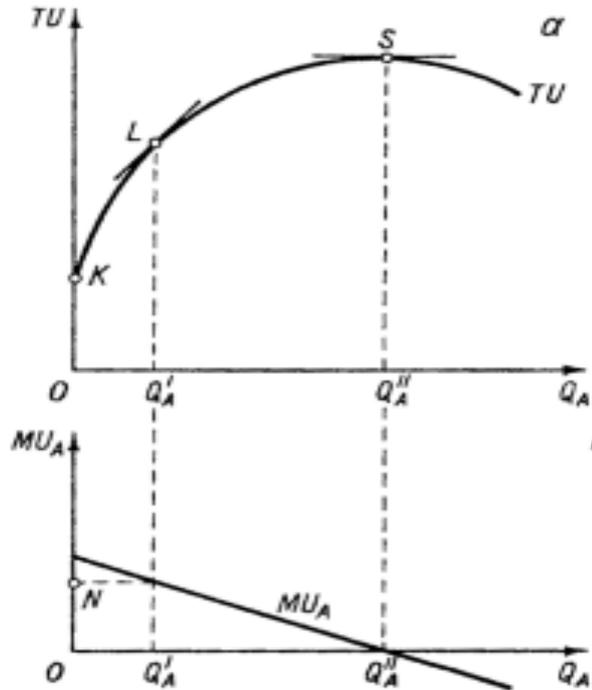


Рис. 3. Общая и предельная полезность

В нижней части рис. 3 изображена зависимость предельной полезности яблок от объема их потребления. В верхней части – общая полезность. Как видим, при потреблении яблок до определенного уровня их полезность уменьшается и далее превращается в отрицательную величину.

Существует определенное условие равновесия, которое должно быть выполнено, чтобы, приобретая различные товары, человек максимизировал получаемую полезность. При удовлетворении потребностей человек начинает с самой неотложной потребности, а затем постепенно переходит к менее неотложным, действуя таким образом, что в конце концов предельные полезности употребляемых благ станут одинаковы.

Но человек, приобретая блага на рынке, тратит разные суммы денег, поскольку у каждого товара своя рыночная цена. Если мы разделим предельную полезность блага на его цену, то получим взвешенную предельную полезность. Учитывая это, каждый потребитель расширяет отдельные виды потребления до тех пор,

пока предельные полезности не оказываются пропорциональными ценам или пока не оказываются одинаковыми взвешенные предельные полезности. Проще говоря, последний рубль, затраченный, например, на мясо, должен представлять ту же полезность, что и последний рубль, затраченный на хлеб или апельсины.

Это условие *потребительского равновесия* может быть выражено следующим образом:

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

$MU$  – предельная полезность отдельных товаров, а  $P$  – их цена.

В маржиналистской теории важное место занимала проблема количественного измерения абсолютных величин предельной полезности. В зависимости от ответа на этот вопрос сторонники теории предельной полезности разделились на два направления: *кардиналистов и ординалистов*. Первые были заняты поиском измерителя абсолютных величин предельной полезности (У. Джевонс, А. Маршалл, Д. Робертсон и др.). Однако эти поиски не увенчались успехом, чаще всего при сравнении использовались денежные оценки полезности. Ординалисты же в принципе отказались от поиска такой универсальной единицы и предложили иной подход (В. Парето, Дж. Хикс и др.). Так, В. Парето высказал идею о том, что вместо абсолютных измерений предельной полезности плодотворнее было бы перейти к анализу относительному, а именно: определить предпочтение одних комбинаций товаров покупателей (потребителей) другим комбинациям или наборам товаров. Инструментом такого анализа явились так называемые кривые безразличия, которые широко используются неоклассической школой при исследовании многих микроэкономических процессов, связанных с проблемой выбора.

Равновесие потребителя может быть показано графически с помощью названных кривых безразличия. Возьмем потребителя, располагающего фиксированным денежным доходом, который он целиком тратит на потребление. Для простоты предположим, что он покупает только два вида товаров: А и В. Очевидно, что имеются некоторые комбинации количества этих товаров, которые дают равную общую полезность для потребителя (например, два товара А и три товара В имеют такую же общую полезность, как

три товара А и два товара В и т. д.). Отказ от одного из товаров компенсируется получением другого товара в большем количестве. К этим комбинациям товаров А и В потребитель, следовательно, в равной мере безразличен.

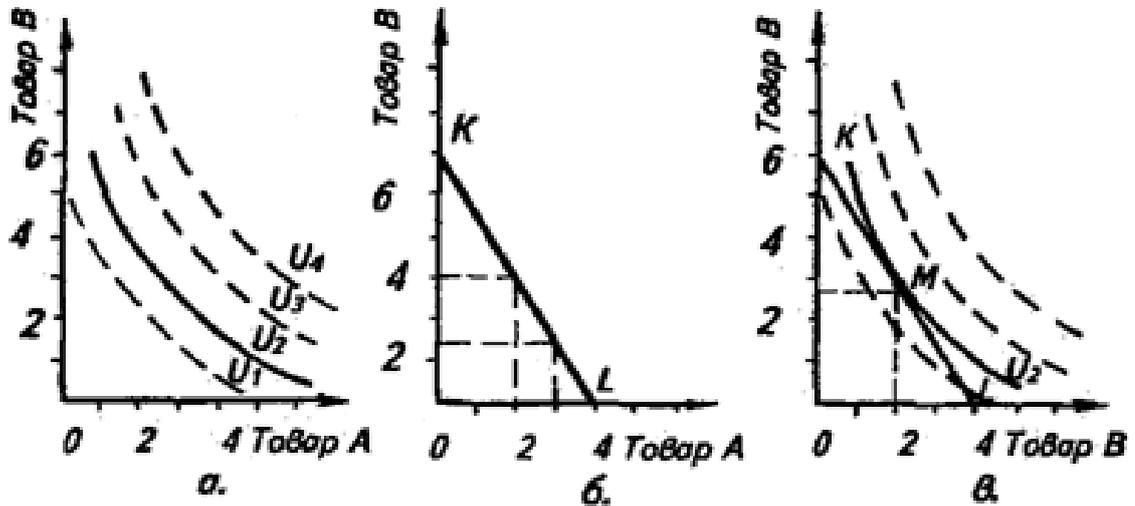


Рис. 4. Потребительский выбор

Если эти комбинации покажем графически, то получим плавную кривую безразличия  $U_2$  (рис. 4 а). Эта кривая проведена таким образом, что, если бы потребитель мог выбрать любые точки на ней, они были бы для него одинаково желательны и ему было бы совершенно все равно, какую комбинацию он получит. Кривая  $U_2$  – это лишь одна из бесчисленного множества возможных кривых. Если возьмем более высокий уровень удовлетворения потребностей, то кривая примет иное положение. На рис. 4 а пунктирной линией показаны лишь некоторые из возможных кривых безразличия для данных товаров А и В. Предположим, потребитель имеет фиксированный денежный доход. Пусть он тратит 6 руб. в день. Безразличен не означает равнодушен. Любые отмеченные комбинации товаров одинаково хороши для потребителя, т. к. приносят одинаковую полезность, причем товар А стоит 1,5 руб., а товар В – 1 руб. Если потратить все деньги на товар А, то можно купить 4 ед., если все деньги потратить на товар В, то можно купить 6 ед. Ясно, что потребитель может израсходовать свои деньги на любую из возможных комбинаций товаров А и В в пределах 6 руб. На рис. 4 б прямая линия  $KL$  – это линия возможностей потребления для данного потребителя, или **бюджетная линия**.

Наложим теперь линию  $KL$  на график кривых безразличия (рис. 4 в). Потребитель при данном уровне дохода может перемещаться по прямой  $KL$ . Куда он будет перемещаться? Очевидно, к точке, где он получит наибольшую полезность, т. е. к наивысшей возможной кривой безразличия. В точке  $M$  бюджетная линия  $KL$  касается кривой безразличия  $U_1$ . Это и есть наивысшая кривая, которой он может достичь. В положении равновесия цена товара пропорциональна его предельной полезности.

Анализ кривой предельной полезности позволяет осмыслить и такую важнейшую категорию, как избыток потребителя (потребительская рента). Смысл этой категории заключается в следующем: потребитель платит за каждую единицу товара одинаковую цену, равную предельной полезности последней, наименее ценной для него единицы. А это значит, что на каждой единице товара, предшествующей этой последней, потребитель получает некоторую выгоду (Курс экономической теории / под ред. М. Н. Чепурина, Е. А. Киселева. Киров: АСА, 2006). Поясним идею потребительской ренты графически (рис. 5).

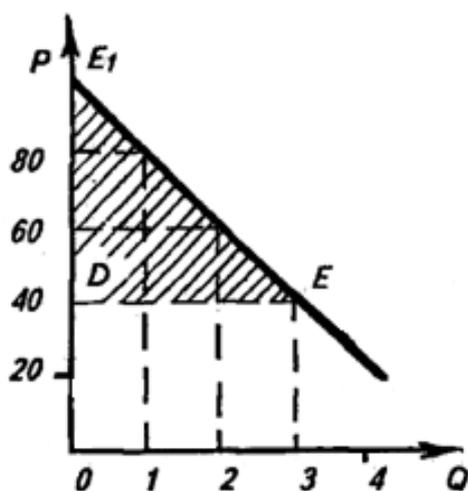


Рис. 5. Образование потребительской ренты

Если бы потребитель приобретал только одну единицу товара, то он согласен был бы уплатить 80 долл. За вторую единицу (если бы было всего две единицы товара) потребитель заплатил бы 60 долл. Рыночная цена каждой из двух единиц при этом составила бы одну и ту же величину – 60 долл. (ведь цена устанавливается на уровне предельной, в данном случае второй, единицы). В результате индивидуальная оценка полезности 1-й едини-

цы – 80,2-й – 60 долл., их сумма – 140 долл. Но по единой цене покупаются обе единицы, так что потребитель заплатит  $(60 + 60)$  всего 120 долл.; 3-ю единицу покупатель оценивает в 40 долл., и эта предельная полезность будет определять рыночную цену всех трех единиц. Следовательно, рыночная цена, уплаченная потребителем при покупке трех товаров, составит  $(40+40+40)=120$  долларов. Если суммировать индивидуальные оценки предельной полезности каждой из трех единиц, то получилось бы  $80+60+40=180$  долл. Итак, потребительская рента – это разница между той суммой денег, которую потребитель был бы согласен уплатить, и той суммой, которую он реально уплатил.

А. Маршалл объясняет это следующим образом: рента потребителя – это избыток цены, которую потребитель готов был бы заплатить (скорее, чем вообще обойтись без данного товара), сверх той цены, которую он действительно платит.

На графике потребительская рента – это заштрихованный треугольник  $DEE_1$ . Чем больше **цена**, тем больше **величина потребительской ренты**. При покупке двух единиц товара потребительская рента составит:  $140 - 120 = 20$  долл.; при покупке трех единиц  $180 - 120 = 60$  долл.

Концепция потребительской ренты широко используется неоклассической школой при графическом анализе проблем налогообложения, монополистического ценообразования и др.

Таким образом, были рассмотрены более подробно те факторы, которые лежат в основе кривой спроса. Существенная причина изменения спроса как обратной функции цены заключается в происходящем убывании предельной полезности товара. Только тогда, когда цена товара снижается, потребитель будет готов купить последующие количества этого товара, приносящие ему все меньшее удовлетворение.

Теория предельной полезности позволяет лучше понять, как ведет себя на рынке, как реагирует экономический субъект, произвести более точный анализ спроса и влияния его количественных изменений на рыночное равновесие. Эта теория подчеркивает воздействие на экономическую систему импульсов, вытекающих из изменений вкусов потребителей.

## 8.2. Спрос и его закономерности

Спрос (D) – это желание и возможность потребителей покупать товары и услуги в определенных количествах за определенное время по определенным ценам (P).

Спрос на товары и услуги зависит от многих факторов. К их числу относятся цены товаров и услуг и неценовые факторы – вкусы и предпочтения потребителей, величину денежных доходов, цены товаров-субститутов и товаров-комплементов, накопленное имущество, ожидание потребителей изменений каких-либо условий (цен и доходов) в будущем и другие.

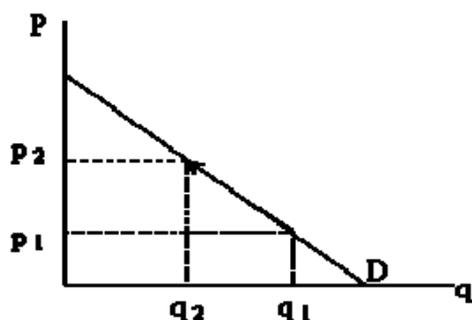
Зависимость спроса от определяющих его факторов называется *функцией спроса*. Изменения в спросе на товар, вызванные изменением цены самого этого товара, называются *изменением величины или объема спроса*. Величина (объем) спроса – это максимальное количество какого-либо товара, которое потребители готовы покупать по каждой из возможных цен при прочих равных условиях.

Количество товара, которые потребители готовы покупать по неизменной цене при изменении неценовых факторов, называется *уровнем спроса* (скольжение вдоль кривой – это изменение величины, а смещение всей кривой – изменение уровня спроса). Например, летом мы готовы платить большую цену за любое количество напитков, чем зимой.

Интересно проследить воздействие изменений в ценах на товары-заменители и дополняющие товары на спрос на данный товар. Например, возросла цена на импортные автомобили. В результате их стали покупать меньше, т. е. произошло движение вверх по кривой спроса на них. Одновременно, однако, растет спрос на «Жигули» при той же их цене. Кривая спроса на «Жигули» сдвигается, следовательно, вправо – вверх.

Линейная функция спроса в виде математической формулы выглядит так:  $Q = a - kP$ , где Q – объем спроса, a – объем спроса при нулевой цене, k – угловой коэффициент кривой спроса (коэффициент эластичности).

## Импортные автомобили



## «Жигули»

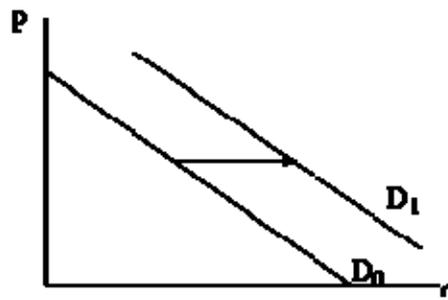


Рис. 6. Взаимодействие рынков товаров-заменителей

Конфигурация кривой спроса (закон спроса) и закономерности потребительского поведения могут быть объяснены при помощи двух известных в экономической теории эффектов: эффекта дохода и эффекта замещения.

*Эффект дохода* показывает, как изменяется реальный доход потребителя и его спрос при изменении цен на товары. Например, при снижении цены яблок в 3 раза (с 300 до 100 руб. за кг) вы на свой постоянный доход в 3 тыс. рублей сможете купить уже не 10 кг, а 30 кг фруктов. Если же вы хотите сохранить свое потребление яблок на прежнем уровне, т. е. 10 кг, то на «высвобожденные» деньги можно приобрести дополнительное количество других товаров. Понижение цены товара сделало вас реально богаче и позволило расширить объем спроса, в чем и заключается смысл эффекта дохода.

*Эффект замещения* демонстрирует взаимосвязь между относительными ценами товаров и объемом спроса потребителя. Снижение цен на яблоки, как в нашем примере, при неизменном уровне цен на другие товары означает их относительное удешевление по сравнению, например, с грушами. Потребитель начнет замещать относительно более дорогие груши покупкой более дешевых яблок и купит их не 10, а 15 или 20 кг.

Эффект дохода и эффект замещения действуют не изолированно, а во взаимодействии друг с другом, и в различных ситуациях может преобладать более сильное влияние одного из них. В ситуациях с покупкой нормальных товаров эффект дохода и эффект замещения действуют в одинаковом направлении, вызывая больший объем спроса при снижении цен на товары. Нормальные товары – это товары, спрос на которые увеличивается по мере роста дохода потребителя.

Но существуют так называемые низшие, или низкокачественные, товары, чьи потребительские качества невысоки (маргарин, низкокачественные папиросы и сигареты, «собачья» колбаса и т. п.). В случае изменения цен на такие товары эффект дохода и эффект замещения действуют в противоположных направлениях. С одной стороны, снижение цен, например, на низкокачественные папиросы будет вести к росту спроса на них (эффект замещения). С другой стороны, вследствие действия эффекта дохода потребитель хоть и ненамного, но стал богаче. А богатый человек сокращает или исключает из своего потребления низкокачественные товары. Какой же из двух эффектов будет действовать сильнее? Как правило, если низшие товары занимают незначительное место в общем объеме потребительских расходов, то эффект замещения «перевесит» эффект дохода и потребитель будет покупать большее количество таких папирос. Кривая спроса на низший товар по-прежнему (как и в случае с нормальными товарами) будет иметь отрицательный наклон. В экономической теории существует описание и такой ситуации, когда снижение цены приводит к уменьшению спроса, а увеличение цены – к повышению спроса на товар. Эта ситуация называется эффектом Гиффена.

Например. Вы собираетесь поехать в гости. Туда вы планируете добраться на маршрутке за 10 рублей, а обратно на такси за 100 рублей. Таким образом, у вас на дорогу туда и обратно не более 110 рублей. Но выйдя на остановку, вы узнаете, что проезд в маршрутке подорожал до 15 рублей и на обратную дорогу у вас не более 95 рублей, а таксист везти вас менее чем за 100 не будет, и вам остается ехать на маршрутке за 15 рублей. Получается, что, несмотря на подорожание проезда в маршрутке, вы стали ездить на ней больше.

Т. о., эффект Гиффена состоит в том, что если цена товара первой необходимости возрастает, то общие расходы на покупку этого товара растут, что при неизменном доходе приводит к сокращению спроса на другие товары, а следовательно, и к снижению их цен. Таксист в данном случае вынужден будет понизить цену.

Однако случаи, когда спрос на товары растет вместе с ростом их цен, редки и не имеют существенного значения, т. е. не опровергают действия закона спроса.

Кривые спроса показывают зависимость величины спроса на блага лишь от изменения их цены. Но спрос может изменяться и

при постоянстве цен. Изменения в спросе могут быть вызваны и изменениями других условий, которые называются *неценовыми факторами* спроса. К ним относятся:

- **изменения во вкусах и предпочтениях** потребителей под влиянием пропаганды, рекламы, моды;

- **изменения величины денежных доходов** потребителей. Данную закономерность демонстрирует кривая Энгеля. При росте доходов растет спрос на товары. Здесь также могут быть исключения.

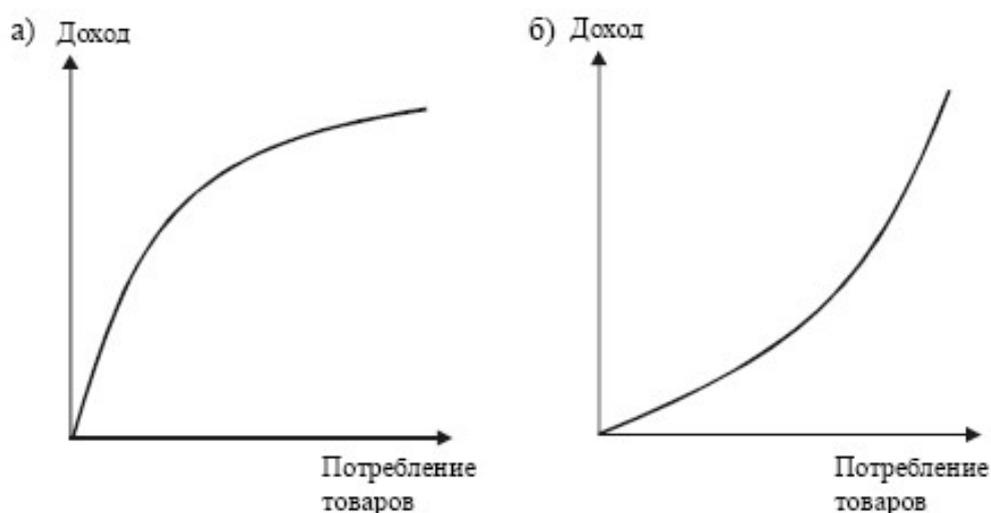


Рис.7. Кривые Энгеля

В зависимости от реакции спроса на изменение дохода все блага делятся на *нормальные* (качественные) и *низшие* (некачественные). Первые – это блага, спрос на которые находится в прямой зависимости от величины дохода (одежда, обувь, жилье), спрос на вторые находится в обратной зависимости от величины дохода (дешевые сорта мясопродуктов, продукты невысокой биологической ценности). Например, в России с 2000 г. падает спрос на макароны, это объясняется тем, что люди стали больше потреблять более дорогие товары взамен макарон;

- **изменения цен других благ** – субституты и комплементы.

Спрос на товары-субституты (взаимозаменяемые) находится в прямой зависимости от изменения цены одного из таких товаров. Спрос на товары-комплементы (взаимодополняемые) находится в обратной зависимости от изменения цены одного из таких товаров;

- **ожидание потребителей** изменения цен или доходов в будущем. Ожидание повышения цен в будущем увеличит спрос в настоящем, и наоборот. Ожидание увеличения доходов в будущем также увеличит спрос в настоящем, и наоборот.

Спрос на какое-либо благо со стороны отдельных потребителей называется индивидуальным. Сумма объемов спроса на данное благо со стороны всех его покупателей составляет рыночный спрос. Кривая рыночного спроса складывается из кривых индивидуального спроса и так же, как и последние, имеет отрицательный наклон, отражающий его обратную зависимость от цены блага. К причинам, которые обуславливают обратную зависимость величины индивидуального спроса на благо от изменений его цены, добавляется действие эффекта нового покупателя. При снижении цены спрос увеличивается не только со стороны прежних покупателей, но и со стороны новых покупателей, для которых высокая цена была недоступной, и наоборот. На динамику рыночного спроса оказывают влияние те же факторы, что и на индивидуальный. К ним добавляются еще и следующие:

- **количество покупателей** данного блага. Это, в свою очередь, зависит от численности населения и его половозрастного состава. Высокие темпы рождаемости в стране повышают спрос на детские товары; молодые семьи покупают больше товаров длительного пользования; «старение» населения уменьшает спрос на образовательные услуги, но повышает его на медицинские услуги, лекарства и пр.;

- **распределение доходов** между различными возрастными группами населения;

- **количество иностранных покупателей** (в странах с развитой системой иностранного туризма спрос на все товары и услуги выше).

### ***Эластичность спроса***

Производителям и продавцам благ важно знать не только то, в каком направлении изменяется спрос в ответ на изменение какого-либо условия, но и *степень этого изменения*. Степень реакции (чувствительности) рыночного спроса на изменение определяющих его факторов называется *эластичностью*. Степень эластичности спроса измеряется отношением относительных (в процентах) изменений величины спроса и какого-либо условия. Показатель, полученный

таким образом, называется *коэффициентом эластичности* спроса. Он показывает, на сколько процентов изменяется спрос при однопроцентном изменении какого-либо фактора.

Формула расчета коэффициента эластичности:

$$E_d^p = \frac{\text{Изменение спроса (в\%)}}{\text{Изменение цены (в\%)}}$$

Различают следующие виды эластичности: *прямую ценовую эластичность* (чувствительность спроса к изменению цены самого товара), *перекрестную эластичность* спроса (чувствительность спроса на один товар к изменению цены другого товара) и *эластичность спроса по доходу* (чувствительность спроса к изменению дохода).

По степени реакции спроса на изменение определяющих его факторов различают эластичный спрос, неэластичный, единичной эластичности. Если процентное изменение спроса больше процентного изменения какого-либо фактора, то спрос *эластичный*. Коэффициент эластичности больше единицы. Если процентное изменение спроса меньше процентного изменения какого-либо фактора, спрос *неэластичный*. Коэффициент эластичности больше нуля, но меньше единицы. Если процентные изменения спроса и вызвавшего его фактора одинаковы, спрос *единичной эластичности*. Возможны также два крайних случая эластичности спроса – совершенно неэластичный и совершенно эластичный спрос. Когда спрос совершенно не реагирует на изменение какого-либо фактора, говорят о *совершенно неэластичном* спросе. Коэффициент эластичности спроса в этом случае равен нулю. *Совершенно эластичным* спрос бывает, когда при малейшем изменении какого-либо фактора в ту или иную сторону он изменяется от нуля до бесконечности. Коэффициент эластичности изменяется от нуля до бесконечности.

Наиболее динамичным из всех определяющих спрос факторов является цена товара. Она также такой фактор, который могут изменять сами продавцы товаров (особенно крупные фирмы-монополисты). Поэтому для них важнейшим показателем является прямая ценовая эластичность спроса.

Коэффициент прямой ценовой эластичности спроса всегда с *отрицательным знаком*, однако он не учитывается при определении степени эластичности спроса, а лишь отражает обратную

зависимость спроса на благо от изменений его цены. Коэффициент эластичности спроса никогда не может быть меньше нуля.

Степень прямой ценовой эластичности спроса на различные блага различна. Она зависит:

- от значимости блага для жизни. На блага первой необходимости (продукты питания, одежду, обувь и пр.) спрос неэластичен, на предметы комфорта и роскоши он эластичен;

- от числа заменителей у данного блага. Чем их больше у какого-либо блага, тем эластичнее спрос на него по цене. При этом даже если это благо является предметом первой необходимости, но у него есть заменители, спрос на него будет эластичным. Совершенно эластичным по цене является спрос на продукцию отдельных конкурентных фирм, производящих и предлагающих однородные (являющиеся совершенными заменителями) товары. При незначительном снижении цены на свой товар каждая такая фирма может расширять объем продаж безгранично, и, наоборот, при повышении цены (даже незначительном) – объем продаж резко уменьшается и может быть сведен к нулю. Спрос на жизненно важные товары, не имеющие заменителей, совершенно неэластичный (лекарства, не имеющие заменителей);

- от времени, необходимого для приспособления потребителей к новым ценам (поиска заменителей или изменения предпочтений). Если цена бензина резко повысится, надо время, чтобы заменить старый автомобиль на новый – более экономичный. В коротком периоде спрос менее эластичен, чем в длительном;

- от доли потребительского бюджета, расходуемой на каждое благо. Если на потребление какого-либо блага расходуется небольшая доля семейного бюджета, то повышение цены на него не повлияет существенно на объем спроса (например, спрос на зубную пасту, мыло, соль и пр.). И наоборот.

Положительным коэффициент перекрестной эластичности спроса является для взаимозаменяемых благ. Как бы ни изменялась цена одного из таких благ, спрос на другие изменяется в том же направлении, что и цена этого блага. При этом чем более высока степень взаимозаменяемости благ, тем выше степень перекрестной эластичности спроса.

Коэффициент перекрестной эластичности спроса для взаимодополняемых благ будет с отрицательным знаком, так как спрос на одно из таких благ изменяется в противоположном направле-

нии по сравнению с изменением цены другого блага (спрос же на такие блага изменяется в одинаковом направлении).

По знаку перед коэффициентом перекрестной эластичности спроса можно определить характер взаимоотношений товаров в процессе их потребления.

Степень перекрестной эластичности спроса для взаимодополняемых благ зависит прежде всего от степени эластичности спроса на благо, цена которого изменяется, а также от того, насколько жесткой является их дополняемость, то есть от наличия заменителей у одного из благ-компонентов. Спрос на кассеты для магнитофонов будет менее эластичным при изменении их цены, чем спрос на чай при изменении цены сахара, так как сахар при употреблении чая можно заменить вареньем, конфетами и пр.

Коэффициент перекрестной эластичности спроса индифферентных в потреблении благ равен нулю, так как изменение цены одного блага не влияет непосредственно на спрос на другие блага.

Коэффициент эластичности спроса по доходу рассчитывается с положительным знаком. Он может быть также равен нулю.

Положительная эластичность спроса по доходу характерна для нормальных благ. Степень эластичности спроса по доходу также может быть различной для разных благ. Высокоэластичным по доходу является спрос на дорогостоящие товары – предметы роскоши и комфорта. Менее эластичен спрос по доходу на товары первой необходимости.

Эластичность спроса по доходу близка к нулю для некоторых благ, являющихся предметами первой необходимости, так как объем их потребления мало зависит от величины дохода вследствие их важности для жизни и незначительной доли расходов на них в бюджете (спрос на соль, спички, мыло и пр.).

С отрицательным знаком коэффициент эластичности спроса по доходу у некачественных товаров – дешевых продуктов питания и пр. Степень эластичности спроса на них по доходу также различна.

О различиях в степени эластичности спроса по неценовым факторам можно судить по расстоянию, на которое смещается кривая спроса от исходной.

*Таким образом, при наличии коэффициента эластичности определяется не только степень реакции, но и закономерность исходя из знака (отрицательный – обратная пропорциональность – закон спроса, положительный знак – прямая пропорциональность).*

Эластичность может иметь большое значение при планировании потребительских расходов. При неэластичном спросе уменьшение объема продаж компенсируется повышением цены в большей степени. В результате потребительские расходы сокращаются.

Например: если наблюдается перепроизводство «неэластичного» товара (картофеля), то незначительное увеличение количества может привести к падению цены в гораздо большей степени. Если вначале мы производили 20 единиц по цене 50 руб. и таким образом имели доход 1000 руб., то в случае увеличения производства до 30 единиц цена упадет до 25 рублей. Т. о., мы видим, что увеличение количества в 1,5 раза привело к снижению цены в 2 раза, и доход упал до 750 рублей. Этим и объясняется, почему при производстве картофеля излишки лучше уничтожить, иначе производители потеряют в доходе (повышение количества будет сопровождаться гораздо большим понижением цены). При эластичном спросе будет иметь место другая закономерность.

**Задание.** Проанализируйте приведенную ниже табл. 3. Составьте изменения в таблице по годам с экономическими событиями и тенденциями в экономике России. Учтите максимально факторы, влияющие на потребительские предпочтения и продажи продуктов. Также необходимо учесть, что речь идет не о потреблении, а о розничных продажах.

### **8.3. Предложение и определяющие его факторы**

Предложением называется количество блага, которое все производители могут и хотят произвести и продать в течение данного времени и при определенных условиях. Эти условия называются *факторами предложения*.

Основные факторы предложения: 1) цена данного товара; 2) прибыльность товаров, являющихся «конкурентными» данному товару в производстве (фермер может выращивать картофель, а может – морковь); 3) прибыльность товаров, дополняющих данный товар в производстве (природный газ может добываться попутно с нефтью); 4) затраты производителей; 5) государственные налоги и дотации; 6) количество производителей; 7) цели производителей; 8) природные условия; 9) ожидания производителей.

Закон предложения: чем выше цена данного товара (P), тем большее его количество (q) производители хотят продать в течение данного времени и при прочих неизменных условиях.

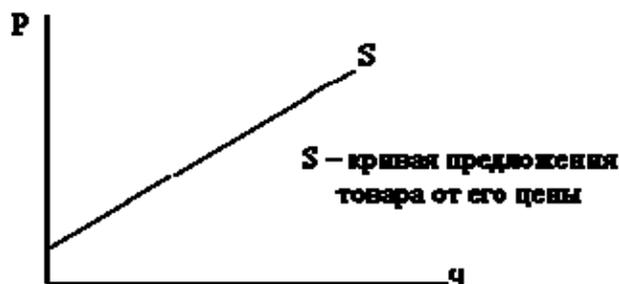


Рис. 8. Закон предложения

Как правило, закон предложения объясняется с помощью двух закономерностей. При высокой цене предприниматель стремится увеличить производство этого же товара на средства от продажи товара по более высокой цене.

В другом случае предприниматель старается увеличить производство одного товара за счет сокращения другого, менее прибыльного товара.

Эластичность предложения схожа с эластичностью спроса, с той разницей, что в соответствии с законом спроса коэффициент эластичности будет отрицательным (обратная пропорциональность), а в соответствии с законом предложения (прямая пропорциональность) знак будет положительным. Необходимо также учитывать фактор времени, в течение которого предложение сможет приспособиться к изменению.

Таблица 3

*Продажа продуктов питания в России*

	1970	1980	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Мясо и птица, тыс. т	...	3153	4741	3108	2865	3607	3896	4490	4871	4910	5182	5554	5279	5520
Изделия колбасные, тыс. т	...	1582	1533	1413	1440	1742	1862	2051	2211	2382	2633	2680	2411	2591
Консервы из мяса, млн условных банок	...	310	891	1245	492	534	538	566	634	604	617	696	700	657
Животные масла, тыс. т	551	731	987	473	388	449	448	471	476	492	493	416	377	364
Растительные масла, тыс. т	311	370	446	427	571	622	811	900	1013	1078	1276	1356	1432	1693
Сыры жирные, тыс. т	200	400	445	200	339	471	558	625	689	720	758	746	770	806
Яйцо птицы, млрд шт.	11,7	26,2	29,5	19,5	21,6	23,8	25,6	25,8	28,2	31,3	32,2	33,4	34,2	
Сахар, тыс. т	3851	4339	4177	2585	2623	2974	2932	2736	2984	2924	3103	3310	2848	2938
Чай, тыс. т	...	93	239	248	159	172	177	178	178	180	182	184	177	186
Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупа), млн т	17,1	18,5	18,9	13,8	12,9	13,7	13,9	13,6	13,8	14,4	14,7	13,6	13,5	
Свежий картофель, тыс. т	3518	5016	4566	4840	5560	5966	6037	7269	7640	7693	8486	8638	9010	
Свежие овощи, тыс. т	4018	6494	6238	6051	6228	6384	6429	7606	8062	8804	9499	10335	10780	
Свежие фрукты, тыс. т	1453	1615	3000	2610	2567	2977	3183	3533	3982	4416	5008	5568	5758	

## **8.4. Механизм ценообразования. Цена равновесия**

Цена равновесия – это цена, по которой производители готовы продать данное количество товара, а покупатели готовы купить данное количество.

Если цена превышает цену равновесия, то наступает перепроизводство, если ниже точки равновесия, то дефицит.

В рыночной экономике не бывает понятия «много» или «мало»: бывает *много или мало по данной цене*.

В рыночной экономике, как правило, отсутствует ярко выраженное перепроизводство и дефицит. Имеет место тенденция к перепроизводству и дефициту. В этом случае цены стремятся к точке равновесия.

Например: сейчас цены на рынке недвижимости идут вверх, значит на рынке недвижимости наблюдается дефицит, так как более высокая цена уменьшает превышение спроса над ценой и приводит количество товара предлагаемого и спрашиваемого к одному показателю. В январе 2007 г. квартира в спальном районе Ярославля стоила 70000 \$. Ранее она стоила 12000 \$. Если бы цена осталась на прежнем уровне, то желающих купить квартиру по такой низкой цене было бы в несколько раз больше, чем квартир. В результате же повышения цены в несколько раз количество покупателей сократилось до количества предлагаемых квартир.

Если объем предложения реагирует на изменения цен с некоторым запаздыванием, анализ стабильности равновесия существенно усложняется.

В такой ситуации график спроса и предложения может приобрести паутинообразный вид (рис. 9). При этом стабильность равновесия, как видно из рисунка, будет зависеть от абсолютных наклонов линий спроса и предложения.

Если абсолютный наклон линии спроса превышает наклон линии предложения, отклонение от равновесия ведет к увеличению колебаний цен и объемов, все более удаляющих рынок от равновесного состояния.

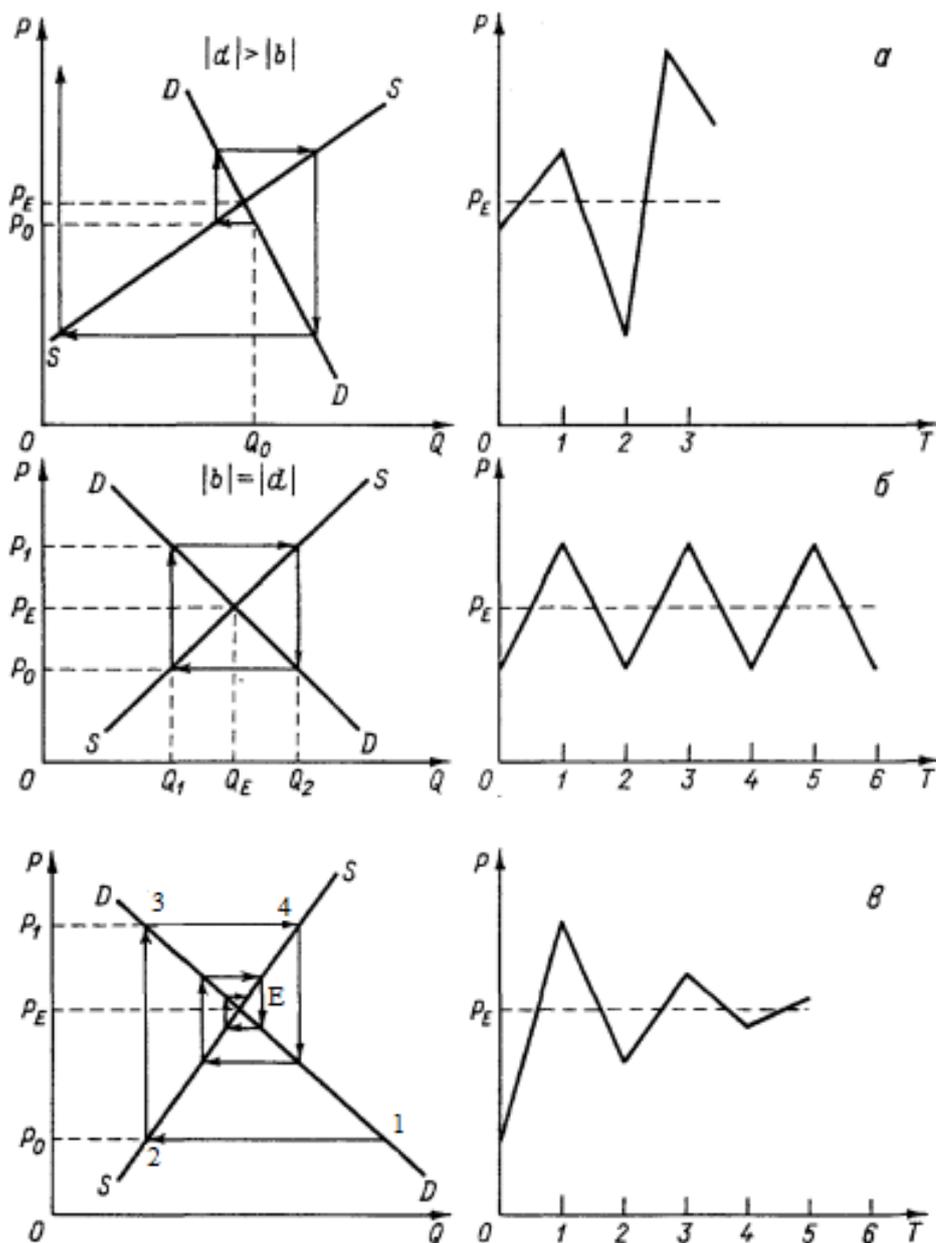


Рис. 9. Паутинообразная модель

Если абсолютные наклоны линий спроса и предложения одинаковы, всякое первоначальное отклонение ведет к колебаниям цен и объемов одинаковой амплитуды вокруг равновесного уровня.

Если абсолютный наклон линии предложения выше, чем наклон линии спроса, колебания постепенно затухают, нарушенное равновесие восстанавливается.

Таким образом, хотя линии спроса и предложения имеют нормальный наклон, запаздывание в реакции предложения на изменение цен может привести к нестабильности равновесия. Отсюда следует, что анализ стабильности не может ограничиваться лишь методом сравнительной статики.

Рассмотрим ситуации возникновения паутинообразных моделей.

Допустим, существует некий рынок недвижимости. Предложение на нем носит относительно неэластичный характер, даже в долгосрочном периоде (в краткосрочном оно абсолютно неэластично, поскольку на строительство дома уходит несколько лет). Спрос более эластичен, чем предложение, поскольку потребность людей в жилье, как правило, выше имеющейся на рынке, а рост доходов в краткосрочном периоде происходит значительно быстрее, чем строители смогут предложить новое жилье. Поэтому ситуация характеризуется графиком В. Теперь предположим, что производители решили увеличить производство и приняли решение о начале строительства. Поскольку дома будут сданы через несколько лет, то и о реакции потребителей по цене и спросу они узнают только при завершении строительства. До этого ситуация на рынке находилась в точке Е. После завершения строительства на рынке образовалось количество домов, соответствующее точке 1. Но такое количество потребители не готовы купить по прежней цене, как в точке Е. Чтобы распродать имеющееся количество, производители опускают цену до точки 1.

В результате объемы строительства сокращаются и через определенное время предложение на рынке уменьшается до уровня точки 2. Создается дефицит. Начинается ажиотаж. После чего цены вырастают до точки 3. Производители в ответ на это, спустя время, увеличивают предложение, в результате количество растет с точки 3 до точки 4. Таким образом, мы видим, что амплитуда колебаний по цене и количеству убывает. Это объясняется тем, что предложение по причине своей неэластичности изменяется медленнее, чем происходило предшествующее изменение цены. Более эластичный спрос не дает цене резко меняться при изменении объемов.

**Задание.** Выберите несколько рынков и проанализируйте ситуацию возникновения неравновесия на них.

## 9. Эффективность производства, теория затрат

### 9.1. Структура дохода предприятия, прибыль

В процессе своей деятельности предприятие производит и реализует товары (услуги), затрачивая при этом определенные ресурсы.

Полученные от продажи товаров средства (доход, выручка) распределяются следующим образом. Выручка (доход) = затраты + прибыль. Также доход может иметь следующую структуру (рис. 10).

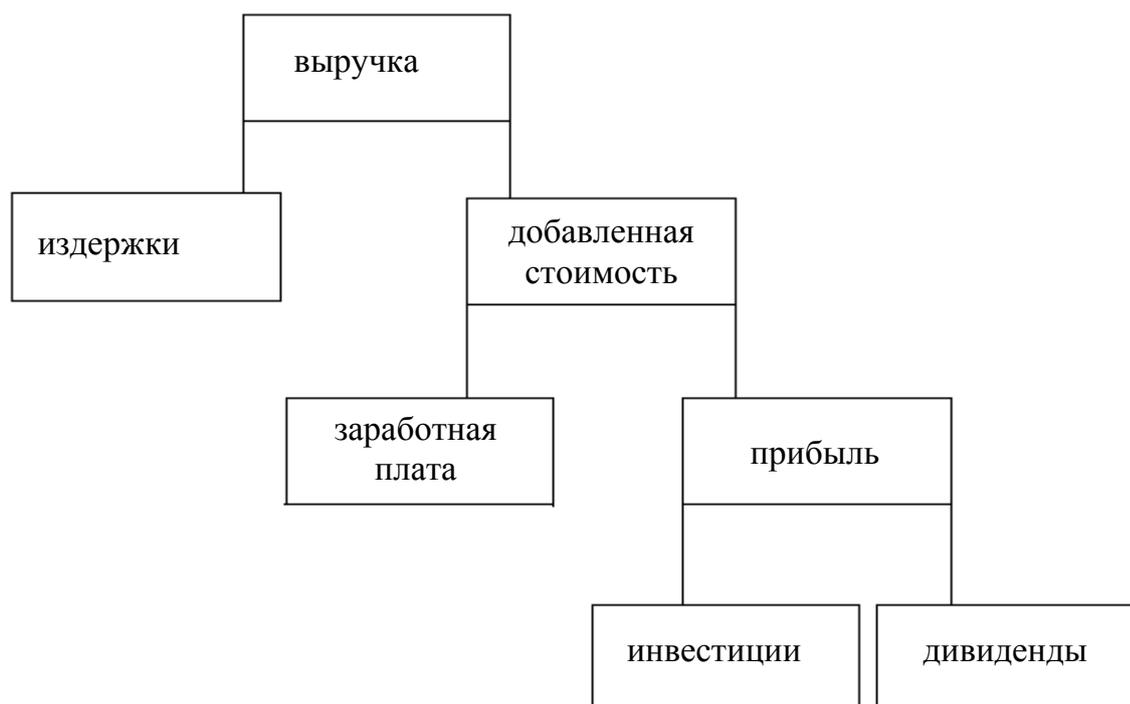


Рис. 10. Структура дохода предприятия

Выручка предприятия состоит из издержек (за вычетом заработной платы) и добавленной стоимости. Добавленная стоимость – это стоимость, созданная на данной стадии производства. Она делится на прибыль и зарплату. Соотношение зарплаты и прибыли в добавленной стоимости может характеризовать уровень эксплуатации.

Инвестиции – это часть прибыли, которая идет (возвращается) на расширение производства.

Дивиденды – часть прибыли предприятия, выводимая за его пределы в качестве дохода собственников. Теперь рассмотрим категорию прибыли.

Прибыль в рыночном хозяйстве является вознаграждением такого специфического фактора, как предпринимательство. Специфического, во-первых, потому, что предпринимательство, в отличие от капитала или земли, неосязуемо. Во-вторых, мы не можем трактовать прибыль как своеобразную равновесную цену, по аналогии с рынком труда, капитала и земли.

Прибыль обычно определяют как разность между полной выручкой и полными издержками. Однако уже этот упрощенный подход к проблеме рождает новые вопросы. Определение полной выручки не составляет трудности (это произведение количества произведенной продукции на цену единицы товара).

Рассмотрим категорию затрат. С точки зрения бухгалтера, в издержки должны включаться денежные расходы, которые фирма несет на приобретение машин, оборудования, сырья, материалов, на выплату заработной платы работникам и т. д. Фирма выплачивает эти деньги внешним по отношению к ней хозяйствующим субъектам, она покупает необходимые ресурсы на рынке. Поэтому эти затраты называются внешними издержками. Внешние, или бухгалтерские, издержки включают в себя только явные денежные затраты. Бухгалтерская прибыль представляет собой разность между полной выручкой и внешними (бухгалтерскими) издержками.

Однако, согласно экономической теории, капитал является одним из факторов производства, а вознаграждение каждого фактора производства соответствует его предельному вкладу в создание продукта и, следовательно, должно входить в издержки. Другими словами, в экономические издержки должна входить стоимость услуг всех факторов производства, независимо от того, покупаются ли они на рынке или являются собственностью фирмы. Как уже отмечалось, издержки производства должны рассматриваться с точки зрения ценности альтернативных возможностей, которыми приходится жертвовать. Так, любой предприниматель, выбирая сферу приложения своего капитала, сравнивает альтернативные варианты с точки зрения ожидаемых выгод и выбирает наиболее эффективный для себя вариант. Выбрав, например, вложение капитала в производство мебели, он, по суще-

ству, отказывается (жертвует) от получения дохода в сельском хозяйстве или страховом деле. Этот упущенный, или альтернативный, доход должен входить в издержки владельца капитала. Используя собственные ресурсы: собственный капитал, собственную землю, собственные предпринимательские способности, – владелец этих факторов не несет явных денежных затрат, это неоплачиваемые, или внутренние, издержки. Но это именно издержки, поскольку они могут быть представлены в денежной форме в виде платежей, которые могли бы быть получены фирмой при альтернативном использовании данных внутренних ресурсов. Потеря этих платежей и означает, что фирма несет издержки (Курс экономической теории / под ред. М. Н. Чепурина, Е. А. Киселева).

Вместе с тем очевидно, что в условиях свободной конкуренции переливы капитала из отрасли в отрасль в поисках более высокого дохода должны привести к выравниванию альтернативной ценности различных вариантов капиталовложений. В этом случае полные издержки предпринимателя совпадут с полной выручкой. Значит ли это, что предприниматель – владелец капитала – не получит никакого дохода? Такой вывод будет ошибочным.

Доход предпринимателя будет складываться по крайней мере из двух частей. Одна часть дохода будет представлять собой плату за труд предпринимателя, за организацию и ведение дела, т. е. то, что в современной экономической науке принято называть безусловной заработной платой. Вторая часть дохода предпринимателя обусловлена тем, что он собственник капитала и вложил в дело этот капитал. Как уже было показано, эта часть дохода может быть выражена в виде годовой процентной ставки, которая, в свою очередь, является количественным выражением чистой производительности капитала.

Эти две части дохода предпринимателя будут представлять собой прибыль с точки зрения бухгалтера, но с точки зрения экономиста – это все элементы издержек. Экономическая прибыль возникает в том случае, если общая выручка превышает все издержки – и внешние и внутренние, включая в последние и нормальную прибыль на капитал в размере процента. Наличие экономической прибыли объясняется следующим. Мы исходим из наличия условий свободной конкуренции, ничем не ограничиваемых переливов капитала в поисках более высокого дохода, опти-

мального поведения хозяйствующих индивидуумов, основанного на рациональном использовании полной и достоверной информации. Кроме того, мы фактически предполагаем, что экономика является статичной, т. е. ее важнейшие параметры – численность населения, предложение ресурсов, технический уровень производства, вкусы и предпочтения – остаются неизменными. Статичная экономика вполне предсказуема, экономическая неопределенность сведена к минимуму. В таких условиях экономическая прибыль (сверх вознаграждения за управленческий труд и дохода в форме чистой производительности капитала) должна исчезнуть. Нулевая экономическая прибыль может являться следствием статичной экономики и свободной конкуренции в чистом виде. Но в реальной действительности свободная конкуренция, полное равновесие рынка, статичная экономика существовать не могут. Всегда имеются определенная степень несовершенства конкуренции (монополизация рынка), рыночное неравновесие, неоптимальное поведение индивидуумов. Экономика всегда находится в состоянии динамики, поскольку изменяется население, открываются новые источники сырья, развиваются наука и техника, возникают новые потребности и т. д. Сама экономическая информация является редким благом, недоступным в одинаковой степени для всех участников экономических отношений. Иными словами, любая конкурентная рыночная ситуация характеризуется как известной неопределенностью в результате динамичности экономической системы, так и значительным контролем над производством и ценами в результате монополизации рынков.

Именно эта неопределенность рынка, с одной стороны, и его монополизация, с другой, порождают экономическую прибыль, получаемую отдельными предпринимателями как дополнительный, избыточный доход, превышение полной выручки над полными издержками.

Причины появления этого дополнительного дохода могут быть разнообразными: концентрация производства и дифференциация продукта, тайный сговор производителей и технические нововведения, новаторская деятельность предпринимателей, связанная с предвидением, оригинальностью мышления, смелостью и т. п.

Таким образом, если предпринимательство выступает как фактор, нарушающий равновесие рынка, смещающий кривые спроса и предложения в иное положение под воздействием от-

крытия новых технологий, новых рынков и т. п., то и прибыль не может выступать как равновесная цена.

Получение прибыли как избыточного дохода, с одной стороны, не может, как правило, иметь длительного характера, так как конкуренция в конце концов ведет к выравниванию условий хозяйствования, повсеместному распространению технических нововведений и т. п. Но с другой стороны, причины, порождающие прибыль, постоянно появляются вновь и воспроизводятся, и с этой точки зрения мы вправе рассматривать прибыль как постоянное явление в рыночной экономике, играющее огромную стимулирующую роль. Стремление получить экономическую прибыль и обойти конкурентов, укрепить свои позиции на рынке – постоянно действующий мотив предпринимательской деятельности, толкающий экономику вперед, к постоянному развитию. Ожидание прибыли стимулирует наиболее эффективное распределение и использование ресурсов, снижение затрат, технические нововведения, освоение новых видов производства, в конечном итоге экономический рост и более полное удовлетворение потребностей.

Вместе с тем важно подчеркнуть, что неопределенность, приносящая прибыль одним предприятиям, одновременно порождает убытки для других. Однако постоянная угроза убытков является таким же мощным стимулом, как и желание получить прибыль.

## ***9.2. Постоянные, переменные и предельные затраты, маржинальная прибыль***

Общие издержки производства (ТС) делятся на два вида: постоянные (FC) и переменные (VC). К постоянным относятся издержки, которые не изменяются от объемов выпуска продукции, например арендная плата. Сколько бы продукции вы ни продавали, она всегда будет неизменной по отношению к объему продукции. Соответственно, чем больше продукции мы продаем, тем меньше арендной платы приходится на единицу продукции. Этим и объясняется положительный эффект масштаба в экономике: чем больше объем продукции, тем меньше издержки на единицу и соответственно меньше цена. Поэтому при ведении бизнеса необходимо задавать поставщику не просто вопрос, сколько это стоит, а сколько это стоит при данном количестве.

К переменным относятся издержки, которые изменяются с объемом выпуска продукции. Например, расходы на закупку товара. Сколько бы товара вы ни покупали, за каждую единицу придется платить. Разберем на примере задачи.

Имеется 2 тарифных плана сотовой связи. На одном тарифном плане абонентская плата 100 руб., в нее не входят разговоры, но за каждую минуту разговора плата составляет 1 рубль. На втором тарифном плане абонентской платы нет, но каждый звонок стоит 2 рубля.

Какой тарифный план более выгоден, если мы будем мало говорить? если много? Как рассчитать количество звонков, при котором общие затраты на обоих планах сравняются?

	1 тар. план	2 тар. план
Абонентская плата (пост. затр.)	100	–
Плата за каждую дополнительную минуту (ср. пер. затр.)	1	2

Из задачи видно, что если мы сделаем всего один звонок на первом тарифном плане, то затратим 101 руб. (100 р. + 1 р.), если сделаем звонок на втором тарифном плане, то затратим 2 р., если мы сделаем 200 звонков, то затратим на 1 т. п. 300 р., а на втором 400 р. в среднем получается 1,5 р. и 2 р. соответственно. Т. е. первый план при данном количестве звонков уже выгоднее, т. к. абонентская плата делится на 200 и средние постоянные издержки на одну единицу составят 0,5 р. + 1 р. среднепеременных затрат. В то время как на втором тарифном плане средние затраты всегда будут 2 рубля.

Рассчитаем количество звонков, при котором затраты сравняются на обоих планах:  $100/2-1=100$ . Т. е.  $2-1$  – это экономия на среднепеременных затратах с одного звонка; если мы сделаем 100 звонков, то экономия на переменных затратах со 100 звонков пойдет на покрытие абонентской платы.

*Нужно разделять общие затраты на постоянные и переменные, а также средние. Выводом может быть следующее: если производим большой объем продукции, то целесообразно понести вначале большие вложения в виде постоянных затрат, а затем большим выпуском с низкими среднепеременными затратами добиваемся низкой себестоимости продукции.*

Другой категорией затрат являются предельные затраты (МС) – это затраты, приносимые каждой дополнительной единицей продукции. В нашем случае за каждый дополнительный звонок вы будете платить 1 р. на 1 тарифном плане и 2 р. на втором. Предельные затраты рассчитываются по формуле:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

В экономике разделение на постоянные и переменные издержки необходимо для расчета себестоимости и рентабельности в зависимости от объема выпуска.

Для этого дополнительно существует понятие «маржинальная прибыль» (сумма покрытия). Вспомним составляющие выручки:

**Выручка = затраты (переменные + постоянные) + прибыль.**

Т. о., маржинальная прибыль = постоянные + прибыль = выручка – переменные. Все перечисленные показатели бывают общими и средними (приходящиеся на одну единицу продукции = общие/количество). Как правило, используется следующая формула: Прибыль = количество единиц \* (цена за единицу – переменные издержки за единицу) – постоянные издержки.

**Задача.** Предприниматель торгует компакт-дисками в торговом модуле.

Аренда торгового модуля = 6000 руб.

Оклад продавца = 2000 руб.

Единый налог на вмененный доход = 1000 руб.

Цена продажи компакт-диска = 80 руб.

Цена покупки = 45 руб.

Премия продавца = 5 руб. с каждого диска.

Сколько необходимо продать дисков, чтобы 1) окупить все издержки; 2) получить прибыль в 6000 рублей?

Для расчета необходимо распределить все издержки на постоянные и переменные. К постоянным мы относим аренду модуля, оклад продавца, единый налог, поскольку эти расходы придется нести независимо от объема продаж.

Постоянные = 6000 р. + 2000 р. + 1000 р. = 9000 р.

К переменным относятся покупка диска и премия продавца с продажи диска, поскольку сколько бы дисков мы ни продавали, за каждый диск придется платить 45 руб. при покупке и 5 руб. отдавать продавцу за каждый проданный диск.

Переменные с одного диска = 45 руб. + 5 руб. = 50 руб.

Маржинальная прибыль с одного диска = 80 руб. – 50 руб. = 30 руб.

В первом случае прибыль равна нулю, т. к. нам надо покрыть только издержки.

Делим общую маржинальную прибыль, равную 9000 руб. (постоянные (9000)+прибыль (которая составляет ноль)) \* на маржинальную прибыль с одного диска.

Получаем: 300 дисков необходимо продать, чтобы окупить все издержки.

Во втором случае маржинальная прибыль составит 15000 р. (9000 р.+6000 р.), и количество проданных дисков будет 500.

При этом можно заметить, что выручка уменьшается и увеличивается непропорционально прибыли. Так, например, если мы продадим не 500, а 400 дисков, то наша выручка упадет на 20%, а прибыль уменьшится в 2 раза и составит 3000 руб. Тот же самый эффект будет верен, если цену диска уменьшить. Например, мы снизили цену до 60 руб. В этом случае цена диска уменьшилась на одну четверть, а маржинальная прибыль уменьшилась втрое (было 30 руб., стало 10 руб.). В то же время уменьшение цены, как правило, приводит к увеличению продаж и общему увеличению прибыли (например, по цене 80 вы продавали 1 диск и имели 30 р. маржинальной прибыли, уменьшив цену до 60, вы продали 4 диска и получили 40 р. маржинальной прибыли; но покупатель может купить в ответ на снижение цены всего два диска, и ваша общая маржинальная прибыль сократится до 20 р.). Также можно заметить, что по мере увеличения выручки доля прибыли в ней растет. Этот метод разнесения затрат на постоянные и переменные называется «управление затратами».

Для определения уровня прибыли при данном объеме затрат существует коэффициент рентабельности = прибыль/затраты \* 100. Данный коэффициент показывает, сколько приходится прибыли на 1 рубль затрат. Чем выше коэффициент рентабельности, тем более эффективно производство, тем меньше средств нам требуется вложить, чтобы получить данный объем прибыли. В нашей задаче по мере увеличения объемов производства рентабельность будет расти, так как доля прибыли в выручке будет расти.

**Задание.** На основании данных задачи заполните таблицу.

Кол. дисков	Общ. з.	Пост. з.	Пер. з.	Ср. общ..	Ср. пост.	Ср. пер.
100						
200						
300						
400						
500						
600						

Кол. дисков	Пред. затр.	Цена	Выручка	Приб./убыт.	Ср. пр.	Рент.
100						
200						
300						
400						
500						
600						

### **9.3. Закон убывающей предельной производительности. Взаимосвязь общего, среднего и предельного продуктов. Эффект масштаба**

Закон убывающей предельной производительности действует в краткосрочном временном интервале, когда один производственный фактор остается неизменным. Действие закона предполагает неизменное состояние техники и технологии производства. Если в производственном процессе будут применены новейшие изобретения и другие технические усовершенствования, то рост объема выпуска может быть достигнут при использовании тех же самых производственных факторов, т. е. технический прогресс может изменить границы действия закона.

Если капитал является фиксированным фактором, а труд – переменным, то фирма может увеличить производство за счет использования большего количества трудовых ресурсов. Но по закону убывающей предельной производительности последовательное увеличение переменного ресурса при неизменности других ведет к убывающей отдаче данного фактора, т. е. к снижению

предельного продукта или предельной производительности труда. Если же наем рабочих будет продолжаться, то в конечном итоге они будут мешать друг другу (предельная производительность станет отрицательной) и объем выпуска сократится.

Предельная производительность труда (предельный продукт труда –  $MP_L$ ) – это прирост объема производства от каждой последующей единицы труда:

$$MP_L = \frac{\Delta Q_L}{\Delta L},$$

т. е. прирост производительности к совокупному продукту ( $TP_L$ ) равен

$$MP_L = \frac{\Delta TP_L}{\Delta L}.$$

Аналогично определяется предельный продукт капитала  $MP_K$ .

Основываясь на законе убывающей производительности, проанализируем взаимосвязь общего ( $TP_L$ ), среднего ( $AP_L$ ) и предельного продуктов ( $MP_L$ ) (рис. 11).

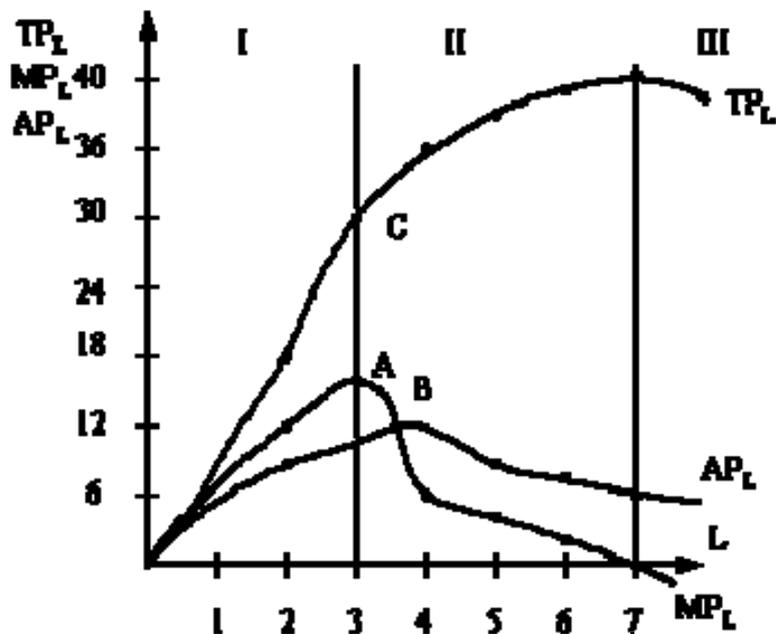


Рис. 11. Динамика и взаимосвязь общего, среднего и предельного продуктов

В движении кривой общего продукта ( $TP$ ) можно выделить три этапа. На 1 этапе она поднимается вверх ускоряющимися

темпами, т. к. предельность продукта (MP) возрастает (каждый новый рабочий приносит больше продукции, чем предыдущий) и достигает максимума в точке А, т. е. скорость роста функции максимальна. После точки А (2 этап) в силу действия закона убывающей отдачи кривая MP падает, т. е. каждый нанятый рабочий дает меньшее приращение общего продукта по сравнению с предшествующим, поэтому темп роста TP после TC замедляется. Но пока MP будет положительным, TP будет все равно увеличиваться и достигнет максимума при  $MP=0$ .

На 3 этапе, когда количество рабочих становится избыточным по отношению к фиксированному капиталу (станки), MP приобретает отрицательное значение, поэтому TP начинает снижаться.

Конфигурация кривой среднего продукта AP также обусловлена динамикой кривой MP. На 1 этапе обе кривые растут, пока приращение объема выпуска от вновь нанятых рабочих будет большим, чем средняя производительность ( $AP_L$ ) ранее нанятых рабочих. Но после точки А ( $\max MP$ ), когда четвертый рабочий добавляет к совокупному продукту (TP) меньше, чем третий, MP уменьшается, поэтому средняя выработка четырех рабочих также сокращается.

В процессе производства приходится искать оптимальное сочетание производственных ресурсов исходя из их производительности и стоимости. Для этого используют сочетание кривых: изокванты и изокосты.

*Изокванта*, или кривая постоянного (равного) продукта, – кривая, представляющая бесконечное множество комбинаций факторов производства, обеспечивающих одинаковый выпуск продукции.

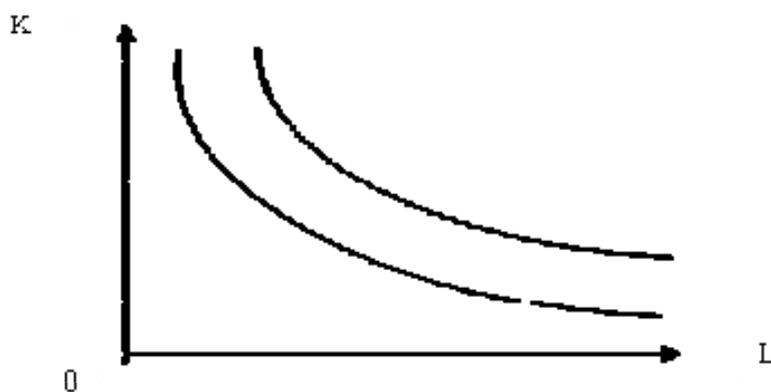


Рис. 12. Изокванта

Изокванта, лежащая выше и правее другой, представляет собой больший объем выпускаемой продукции. Совокупность изоквант, каждая из которых показывает максимальный выпуск продукции, достигаемый при использовании определенных сочетаний ресурсов, называется картой изоквант.

Увеличение затрат фактора (труда) компенсирует уменьшение затрат фактора (капитала). **Предельная норма технического замещения, или технологической замены (MRTS)** – количество одного ресурса, которое может быть сокращено в обмен на единицу другого ресурса при сохранении неизменным общего объема выпуска продукции:

$$MRTS_{LK} = \frac{\Delta K}{\Delta L}$$

Наклон изокванты измеряет предельную норму технологической замены. Максимизировать выпуск при данных издержках позволяет изокоста (прямая равных издержек). *Изокоста* – это прямая линия, показывающая все сочетания ресурсов, использование которых требует одинаковых затрат.

Рост бюджета производителя или снижение цен ресурсов сдвигает изокосту вправо, а сокращение бюджета или рост цен – влево. Касание изокванты с изокостой определяет положение равновесия производителя (точка Т), т. к. позволяет достичь максимального объема производства при имеющихся ограниченных средствах.

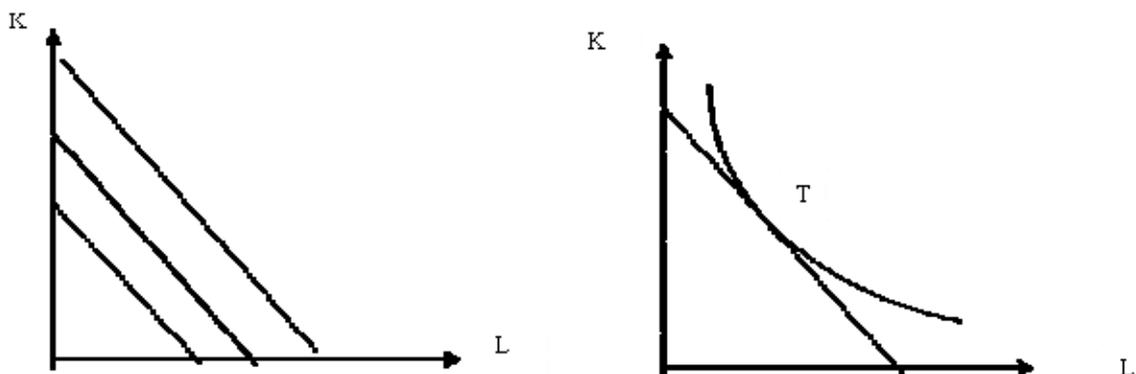


Рис. 13. Изокоста и равновесие производителя

## 9.4. Краткосрочный и долгосрочный периоды, эффект масштаба

Краткосрочный период в экономике проявляется в том, что фирма может изменить задействованные факторы, кроме минимум одного. *В этом периоде существуют постоянные затраты.*

Долгосрочный период в деятельности фирмы характеризуется изменением количества всех используемых производственных факторов. *Отсутствуют постоянные затраты.*

Например: если мы тратим деньги на аренду магазина, то для нас это будут постоянные затраты. Чтобы открыть второй магазин, необходимо время, в течение которого мы можем использовать только один магазин. Но в будущем мы можем открывать магазины в большом количестве и первоначальные затраты (которые были неизменными) будут меняться вместе с объемом продукции.

Таким образом, если взглянуть на график (каждая ступенька – это новый магазин) то получается, что постоянные издержки в конечном итоге превращаются в переменные. Такие затраты называются условно-постоянными.

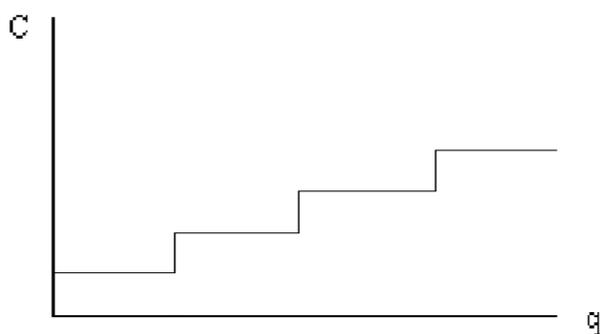


Рис. 14. Условно-постоянные затраты

С увеличением объема продукции её себестоимость может изменяться. Это называется эффектом масштаба. Применительно к долгосрочному периоду это можно представить в виде следующего графика.

**В данном случае эффект масштаба** 1) проявляется в изменении долговременных средних издержек производства (LATC);

2) кривая LATC является огибающей минимальных краткосрочных средних затрат фирмы на единицу продукции (рис. 15).

Реакция LATC на изменение параметров (масштаба) фирмы может быть различной (рис. 15).

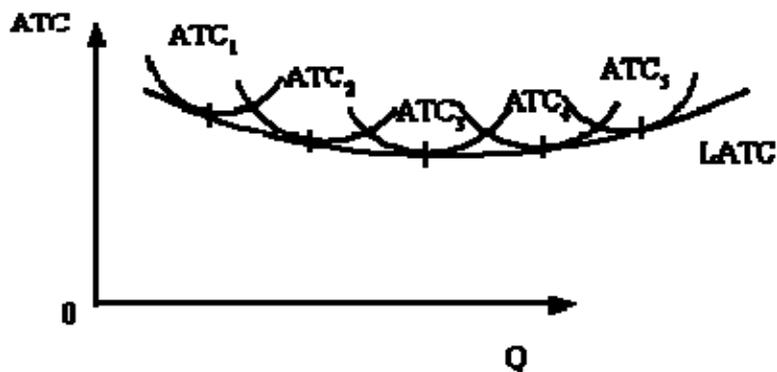


Рис. 15. Кривая долгосрочных и средних издержек фирмы

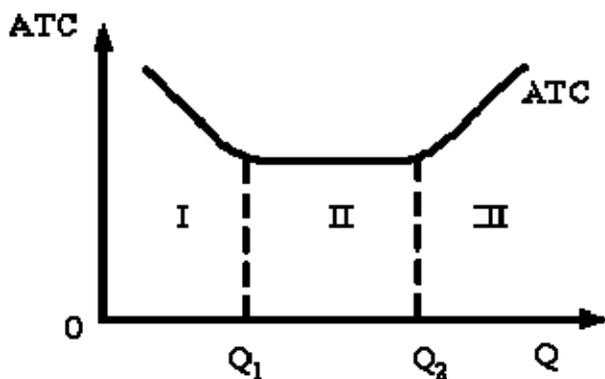


Рис. 16. Динамика долгосрочных средних издержек

Выделяют следующие виды эффекта масштаба.

I этап: положительный эффект от масштаба	Увеличение объема выпуска сопровождается снижением LATC, что объясняется эффектом экономии (например, за счет углубления специализации труда, применения новых технологий, эффективного использования отходов).
II этап: постоянная отдача от масштаба	При изменении объема издержки остаются неизменными, т. е. рост количества применяемых ресурсов на 10 % вызвал рост объемов производства также на 10 %.
III этап: отрицательный эффект масштаба	Рост объема производства (например, на 7 %) вызывает рост LATC (на 10 %). Причиной ущерба от масштаба могут быть технические факторы (неоправданные гигантские размеры предприятия), организационные причины (рост и негибкость административно-управляющего аппарата).

(Серяков С. Г. Макро- и микроэкономика для менеджеров // Бизнес-курс. MBA. Экономика и финансовые рынки [электронный ресурс]. М., 2006. CD-ROM.)

Данные закономерности можно проиллюстрировать на примере сталелитейного предприятия. Для производства стали нужен уголь, поэтому предприятие скупает близлежащие шахты. При разработке шахты вначале себестоимость тонны угля падает (кривая средних затрат в краткосрочном периоде). Но затем шахта истощается, уголь приходится добывать в более трудных условиях. Предельные затраты на каждую тонну угля возрастают, и растут средние затраты. Предприятие открывает несколько шахт, в результате себестоимость угля на шахтах уменьшается. Но в конечном итоге все шахты в регионе могут быть задействованы и уголь придется завозить с более отдаленных шахт. В результате кривая средних долгосрочных затрат вырастает.

### *Примеры эффекта масштаба*

#### **Пример 1**

На разработку А380 (самый большой пассажирский самолет) ушло около 10 лет. Стоимость всей программы около 12 млрд евро. Airbus утверждает, что для возмещения затрат корпорации необходимо продать 420 самолётов, хотя, по оценкам некоторых аналитиков, цифры должны быть намного больше.

#### **Пример 2**

В-2 (бомбардировщик) является самым дорогим самолётом в мире (и, вероятно, самым дорогим самолётом в истории авиации). В 1998 г. стоимость одного В-2 без учёта НИОКР составляла 1,157 млрд долларов. Стоимость всей программы В-2 на 1997 г. оценивалась почти в 45 млрд долларов; таким образом, с учётом НИОКР стоимость одной машины в тот момент достигала 2,1 млрд долларов.

#### **Пример 3**

Чем реже встречается болезнь, тем дороже препарат, который разрабатывают фармацевты. Всего 500 человек страдают в США генетическим заболеванием, известным как синдром Хантера. Разработанное для этих пациентов лекарство «Илэпрейз» (Elaprase) стоит 375 тыс. долларов в год. Только американский рынок «Илэпрейз», разработанного компанией Shire

Pharmaceuticals, составил в прошлом году 353 млн долларов. Например, расстройством иммунной системы, при котором прописан препарат «Солирис», в США страдают 8 тыс. человек. Тем не менее продажи препарата в 2009 г. достигли почти 300 млн долларов.

#### **Пример 4**

В США на смену подводным кораблям собираются создать 12 тяжелых подводных атомных кораблей, построенных по программе «Огайо Replacement». На данный момент известно о планировании вооружить новые подлодки баллистическими ракетами «Trident II D-5 LifeExtension» в количестве 16 единиц. Общее руководство программы проектирования новейших ПЛАРБ положено на офис PMS 397 «Ohio Replacement programme». Данный офис PMS 397 замыкается на командование «Naval Sea Systems Command». Предполагаемая дата начала строительства первой (головной) ПЛАРБ – 2018 год. Полный контракт на производство подводных кораблей нового образца заключат в 2019 году. Весь цикл создания нового подводного корабля займет около семи лет. Этот цикл производства аналогичен циклу создания подлодок «Вирджиния». Ввод в строй первой ПЛАРБ, после цикла испытаний, ожидается в 2027 году. Основное сопротивление программе создания новых ПЛАРБ оказывает бюджет программы. Так, ожидаемые финансовые затраты на создание всех новых ПЛАРБ составят 73 млрд долларов. С 2020 г. эта программа начнет поглощать треть всего финансирования, выделяемого на программу создания американского флота. Программа рассчитана на перспективу создания и модернизации ВМС Соединенных Штатов в течение 30 лет. PMS 397 оценивает постройку первого корабля в 11 млрд долларов. В эту сумму входят: проектные работы – 4,5 млрд долларов; создание подводного корабля – 6,5 млрд долларов. Примерная стоимость каждого оставшегося в серии корабля – 5,5 млрд долларов. Руководство программы проводит комплексные меры по удешевлению стоимости подлодок, сейчас разговор идет о 5 млрд долларов за подлодку.

#### **Пример 5**

После создания американского танка «Абрамс» компания-производитель поставила условие правительству, что цена

танка будет чуть более 300 тыс. долл. (начало 1980-х) при условии, что танков будет куплено не менее 2000 единиц.

Падение цен на сотовую связь объясняется не только конкуренцией, но и прежде всего снижением издержек при большом количестве абонентов. Поэтому во многих отраслях и сегментах рынка могут существовать только крупные предприятия. Например, для производства автомобилей среднего класса необходимо предприятие с объемом выпуска не менее 500 тыс. в год.

В сталелитейной промышленности рентабельным считается предприятие с объемом выпуска 2,5 млн тонн.

### **Пример 6. Преимущества крупных компаний**

В таблице представлены показатели компаний АВТОВАЗ и Toyota. Из данных таблицы видно преимущество компании Toyota, особенно в сфере НИОКР.

Таблица 4

#### *Сравнение АВТОВАЗА и Toyota*

	<b>АВТОВАЗ</b>	<b>Toyota</b>
Выручка	6,5 млрд долл.	200 млрд долл.
Количество автомобилей	около 800 тыс.	около 10 000 т.
Расходы на НИОКР	около 180 млн долл.	7 500 млн долл.

### **Пример 7. Нереализованный эффект масштаба**

Специалисты констатируют, что покупатели не хотят покупать марку Maybach, сообщает портал mail.ru. За семь лет производства было продано всего около 3000 Maybach.

«Оказывается, проект Maybach оказался настолько провальным, что концерн Daimler теряет на каждом проданном авто около...500 тыс. долларов! И это учитывая, что новая машина стоит в США менее 400 тыс. долларов», – уточняет издание.

Профессионалы связывают такую ситуацию с тем, что Daimler вложил в разработку Maybach в общей сложности около 1,33 млрд долларов, плюс много средств было потрачено на создание специальных дилерских центров, систему круглосуточного обслуживания и поддержки клиентов, да и содержание огромного штата сотрудников тоже обходится в приличную сумму.

По словам экспертов, изначально было понятно, что Maybach будет приносить лишь убытки. Однако этот проект был нужен Daimler для улучшения имиджа. Кроме того, никто не предполагал, что спрос на Maybach будет таким низким (а в последние годы он вообще практически сошел на нет).

**Пример 8. Выдержка из книги А. Маршалла «Принципы экономики»**

Главные преимущества крупномасштабного производства заключаются в экономии квалифицированного труда, экономии машин и экономии сырья, однако последняя быстро теряет свое значение по сравнению с первыми двумя. Правда, конечно, обособленный работник часто выбрасывает ряд мелких вещей, которые на фабрике были бы собраны и с пользой пущены в дело. Однако такого рода расточительство едва ли может возникнуть в локализованном предприятии обрабатывающей промышленности, даже если оно находится в руках мелких владельцев; оно очень мало наблюдается в любой отрасли производства современной Англии, за исключением сельского хозяйства и домашнего приготовления пищи. Несомненно, многие из самых важных достижений последнего времени обязаны своим появлением использованию того, что составляло прежде отходы производства, но обычно это являлось следствием важного изобретения – в области химии или механики, – применение которого стимулировалось дробным разделением труда, но непосредственно от него не зависело. *[Примером тому служит использование отходов от хлопка, шерсти, шелка и другого текстильного сырья, побочных продуктов в металлургической промышленности, в производстве соды и газа, а также в американской нефтяной и мясоконсервной промышленности.]*

Верно также, что, когда сотни комплектов мебели или одежды приходится выкраивать по совершенно одинаковой модели, стоит уделять большое внимание такому точному раскрою досок или ткани, чтобы в отходы попадало лишь очень немного мелких обрезков. Однако это представляет собой экономию, проистекающую из мастерства; одна модель изготавливается для многократного использования, а поэтому ее возможно сделать очень тщательно и точно. Итак, мы можем теперь перейти к вопросу об экономии от применения машин.

Несмотря на помощь, которую могут получать мелкие предприниматели от вспомогательных производств в округе, где сосредоточено много предприятий одной и той же отрасли, они оказываются в большом затруднении из-за возрастающего многообразия и дороговизны машин. На крупном предприятии часто применяется много дорогостоящих машин, специально изготовленных для выполнения одной узкой операции. Каждая такая машина требует довольно значительной площади и хорошего освещения и, таким образом, существенно увеличивает рентные платежи и общие расходы фабрики; к тому же, помимо процента и затрат на ремонтные работы, требуются большие амортизационные отчисления в расчете на вероятность усовершенствования такой машины в скором времени. *[Средний срок эксплуатации машины до ее замены новой во многих отраслях не превышает 15 лет, а в некоторых – 10 и даже еще меньше лет. Часто применение машины приносит убыток, если она не окупает в год 20% своей стоимости; когда машина стоимостью 500 ф. ст. выполняет операцию, добавляющую лишь 1% к стоимости обработанного ею материала – а это вовсе не исключительный случай, – она станет приносить убыток, если ее использование не обеспечит ежегодное производство продукции на сумму по крайней мере 10 тыс. ф. ст.]*

Владельцу мелкого предприятия приходится поэтому многие предметы изготовлять при помощи ручного труда или плохих машин, хотя он и знает, как лучше и дешевле их производить специальными машинами, если бы только он был в состоянии полностью их загрузить.

Впрочем, мелкому предпринимателю не всегда могут быть известны лучшие машины для его производства. Верно, конечно, что, когда производство, которым он занимается, уже давно ведется в крупных масштабах, применяемые им машины соответствуют современному техническому уровню, если только он в состоянии приобрести их на рынке. Например, в сельскохозяйственном и хлопчатобумажном производстве совершенствование машин осуществляется почти исключительно самими машиностроителями, и они доступны всем, по крайней мере при условии оплаты отчислений за патентные права. Но это не относится к отраслям, находящимся на начальной стадии своего развития или быстро меняющим характер своего производства, как, например,

химические отрасли, часовая промышленность, некоторые отрасли производства джута и шелка; это не относится также к множеству постоянно возникающих производств для удовлетворения каких-нибудь новых потребностей или переработки каких-нибудь новых материалов.

Во всех таких отраслях новые машины и новые технологические процессы создаются предпринимателями для применения в собственном производстве. Всякое нововведение представляет собой эксперимент, который может потерпеть и неудачу, а удачные эксперименты должны окупить затраты на самих себя и на неудачные эксперименты; хотя мелкий предприниматель может полагать, что ему ясен способ усовершенствования, он должен учесть необходимость тщательной проверки нововведения в испытаниях, значительный риск и затраты, существенные перерывы в остальной его работе; даже в том случае, когда он оказывается способен добиться благоприятного результата, он едва ли в состоянии наилучшим образом им воспользоваться. Он может, например, создать новый сорт продукта, который имел бы широкий сбыт, если привлечь к нему всеобщее внимание, но на это потребовалось бы израсходовать много тысяч фунтов стерлингов, и даже в этом случае ему пришлось бы отказаться от своего новшества. Дело в том, что он не в силах выполнить задачу, названную Рошером специфической задачей современного промышленника, а именно задачу создания новых потребностей путем показа людям чего-то такого, что им и не снилось прежде иметь, но что они хотели бы заполучить немедленно, как только им это покажут. Например, в гончарном производстве мелкий предприниматель не может позволить себе даже осуществлять эксперименты с новыми образцами и рисунками, за исключением лишь самых предварительных опытов. Его шансы на усовершенствование процесса изготовления изделий лучше там, где уже имеется хороший рынок сбыта таких изделий. Но даже и здесь он не может извлечь всю выгоду из своего изобретения, если он его не запатентует и не продаст право на использование патента, либо не позаимствует какой-то капитал для расширения собственного производства, либо, наконец, не изменит профиль своего предприятия и обратит весь свой капитал на тот производственный участок, к которому относится изобретение. Но, по существу, такого рода случаи исключительны: рост разнообразия машин и рост их до-

роговизны повсюду тяжело сказываются на положении мелкого предпринимателя. Из некоторых отраслей они уже вытеснили его полностью, а из других он быстро вытесняется.

Существуют, однако, отрасли, в которых преимущества, получаемые крупной фабрикой от экономии за счет применения машин, почти исчезают, как только предприятие достигает умеренного размера. Например, в хлопкопрядильном или ситценабивном производстве сравнительно небольшая фабрика сохраняет свои позиции и обеспечивает постоянную загрузку самых лучших машин на всех операциях, вследствие чего крупная фабрика практически оказывается лишь средоточием нескольких параллельных мелких фабрик под одной крышей; на деле некоторые хлопкопрядильные фабриканты, расширяя свои предприятия, считают за лучшее дополнить их ткацким цехом. В подобных случаях крупные предприятия не достигают вовсе или достигают мало экономии от применения машин, однако даже и при этом они обычно кое-что экономят на фабричных зданиях, в частности на дымовых трубах, они экономят также на расходе паровой энергии, на управленческих издержках и на ремонте двигателей и машин. Крупные текстильные фабрики имеют собственные столярные и механические цеха, которые сокращают затраты на ремонт и предотвращают простои из-за перебоев в работе оборудования. *[Весьма примечателен факт, что хлопчатобумажные и некоторые другие текстильные фабрики составляют исключение из общего правила, согласно которому размер капитала, требующийся в среднем на одного рабочего, на крупной фабрике обычно больше, чем на мелком предприятии. Причина этого кроется в том, что в большинстве других отраслей на крупных предприятиях дорогостоящими машинами производится много такой продукции, какая на мелких изготовляется вручную, в результате чего на крупных фабриках фонд заработной платы по отношению к объему выпускаемой продукции ниже, чем на мелких, а стоимость машин и производственной площади под ними намного выше. Между тем в простейших производствах текстильной промышленности мелкие предприятия располагают такими же машинами, как и крупные, а поскольку небольшие паровые двигатели и другие машины стоят пропорционально дороже, чем более мощные, на мелких предприятиях требуется больше основного капита-*

*ла по отношению к объему продукции, чем на крупных, причем вполне вероятно, что и оборотного капитала на мелких также требуется относительно больше.]*

Существует очень много аналогичных перечисленным выше других преимуществ, которые крупная фабрика, а по существу, практически всякое другое крупное предприятие почти всегда имеет перед мелким. Крупное предприятие закупает все ему необходимое в больших количествах и, следовательно, дешевле; оно платит низкие фрахты и многими другими способами экономит на транспортных издержках, особенно если оно располагает железнодорожной веткой. Часто оно и свою продукцию продает большими партиями и таким образом избавляет себя от излишних хлопот, связанных с ее сбытом; тем не менее оно получает за нее хорошую цену, поскольку предоставляет клиенту удобную возможность для широкого выбора ассортимента и удовлетворения разнообразного спроса; сама репутация крупного предприятия внушает к нему доверие. Оно в состоянии расходовать большие суммы на рекламу через коммивояжеров и иными способами; его агенты доставляют ему из отдаленных мест достоверную информацию по производственно-техническим, коммерческим и кадровым вопросам, а его собственные товары рекламируют друг друга.

Экономия, проистекающая из высокой организации закупок и продаж, составляет одну из главных причин нынешней тенденции к слиянию многих предприятий одной и той же отрасли промышленности или торговли в единое гигантское целое, а также к образованию различного рода коммерческих федераций, включая сюда германские картели и централизованные кооперативные ассоциации. Этот вид экономии также всегда стимулировал концентрацию предпринимательского риска в руках крупных капиталистов, которые, таким образом, избавляют мелких предпринимателей от этой функции.

### **Пример 9. Выдержка из статьи о водных ресурсах. Пример отрицательного эффекта масштаба**

Экономическое процветание развитых стран в значительной степени обусловлено умелым использованием эффекта масштаба, когда отдача каждой следующей единицы затрат увеличивается с ростом объёмов производства. Причины, формирующие возможность эффекта масштаба, действуют в обрабатывающей промышленности, особенно в массовом производстве и высокотехноло-

гичных отраслях. В водопользовании, эксплуатации минеральных и биологических ресурсов, землепользовании подобные причины перекрываются иными факторами – действует закон убывающей эффективности. Затраты на транспортировку воды в масштабах её промышленного, хозяйственно-питьевого и сельскохозяйственного применения (в км<sup>3</sup>) претерпевают резкий скачок при пересечении границ бассейна.

Подчеркнём, что речь идёт о промышленном и сельскохозяйственном использовании пресной воды. Представление о масштабах потребностей различных производств в воде дают несколько примеров. Теплоэлектростанция мощностью 1 млн кВт потребляет более 1 км<sup>3</sup> воды в год, АЭС той же мощности – не менее 1,5 км<sup>3</sup>. Средний расход воды на производство 1 т стали составляет около 20 м<sup>3</sup>, 1 т бумаги – 200 м<sup>3</sup>, 1 т химического волокна – более 4000 м<sup>3</sup>. Импорт 1 т зерна эквивалентен импорту 1000 м<sup>3</sup> воды. Решающим обстоятельством для формирования потоков сельскохозяйственной продукции на мировом рынке становится дефицит воды. По водоёмкости производства ввоз продуктов питания в Северную Африку и на Ближний Восток эквивалентен годовому стоку реки Нил.

Утверждение о резком скачке затрат на транспортировку воды при пересечении границ бассейна справедливо именно для крупномасштабного водопользования, типичного для промышленности и сельского хозяйства. Часто говорят, что бутылка воды стоит дороже, чем бутылка бензина и что перевозить её можно теми же способами, – это справедливо не столько для воды, сколько для бутылок. Скачок транспортных затрат – главная причина, из-за которой водой нельзя торговать так, как торгуют нефтью. Так что смягчение дефицита воды в странах, где он уже имеет место и будет всё больше усиливаться, возможно либо за счёт широкомасштабного применения водосберегающих технологий, либо благодаря отказу от производства водоёмкой продукции и замещению её импортом.

(Данилов-Данилян В. И. Глобальная проблема дефицита пресной воды // Век глобализации. 2008. № 1.)

## 10. Конкуренция и ее виды, рынки несовершенной конкуренции

### 10.1. Понятие конкуренции, виды конкуренции

Конкуренция – это соперничество хозяйствующего субъекта за лучшие условия *производства* и *реализации* продукции. Примечательно, что соперничество идет не только за лучшие условия реализации, но и за лучшие условия приобретения ресурсов. В современной экономике для многих предприятий найти поставщика ресурсов не менее значимо, чем найти покупателя.

Выделяют следующие виды конкуренции:

1. Видовая – конкуренция между отдельными товарами одного вида. Например, конкуренция между производителями телефонов.

2. Функциональная конкуренция – между товарами разных видов. Например, покупатель, имея определенную сумму денег, решает, на что ее потратить – на мобильный телефон или одежду. Т. е. это конкуренция между отдельными функциями потребления.

3. Внутриотраслевая – между предприятиями одной отрасли за ресурсы производства и покупателей.

4. Межотраслевая – между предприятиями разных отраслей. В данном случае конкуренция, как правило, ведется за универсальные ресурсы, которые можно применить во всех отраслях (кредиты, инвестиции, персонал).

5. Совершенная конкуренция – это положение, в котором ни один участник не может оказать влияние на рыночную ситуацию. Достигается это с помощью большого числа производителей, предлагающих однородную продукцию, каждый из которых занимает небольшую долю рынка. Цена товара на совершенно конкурентном рынке определяется взаимодействием совокупного рыночного спроса и рыночного предложения; отдельные же продавцы и покупатели принимают ее как данную, приспособляются к ней, но не в состоянии ее изменить. Ни один продавец или покупатель, изменяя объем своего предложения или спроса, не в состоянии повлиять на рыночную конъюнктуру, но может продать или купить любое количество продукции по этой цене.

Поскольку цена задается рынком, а отдельная фирма может продать любое количество продукции по этой цене, кривая спроса на продукцию фирмы представляет собой горизонтальную ли-

нию: при малейшем повышении цены фирмой спрос на ее товар падает до нуля, т. к. покупатели уходят к другим продавцам.

6. Несовершенная конкуренция – положение, при котором отдельные производители способны оказать влияние на рыночную ситуацию. К несовершенной конкуренции относят монополию, олигополию, монополистическую конкуренцию.

## **10.2. Монополия**

Монополия – это ситуация на рынке, когда существует только один продавец, производящий товар, *не имеющий близких заменителей.*

*Это положение очень важно, так как, покупая товар, мы покупаем не товар, а способность данного товара удовлетворять данную потребность. Например, железные дороги не будут для нас монополией, так как имеется конкуренция со стороны другого транспорта. При этом, если товару на рынке нет близкой замены, мы сами можем ее создать. Например, построить электростанцию, но цена альтернативы будет слишком велика, и монополист может повышать цену до пределов стоимости этой альтернативы. Замену можно найти в принципе всему: вопрос только в цене. Так вот, у монополии эта цена очень высока.*

В условиях монополии производитель способен полностью контролировать объем предложения товара, что позволяет ему выбирать любую цену из возможных в соответствии с кривой спроса, рассчитывая при этом получить максимальную прибыль. Поэтому выбор цены из возможных вариантов предопределен величиной максимальной прибыли, получаемой от продажи возможного количества товара по данной цене.

Стремление монополиста к максимизации прибыли путем установления контроля над ценой и объемом продаж есть нарушение свободной конкуренции и утверждение особой власти на рынке. «Рыночная власть» означает способность продавца (покупателя) влиять на цену товара и его объем.

Монополию от совершенной конкуренции отличают следующие черты.

- Единственный продавец (монополист).
- Реализуемый продукт уникален, поэтому покупатель вынужден платить установленную монополистом цену (или отказаться

от покупки данного товара).

- Полный контроль монополиста над ценой товара и объемом продаж.
- Для потенциальных конкурентов монополист устанавливает труднопреодолимые барьеры.

Искусственные барьеры для предотвращения проникновения на монополистический рынок конкурентов представлены юридическими ограничениями в форме «лицензий», «авторского права», «товарных знаков» или «патентной защиты».

*Лицензия* – это право фирмы на исключительное осуществление определенного вида деятельности на данном рынке.

*Авторское право* контролирует продажу и распространение оригинального произведения в интересах его автора.

*Товарные знаки* – это специальные символы, позволяющие узнавать («идентифицировать») товар, услугу или фирму; конкурентам запрещается использовать зарегистрированные товарные знаки, подделывать их или применять похожие, путающие потребителя.

*Патент* – свидетельство, удостоверяющее права на распоряжение благом (технологией); если фирма имеет патент на технологию производства какого-либо продукта, это делает невозможным производство данного товара другими фирмами в течение срока действия патента.

Вместе с тем монополия может иметь определенные преимущества перед конкуренцией, ярким примером является естественная монополия. Но прежде чем перейти к ней, можно вспомнить примеры, когда чрезмерная конкуренция способствует снижению эффективности и повышает затраты. Например, если на определенном маршруте работает много такси, то у них малые обороты и они вынуждены устанавливать высокие цены, чтобы окупить немногочисленные поездки.

Разновидностью монополии является естественная монополия. Естественная монополия – это ситуация, когда фирма-монополист обеспечивает рынок каким-либо товаром или услугой с меньшими издержками, чем это удалось бы двум или более конкурентам. Зачастую это компании, которые могут функционировать только как единое целое.

*В литературе очень часто приводят примеры компаний, не подпадающих под приведенный критерий. Например, ОАО «Газ-*

*пром». У нас в стране существует много газовых месторождений, которые могут разрабатываться независимо, как и в нефтяной сфере. Бывшую РАО ЕЭС также можно частично отнести к естественным монополиям. Например, производство электроэнергии можно сделать конкурентным рынком, так как каждая электростанция способна функционировать независимо, но распределение электроэнергии по федеральным энергосетям возможно только в рамках единого комплекса.*

Как правило, подобные «естественные монополии» находятся в собственности государства или действуют под его контролем. Существование естественных монополий объясняется эффектом, связанным с масштабом производства, – эффектом экономии ресурсов в результате укрупнения производства. Крупное производство имеет преимущество перед мелким в сравнении величин издержек при однородном производстве. Вследствие лучшей технической оснащённости и большей мощности крупного предприятия происходит повышение производительности труда, а значит понижение издержек на единицу продукции. Это означает более эффективное использование ресурсов. Поэтому естественные монополии становятся положительным явлением для общества, хотя монополистическая природа все равно вынуждает регулировать их деятельность.

Монополия в чистом виде – явление крайне редкое. Как и совершенная конкуренция, она представляет собой скорее экономическую абстракцию. В качестве разновидностей выделяют монополию и билатеральную монополию.

*Монополия* – это монополия, возникающая со стороны спроса, когда на рынке имеется только один покупатель при множестве продавцов. Например, рынок вооружений или рынок труда в небольшом городе с градообразующим предприятием.

*Билатеральная монополия* – это ситуация на рынке, когда существует один продавец и один покупатель. Такая рыночная структура во всем схожа с монополией, черты которой переносятся на покупателя. Примером является рынок эксклюзивных полуфабрикатов и факторов производства, когда например, какое-либо предприятие производит комплектующие и является монополистом по производству этой продукции, но при этом покупателем является только одно предприятие. Таким образом, оба предприятия зависят друг от друга.

### 10.3. Монополистическая конкуренция

Монополистическая конкуренция – это относительно большое количество производителей, предлагающих похожую, но не идентичную (с точки зрения покупателей) продукцию.

В отличие от совершенной конкуренции монополистическая предполагает, что каждая фирма продает особый тип товара, который отличается качеством, оформлением, престижностью, благодаря чему у потребителя складываются «неценовые предпочтения».

В условиях монополистической конкуренции фирма производит не одинаковую, а «дифференцированную» продукцию и тем самым становится своеобразным «монополистом» своей марки товара (например, шоколад «Сникерс» имеет иные вкусовые свойства, чем обычный молочный шоколад, а зубная паста «Колгейт» отличается от «Фтородента» и запахом, и составом, и репутацией). В итоге некоторые потребители готовы платить большую цену за «Сникерс» или «Колгейт», считая, что эти продукты лучше, чем их «собратья».

На рынке монополистической конкуренции продукция может быть дифференцирована также и по условиям послепродажного обслуживания (для товаров длительного пользования), по близости к покупателям (например, близость магазина), по интенсивности рекламы (информированность покупателя). Таким образом, фирмы на этом рынке вступают в своеобразное соперничество не столько через цены, сколько посредством дифференциации продукции.

Повсеместное соревнование фирм в условиях дифференциации товара *не устраняет монополистической власти фирмы над своим видом товара*, что позволяет предприятию повышать (или понижать) цену на него независимо от конкурентов, хотя эта власть ограничена наличием производителей аналогичных продуктов и значительной свободой входа в отрасль.

Чем больше отличие товара или услуги от остальных и это отличие значимо для покупателя, тем больше возможностей у продавца по повышению цены.

Относительно неограниченное проникновение новых конкурентов на рынок является важной характеристикой монополистической конкуренции. Производители, работающие на таком рынке, не являются крупными предприятиями, поэтому сравни-

тельно невелик и требующийся им начальный капитал. Это подстегивает их к вступлению в отрасль и конкуренции с марками производимого здесь товара.

Модель рынка монополистической конкуренции описывает множество реально существующих рынков. Его характеристики достаточно точно соответствуют большинству отраслей сферы обслуживания (в качестве примеров можно назвать сеть ресторанов, станций технического обслуживания, сферу банковских услуг, в производящих отраслях это производство одежды, безалкогольных напитков, стирального порошка, вычислительной техники, компьютеров).

**Задание.** Данная рыночная структура наиболее распространена. Вспомните какой-либо рынок, и объясните, почему он является монополистической конкуренцией.

## **10.4. Олигополия**

Олигополия является преобладающей формой современной рыночной экономики наряду с монополистической конкуренцией. Олигополия – это ситуация на рынке, на котором отдельные из нескольких существующих фирм контролируют значительную долю рынка.

На олигополистическом рынке конкурируют между собой несколько крупных фирм (от трех до пяти), и вступление на этот рынок новых фирм затруднено. Продукция, производимая фирмами, может быть как однородна, так и дифференцирована. Однородность преобладает на рынках сырья и полуфабрикатов: руды, нефти, стали, цемента; дифференциация – на рынках потребительских товаров (автомобили).

Существование олигополии связано с ограничениями входа на данный рынок. Одно из них – необходимость значительных капиталовложений для создания предприятия в связи с крупномасштабным производством олигополистических фирм (см. примеры эффекта масштаба). Сегодня общепризнано, что эффективным может быть предприятие, производящее не менее 500–1000 тыс. легковых автомобилей среднего класса в год, сталелитейное предприятие, выплавляющее не менее 2,5 млн т. стали, и т. д.

Немногочисленность фирм на олигополистическом рынке заставляет их использовать не только ценовую, но и неценовую

конкуренцию, ибо последняя в таких условиях является более эффективной. Производители знают, что если они понизят цены, то их конкуренты сделают то же самое, что приведет к падению доходов. Поэтому вместо ценовой конкуренции, которая будет результативна в условиях совершенной конкуренции, «олигополисты» используют неценовые методы борьбы: техническое превосходство, качество и надежность изделия, методы сбыта, характер предоставляемых услуг и гарантий, дифференциацию условий оплаты, рекламу, экономический шпионаж.

Характерная особенность олигополистического рынка – зависимость поведения каждой фирмы от реакции и поведения конкурентов. Крупные размеры и значительный капитал фирм не мобильны на рынке, и в этих условиях наибольшие выгоды обещает сговор между олигополистическими фирмами в целях поддержания цен и максимизации прибыли. Производители сговариваются о сотрудничестве и заключают (иногда открытое и даже оформленное) соглашение о дележе рынка – «картельное соглашение».

Картель представляет собой соглашение нескольких предприятий, устанавливающее для всех участников объем производства, цены на товар, условия найма рабочей силы, обмена патентами, разграничение рынков сбыта и долю («квоту») каждого участника в общем объеме производства и сбыта. Его целью является повышение цен (сверх конкурентного уровня).

На первый взгляд, сходство картеля с монополией очевидно. Но картель весьма редко, в отличие от монополии, контролирует весь рынок, ибо вынужден учитывать политику некартелизованных предприятий. Кроме того, участники картеля имеют тенденцию обмануть своих партнеров, снижая цены или активно рекламируя свой товар, что создает условия для захвата части рынка. Вследствие этого многие картели представляют собой временную структуру рынка и встречаются редко. К тому же законодательство стран (включая Россию) считает картельную практику незаконной и противодействует ей различными методами.

Классическим примером образования и существования картельного соглашения является, например, Организация стран – экспортеров нефти (ОПЕК), которая в разные периоды своей истории контролировала от 25% до 60% производства нефти.

Невозможность полностью и постоянно использовать картель для взаимодействия олигополистических фирм вынуждает их идти на негласные экономические соглашения, тайную экономическую политику в области изменения цен и разграничения сфер влияния. Такое сотрудничество может проявляться как через особую экономическую политику олигополистических фирм в виде «жесткости цен» или «лидерства в ценообразовании», так и через особые организации типа «патентных пулов» (или консорциумов).

Жесткость цен – это практика действий олигополистических фирм, когда даже при изменении издержек или спроса определенная фирма не склонна к изменению цены. Она полагает, что если ей придется поднять цену, то другие последуют за ней, что приведет к потере части рынка. Таким путем фирмы удерживаются от изменения цен из страха развязать «войну цен».

Лидерство в ценах означает практику, когда при формировании цен на свою продукцию компания ориентируется на цены, установленные лидером – чаще всего доминирующей в данной отрасли и на данном рынке крупной фирмой. Это демонстрирует своеобразный скрытый сговор, хотя его наличие обычно не доказано. Например, рынок маршруток в г. Ярославле, лидером на данном рынке является Яргортранс. Как только он повышает цену, остальные перевозчики делают то же самое. Для определения степени монополизации рынка используется индекс Герфиндаля.

**Индекс Герфиндаля** используется для оценки степени монополизации отрасли, вычисляется как сумма квадратов долей продаж каждой фирмы в отрасли.

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2,$$

где  $S_1, S_2$  – выраженные в процентах доли продаж фирм в отрасли, определяемые как отношение объема продаж фирмы к объему всех продаж отрасли. В случае чистой монополии, когда отрасль состоит из одной фирмы, индекс Герфиндаля будет равен 10000. Для двух фирм с равными долями  $H = 50^2 + 50^2 = 5000$ , для 100 фирм с долей в 1%  $H = 100$ . Индекс Герфиндаля–Хиршмана реагирует на рыночную долю каждой фирмы в отрасли. Индекс Герфиндаля ограничен сверху 10000 (причем это значение достигается только в случае чистой монополии одной фирмы) и  $\frac{10000}{n}$  снизу, где  $n$  – количество фирм в отрасли.

**Задание 1.** Как вы оцениваете степень монополизации автомобильного рынка США?

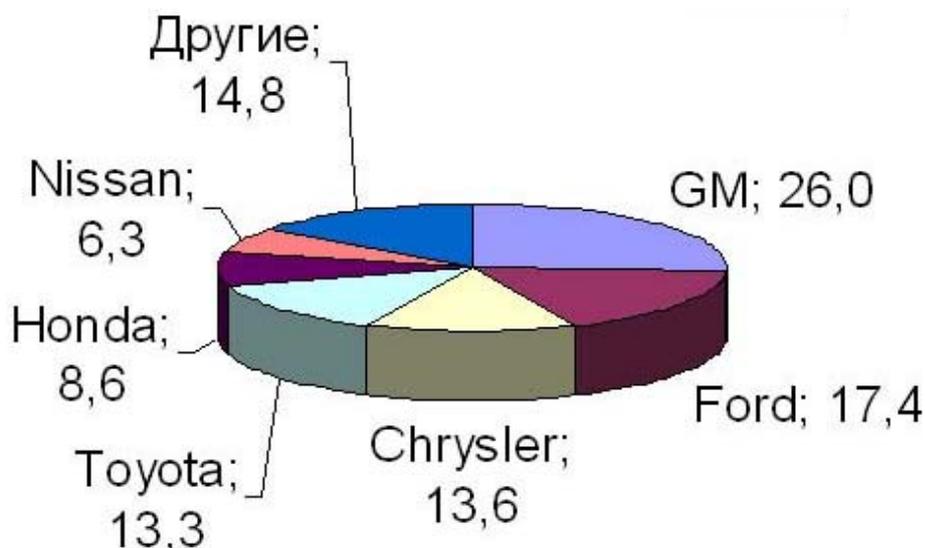


Рис. 17. Доли автопроизводителей на американском автомобильном рынке

**Задание 2.** Как вы оцениваете степень конкуренции на российском автомобильном рынке? Какие сегменты вы выделяете? Можно ли назвать данную ситуацию олигополией или монополистической конкуренцией? Как бы вы сегментировали рынок?

Таблица 5

**Количество проданных в России легковых и легких автомобилей  
(с учетом ввезенных и произведенных в России)**

Марки	2011	2010	%	дек. 2011	дек. 2010	%
Lada	578387	522924	11%	43172	50782	-15%
Chevrolet	175484	116233	49%	16420	12552	51%
Hyundai	163447	87081	88%	16466	9402	75%
Renault	154714	96466	60%	14741	11408	29%
Kia	152873	104235	47%	10677	7690	59%
Nissan	138827	79614	74%	16402	10323	59%
Toyota	119505	79315	51%	13975	8525	64%
FORD	118031	90166	31%	13200	11471	15%
Vw	118003	58989	100%	13776	6770	105%
Daewoo	92778	74419	25%	6869	6911	-1%
Газ	89773	76647	17%	8591	9190	-7%

Mitsubishi	74166	45538	63%	7321	5314	58%
Skoda	74074	45631	62%	8887	4111	116%
OPEL	67555	40875	65%	6674	5534	21%
Уаз	57148	49043	17%	7029	7013	0%
Pelgeot'	44311	35734	24%	3902	3718	5%
Mazda	39718	24926	59%	4271	3178	54%
Suzuki	55469	28690	24%	2881	3083	-7%
Mercedes-Benz	29058	19724	47%	2526	2211	14%
Fiat	28254	21943	29%	2303	2995	-23%
Bmw	28165	20584	37%	2942	2010	46%
Citroen	27633	17419	59%	2882	2008	44%
Audi	23250	18510	26%	1771	1505	18%
Ssangyong	22692	12526	81%	2863	1216	135%
Chance	20049	17541	14%	1751	1640	7%
Volvo	19209	10650	80%	2561	1512	69%
Honda	19101	18159	5%	1662	1 826	-9%
Lifan	17910	7700	133%	1871	955	100%
Lexus	13698	10981	25%	1242	1169	6%
Land Rover	13183	9970	32%	1644	1505	9%
Subaru	12371	8552	45%	1 192	747	60%
VW КОМ. АВТОМ.	12345	7227	71%	1363	1114	22%
Vortex	12103	10100	20%	383	1751	-78%
Bogdan	8683	7612	14%	784	440	78%
Chery	7278	8909	-18%	900	432	108%
Infiniti	7042	4674	51%	889	575	55%
Great wall	6777	3637	87%	841	448	88%
Geely	6060	1944	212%	1337	250	455%
Иж	<b>5163</b>	489	956%	431	205	112%
Haima	3114	0	-	211	0	-
Mercedes-Benz КОМ. АВТОМ.	2703	2123	27%	463	406	14%
Cadillac	2220	1459	53%	0	209	-
Porsche	2202	1572	40%	100	145	-31%
Jeep	2093	809	159%	326	145	125%
Byd	2007	574	250%	160	413	-61%
Mini	2002	1001	100%	207	105	97%
Taraz	1840	7284	-75%	311	56	455%
Jaguar	1182	858	38%	168	<b>96</b>	75%
Siat	1127	955	18%	60	69	-15%
Isuzu	371	<b>330</b>	12%	2	44	-95%
Dodje	158	273	-42%	13	47	-72%
Chrysler	76	179	-58%	1	10	-90%
Итого	<b>2653408</b>	<b>1912794</b>	<b>39%</b>	<b>251414</b>	<b>205208</b>	<b>23%</b>

**Задание 3.** Ознакомьтесь с материалом и проанализируйте таблицы, приведенные ниже. Какова степень конкуренции на Российском банковском рынке? (По материалам учебника: Розанова Н. М. Эффективная организация отрасли: практическое руководство. М.: Дело, 2009).

### ***Конкуренция и концентрация на банковском рынке***

Сферой любой разновидности рыночной конкуренции является соответствующий рынок, сферой банковской конкуренции – банковский рынок. Под банковским рынком следует понимать только те рынки, которые считаются специфически банковскими, а именно рынки сбыта банковских услуг. И даже в такой узкой трактовке банковский рынок представляет собой очень сложное образование, имеющее весьма широкие границы и состоящее из множества элементов. Это подразумевает множественность *критериев разграничения структурных элементов рыночной системы*. Точнее было бы говорить даже не об одном, а о многих банковских рынках.

Банки осуществляют деятельность во всех сегментах финансового рынка, из чего можно заключить, что понятия «банковский рынок» и «финансовый рынок» во многом совпадают. Однако в зависимости от основных субъектов можно выделить такие сегменты финансового рынка, как банковский, страховой, финансовый, трастовый рынки и др. При этом следует иметь в виду, что перечисленные рынки не являются отдельными сегментами; они тесно связаны, и их границы пересекаются. Иными словами, банковский рынок можно считать своего рода сегментом финансового (денежного) рынка, на котором основными действующими лицами выступают банки.

Возникает еще один вопрос – о ситуации на банковском рынке: что это за рынок? рынок продавцов или покупателей? Дать однозначный ответ нельзя, поскольку, с одной стороны, банковский рынок не является чем-то единым и неделимым, а складывается из множества частных рынков (банковских отраслей), с другой – любой банк может выступать на них в роли как продавца, так и покупателя.

Это обстоятельство важно в связи с ситуацией на российском банковском рынке. На протяжении длительного времени банковский сектор экономики нашей страны характеризовался

диктатом продавцов – крайне ограниченным числом государственных банков. Фактически имела место лишь конкуренция спроса. Но в рыночной экономике значение конкуренции покупателей не столь велико. Здесь существует рынок покупателя, и продавцы вынуждены соревноваться, порой применяя не самые правильные меры, с которыми начинает вести борьбу государство.

Говоря о банковской конкуренции, надо заметить, что она служит разновидностью рыночной и при этом имеет целый ряд специфических свойств, основные среди которых, во-первых, участвующие в банковской конкуренции субъекты, во-вторых, среда, в которой осуществляется банковская конкуренция.

Если следовать буквальному значению определяемого понятия, под банковской конкуренцией надо бы понимать отношения, складывающиеся исключительно между коммерческими банками. Однако каждый отдельно взятый коммерческий банк имеет дело с довольно неоднородной массой конкурирующих с ним продавцов банковских услуг, одной из групп которых являются коммерческие банки. Российские коммерческие банки на современном этапе встречают серьезную конкуренцию в лице многочисленных инвестиционных институтов, эмитентов долговых обязательств разного рода и т. д. И в силу этого банковскую конкуренцию можно определить как совершающийся в динамике процесс соперничества субъектов банковского рынка, в ходе которого они стремятся обеспечить себе стабильность на этом рынке. Ее особенности как экономического явления определяются также ее сферой.

Если рассмотреть конкуренцию на рынке банковских услуг как на одном из сегментов финансового рынка, то можно выявить целый ряд особенностей. Это специфическое свойство товара, которым оперируют финансовые организации, – всеобщая эквивалентность денег, их абсолютная ликвидность и абсолютная подвижность финансового капитала; близость конкуренции на рынке банковских услуг к экономическому центру и потому ее большой вес; глубокая вовлеченность рынка банковских услуг в процесс глобализации экономики и т. д. Но главное – активное нежелание конкурирующих субъектов испытывать на себе какое-либо регулирование уполномоченных государственных органов. Так, банковскую деятельность

регулирует Федеральный закон № 395-1 «О банках и банковской деятельности»; вопрос о получении незаконного дохода регламентирован Федеральным законом № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма». Также деятельность банков прописала в кодексах РФ (Гражданском кодексе РФ, кодексе РФ об административных правонарушениях). Среди отличительных особенностей банковского рынка надо назвать такую специфичную форму конкурентной борьбы, как участие в финансово-промышленных группах. Цена успеха в конкурентной борьбе здесь зачастую бывает выше, чем на иных финансовых рынках. Конкуренция, осуществляемая на рынке банковских услуг, имеет более выраженный социальный характер, чем конкуренция на прочих финансовых рынках, и происходит в условиях необычайно широкого и жесткого регулирующего воздействия со стороны государства, в том числе в условиях более жесткого банковского надзора.

Есть особенности конкуренции банковских услуг на российском рынке. Они часто появляются ввиду неоднозначности трактовки нормативных правовых документов. Ведение конкурентной борьбы осложняется своеобразными методами, которые применяют уполномоченные органы государственной власти, осуществляя монопольное регулирование. Так, общеизвестным лидером на российском рынке частных депозитов является Сбергательный банк, которому, по разным оценкам, принадлежит около 50% этого рынка.

Международный валютный фонд предлагал изменить ситуацию, для чего во всем мире обычно принудительно разделяют крупную фирму на несколько независимых организаций. Однако разделение Сбербанка на несколько независимых друг от друга кредитных организаций не согласуется с планами главного и по сути единственного регулятора всех без исключения процессов в банковской системе – Банка России.

Банк России предлагает усилить конкуренцию на рынке частных вкладов не путем деления Сбербанка на несколько независимых организаций, а путем выращивания его конкурентов.

В определенной степени к модели совершенной конкуренции приближаются развитый валютный рынок и организованный вторичный рынок ценных бумаг. А вот подавляющее

большинство рынков относится к рынкам несовершенной конкуренции, и банковский рынок в современных условиях в разных странах тяготеет к модели дифференцированной олигополии или к модели монополистической конкуренции.

Всего ЦБ РФ или на основании его решения уполномоченным регистрирующим органом по состоянию на 1 октября 2007 г. были зарегистрированы 1313 кредитных организаций, в то время как на 1 января 2007 г. – 1345. Из общего числа слитных организаций, зарегистрированных на 1 октября 2007 г., 1261 являлись банковскими и 52 – небанковскими кредитными организациями (в настоящий момент см. таблицы ниже). Пронаблюдать долгосрочный период в данной отрасли на сегодня нельзя, и это осложняет ситуацию, но число зарегистрированных фирм, высокая ставка рефинансирования, диктуемая ЦБ, и прибыль за наблюдаемый промежуток времени позволяют сделать вывод, что банковский рынок имеет особенности, которые характеризуют его как рынок монополистической конкуренции.

**Основные показатели деятельности кредитных организаций  
(по группам кредитных организаций, ранжированных по величине активов; млн руб.)\***

	Группы кредитных организаций, ранжированных по состоянию на 1 декабря				по величине активов (по убыванию), за 2011 год		
	1–5	6–20	21–50	51–200	201–500	501–982	итого
Количество филиалов на территории Российской Федерации, единиц	727	362	367	669	431	256	2 812
Объем кредитов, депозитов и прочих размещенных средств – всего	14 461 650	5 855 849	2 991 111	3 234 795	1 076 058	280 750	27 900 214
из них: просроченная задолженность	510 652	355 738	127 970	126 556	32 888	8 305	1 162 109
в том числе предоставленных:	9 865 182	3 896 929	1 427 573	2 020 414	723 382	175 585	18 109 065
— организациям							
из них: просроченная задолженность	428 796	271 428	57 739	75 842	21 398	5 162	860 364
— физическим лицам	2 468 265	906 593	964 859	697 948	230 208	68 165	5 336 038
из них: просроченная задолженность	78 293	84 259	69 911	49 991	11 148	3 023	296 625
— кредитным организациям	1 880 823	916 042	522 781	402 010	100 504	34 447	3 856 606
из них: просроченная задолженность	3 560	48	273	723	342	120	5 065
Объем вложений в долговые обязательства Российской Федерации и Банка России	575 249	487 751	162 844	168 451	37 227	7 484	1 439 006
Объем вложений в векселя	7 237	51 335	46 938	70 949	55 385	16 042	247 886
Объем вложений в акции и паи организаций-резидентов (кроме кредитных организаций)	344 329	88 487	32 775	42 527	11 975	1 796	521 889
Сумма средств организаций на счетах	2 099 044	1 090 647	533 013	861 505	385 654	138 738	5 108 601
Сумма бюджетных средств и средств внебюджетных фондов на счетах	17 434	28 835	1 152	23 315	406	132	71 275

Объем привлеченных кредитными организациями вкладов (депозитов) физических лиц	6 297 447	1 401 271	1 142 769	1 499 596	593 238	127 050	11 061 372
Объем выпущенных кредитными организациями облигаций и векселей, банковские акцепты	475 400	316 715	299 433	217 111	60 170	9 645	1 378 473
Собственные средства (капитал)	2 491 860	864 910	550 003	691 407	294 782	124 393	5 017 355
Всего активов	19 784 371	8 223 701	4 491 066	5 091 196	1 787 416	502 239	39 879 990

\* Бюллетень банка России. 2012. № 2.

Таблица 7

**Группировка действующих кредитных организаций по величине зарегистрированного уставного капитала\***

103

	От 150 до 300 млн руб.		От 300 до 500 млн руб.		От 500 млн руб. до 1 млрд руб.		От 1 до 10 млрд руб.		От 10 млрд руб. и выше		Всего единиц
	единиц	удельный вес в общем числе кредитных организаций, %	единиц	удельный вес в общем числе кредитных организаций, %	единиц	удельный вес в общем числе кредитных организаций, %	единиц	удельный вес в общем числе кредитных организаций, %	единиц	удельный вес в общем числе кредитных организаций, %	
2010 год											
1.01	252	23,8	92	8,7	109	10,3	128	12,1	21	2,0	1 058
1.04	257	24,5	93	8,9	110	10,5	123	11,7	23	2,2	1 047
1.07	255	24,6	97	9,3	108	10,4	127	12,2	23	2,2	1 038
1.10	251	24,4	102	9,9	109	10,6	126	12,2	23	2,2	1 030

2011 год											
1.01	250	24,7	98	9,7	103	10,2	133	13,1	22	2,2	1 012
1.02	252	24,9	95	9,4	109	10,8	133	13,1	22	2,2	1 012
1.03	250	24,8	96	9,5	110	10,9	134	13,3	23	2,3	1 010
1.04	254	25,2	95	9,4	107	10,6	136	13,5	23	2,3	1 006
1.05	253	25,2	96	9,6	107		137	13,7	23	2,3	1 003
1.06	255	25,4	94	9,4	109	10,9	138	13,8	23	2,3	1 003
1.07	256	25,6	97	9,6	108	10,8	139	13,9	22	2,3	1 000
1.08	254	25,6	96	9,7	110	11,1	138	13,9	21	2,1	994
1.09	251	25,3	98	9,9	111	11,2	139	14,0	21	2,1	993
1.10	251	25,3	97	9,8	114	11,5	141	14,2	22	2,2	991
1.11	252	25,5	100		115	11,6	142	14,4	22	2,2	988
1.12	256	26,1	100	10,2	114	11,6	142	14,5	22	2,2	982
2012 год											
1.01	263	26,9	101	10,3	114	11,7	143	14,6	22	2,2	978

\* Бюллетень банка России. 2012. № 2.

## **10.5. Особенности поведения фирмы на рынках совершенной конкуренции, монополии, олигополии, монополистической конкуренции**

При любой рыночной структуре существует закон: максимизация прибыли достигается при достижении предельными затратами предельного дохода. Например: магазин может закрываться довольно рано, например в 18.00, поскольку, хотя покупатели и будут приходить после 18.00, объем продаж уменьшится и доход от функционирования каждого часа после 18.00 будет меньше, чем издержки от дополнительного функционирования.

Характер кривой затрат при конкурентной борьбе фирмы и монополии может носить одинаковый характер, различия заключаются в кривой предельного дохода. При совершенной конкуренции цена не зависит от количества и поэтому средний доход равен цене. Продавая каждую единицу по фиксированной цене, мы получаем дополнительно одну и ту же сумму, следовательно предельный доход равен цене, по которой продаем.

В случае с монополией предельный доход не совпадает с ценой (средним доходом), так как последняя уменьшается вместе с ростом количества (данную закономерность см. в гл. «Основы экономического анализа и экономической математики»).

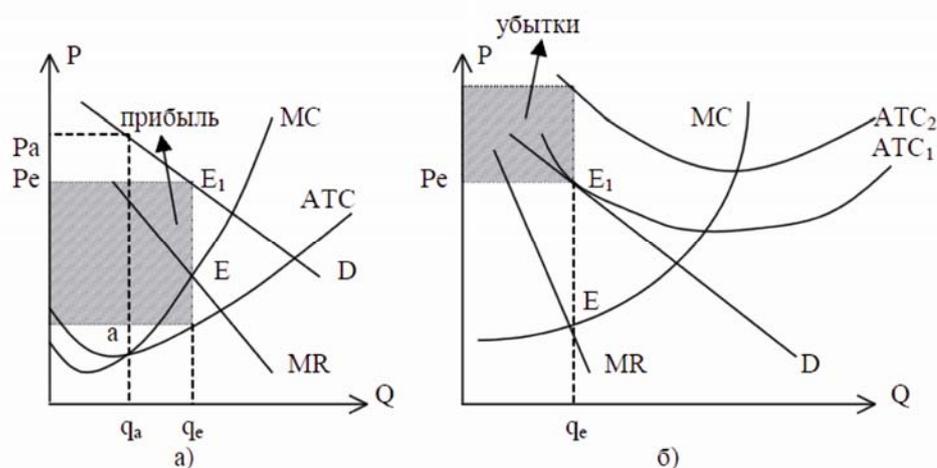


Рис. 18. Максимизация прибыли в условиях монополии

Как видно из рис. 18 а, фирма производит такой объем товара  $q_e$ , при котором  $MR=MC$ . Цена  $P_e$  при этом определяется соот-

ветствующей точкой  $E_1$  на кривой спроса  $D$ . Если цена  $P_e$  превосходит средние суммарные издержки, т. е. находится выше кривой  $ATC$  (рис. 18 б), то фирма получает прибыль, равную заштрихованному прямоугольнику.

В том случае, если средние суммарные издержки при выпуске объема товаров  $q_e$  равны цене (кривая  $ATC_1$  на рис. 18 б), то фирма полностью покрывает издержки упущенных возможностей и имеет нулевую прибыль.

Когда же суммарные издержки на единицу продукции превосходят цену (кривая  $ATC_2$  на рис. 18 б), фирма-монополист несет убытки (заштрихованная область).

Рассмотрим решение задачи: оптимизация прибыли в условиях монополии.

**Задание.** Имеются следующие показатели, характеризующие ситуацию на монопольном рынке.

Q	1	2	3	4	5	6	7
MC	8	4	2	3	5	7	9
P	9	8	7	6	5	4	3
MR	9	7	5	3	1	-1	-3

Найдите объем выпуска, при котором фирма-монополист получит максимальную прибыль, и саму прибыль. Постройте график.

**Решение.** Вначале определим общий доход, предельный доход и цену товара исходя из функции спроса.

Как видим,  $MC=MR$  при количестве 4. Это означает, что при данном количестве фирма получит максимальную прибыль. *Кривые  $MC$  и  $MR$  нужны как раз для определения этого количества продукции.* После этого нам необходимо определить размер максимальной прибыли. Для этого требуются кривые  $ATC$  и  $P$  (средний доход).

$ATC(4)=4,25=((8+4+2+3)/4)$ .  $P(4)=6$ . Таким образом, максимальная прибыль равна  $7=(6-4,25)*4$ .

## 10.6. Антимонопольная политика

Антимонопольная политика – это политика, направленная на предотвращение возникновения монополистических образований и защиту конкуренции.

Государство использует следующие виды антимонопольной политики: организационный механизм и антимонопольное законодательство.

*Организационный механизм* имеет своей целью антимонопольную профилактику путем последовательной либерализации рынков. Не затрагивая монополию как форму производства, способы и методы такой политики государства нацелены на то, чтобы сделать монополистическое поведение для крупного бизнеса невыгодным. Это снижение таможенных пошлин, отмена количественных квот – поддержка малого бизнеса, упрощение процедуры лицензирования, оптимизация производства, продукция которого может конкурировать с товарами монополий, и т. д.

*Антимонопольное законодательство* имеет целью регулирование структуры отрасли через запрещение предполагаемых слияний крупных фирм, если оно ведет к существенному ослаблению конкуренции или установлению монополии. Антимонопольная практика в то же время не отрицает возможности слияния компаний на «горизонтальной» и «вертикальной» основе. Антимонопольное законодательство направлено не только на предотвращение крупных слияний, сам по себе этот факт не содержит угрозы. Нарушением рыночных механизмов является не наличие монополии, а монополизация рынков, т. е. извлечение выгоды из своего доминирующего положения на рынке. Целью является прежде всего защита от недобросовестной конкуренции. Например, бюджетные учреждения обязаны закупать крупные партии товаров на основе конкурса. В противном случае может иметь место предвзятое отношение при закупке товаров со стороны бюджетного учреждения, что само по себе является фактом нарушения конкуренции. Антимонопольное законодательство состоит не только из специального закона, но и из других нормативных актов. На основе антимонопольного законодательства применяется административный контроль. Административный контроль монополизированных рынков объединяет способы воздействия на монополизированное производство. Можно выделить, в частности, финансовые санкции, применяемые в случае нарушения антимонопольного законодательства. Бывают случаи, когда фирма, уличенная в систематическом использовании методов нечестной конкуренции и проигравшая судебный процесс, подвергается прямому расформированию.

В России в данный момент действует закон «О защите конкуренции», принятый 26 июля 2006 г. Ключевым является определение доминирующего положения на рынке:

«Доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) или нескольких хозяйствующих субъектов (групп лиц) на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту (группе лиц) или таким хозяйствующим субъектам (группам лиц) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам. Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации):

1) доля которого на рынке определенного товара превышает пятьдесят процентов, если только при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства или при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией не будет установлено, что, несмотря на превышение указанной величины, положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке не является доминирующим;

2) доля которого на рынке определенного товара составляет менее чем пятьдесят процентов, если доминирующее положение такого хозяйствующего субъекта установлено антимонопольным органом исходя из неизменной или подверженной мало-значительным изменениям доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке, относительного размера долей на этом товарном рынке, принадлежащих конкурентам, возможности доступа на этот товарный рынок новых конкурентов либо исходя из иных критериев, характеризующих товарный рынок.

2. Не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации), доля которого на рынке определенного товара не превышает тридцать пять процентов, за исключением указанных в ч. 3 случаев.

3. Доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов (за исключением финансовой организации), применительно к которому выполняются в совокупности следующие условия:

1) совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает пятьдесят процентов, или совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает семьдесят процентов (настоящее положение не применяется, если доля хотя бы одного из указанных хозяйствующих субъектов менее чем восемь процентов);

2) в течение длительного периода (в течение не менее чем одного года или, если такой срок составляет менее чем один год, в течение срока существования соответствующего товарного рынка) относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны или подвержены малозначительным изменениям, а также доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруднен;

3) реализуемый или приобретаемый хозяйствующими субъектами товар не может быть заменен другим товаром при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях), рост цены товара не обуславливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар, информация о цене, об условиях реализации или приобретения этого товара на соответствующем товарном рынке доступна неопределенному кругу лиц».

Запрещаются следующие действия, нарушающие конкуренцию:

«Статья 11. Запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения или согласованные действия хозяйствующих субъектов.

1. Запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами или согласованные действия хозяйствующих субъектов на товарном рынке, если такие соглашения или согласованные действия приводят или могут привести к:

1) установлению или поддержанию цен (тарифов), скидок, надбавок (доплат), наценок;

2) повышению, снижению или поддержанию цен на торгах;

3) разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков);

4) экономически или технологически не обоснованному отказу от заключения договоров с определенными продавцами либо

покупателями (заказчиками), если такой отказ прямо не предусмотрен федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами;

5) навязыванию контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (необоснованные требования о передаче финансовых средств, иного имущества, в том числе имущественных прав, а также согласие заключить договор при условии внесения в него положений относительно товаров, в которых контрагент не заинтересован, и другие требования);

6) экономически, технологически и иным образом не обоснованному установлению различных цен (тарифов) на один и тот же товар;

7) сокращению или прекращению производства товаров, на которые имеется спрос либо на поставки которых размещены заказы при наличии возможности их рентабельного производства;

8) созданию препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам;

9) установлению условий членства (участия) в профессиональных и иных объединениях, если такие условия приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, а также к установлению необоснованных критериев членства, являющихся препятствиями для участия в платежных или иных системах, без участия в которых конкурирующие между собой финансовые организации не смогут оказать необходимые финансовые услуги.

2. Запрещаются иные соглашения между хозяйствующими субъектами (за исключением "вертикальных" соглашений, которые признаются допустимыми в соответствии со статьей 12 настоящего Федерального закона) или иные согласованные действия хозяйствующих субъектов, если такие соглашения или согласованные действия приводят или могут привести к ограничению конкуренции.

3. Физическим лицам, коммерческим организациям и некоммерческим организациям запрещается координация экономической деятельности хозяйствующих субъектов, если такая коорди-

нация приводит или может привести к последствиям, указанным в части 1 настоящей статьи.

4. Хозяйствующий субъект вправе представить доказательства того, что достигнутые им соглашения или осуществляемые им согласованные действия могут быть признаны допустимыми в соответствии со статьей 12 и частью 1 статьи 13 настоящего Федерального закона».

В случае нарушения законодательства предусмотрены следующие меры:

«Статья 38. Принудительное разделение или выделение коммерческих организаций, а также некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, приносящую им доход.

1. В случае систематического осуществления монополистической деятельности занимающей доминирующее положение коммерческой организацией, а также некоммерческой организацией, осуществляющей деятельность, приносящую ей доход, суд по иску антимонопольного органа (в отношении кредитной организации по иску антимонопольного органа по согласованию с Центральным банком Российской Федерации) вправе принять решение о принудительном разделении таких организаций либо решение о выделении из их состава одной или нескольких организаций. Созданные в результате принудительного разделения организации не могут входить в одну группу лиц.

2. Решение суда о принудительном разделении коммерческой организации или выделении из состава коммерческой организации одной или нескольких коммерческих организаций принимается в целях развития конкуренции, если выполняются в совокупности следующие условия:

1) существует возможность обособления структурных подразделений коммерческой организации;

2) отсутствует технологически обусловленная взаимосвязь структурных подразделений коммерческой организации (в частности, тридцать и менее процентов общего объема производимой структурным подразделением продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг потребляется иными структурными подразделениями этой коммерческой организации);

3) существует возможность самостоятельной деятельности на соответствующем товарном рынке для юридических лиц, созданных в результате реорганизации.

3. Решение суда о принудительном разделении коммерческой организации либо выделении из состава коммерческой организации одной или нескольких коммерческих организаций, а также о таком разделении или выделении в отношении некоммерческой организации, осуществляющей деятельность, приносящую ей доход, подлежит исполнению собственником или уполномоченным им органом с учетом требований, предусмотренных указанным решением, и в срок, который определен указанным решением и не может быть менее чем шесть месяцев».

**Задание.** Как вы охарактеризуете данные положения? Почему, на ваш взгляд, законодатели избрали такой подход к трактовке конкуренции?

## **11. Рынки факторов производства и их особенности**

### **11.1. Особенности рынков факторов производства**

Выделяют следующие особенности рынков факторов производства.

Производный характер означает, что спрос и цена на фактор производства зависит от спроса и цены на тот товар, который производят с помощью этого фактора. Например, если строительная отрасль реализует свою продукцию, пользующуюся повышенным спросом, по высокой цене, то отрасли – поставщики факторов производства также повышают цены на свою продукцию.

Здесь надо учитывать, что динамика производства конечной продукции может отличаться от динамики факторов производства, с помощью которых производят продукцию. Дело в том, например, что финансирование покупки оборудования осуществляется непропорционально изменению производства конечной продукции (см. табл. 8).

2. Предприниматель стремится выбрать такую технологию, которая позволяет минимизировать издержки. Например: если вы покупаете автомобиль для личного пользования, то вы руководствуетесь различными параметрами, начиная от внешнего вида и престижности марки, кончая его ходовыми характеристиками. Но если вы покупаете автомобиль для использования в качестве

такси, то для вас главной будет его способность перевозить пассажиров при минимальных затратах. Поэтому редко можно встретить дорогую машину в качестве такси.

3. Эффект дохода заключается в том, что при повышении цены на один из факторов продукция становится дороже и спрос на нее падает, в результате падает спрос на все факторы, задействованные в производстве, даже на те, которые не подорожали. Например, резкое повышение цен на ГСМ может привести к подорожанию перевозок и падению спроса, в результате может упасть спрос на водителей и их зарплата.

4. Цена фактора производства прямо пропорциональна производительности этого фактора производства. Покупая товар или услугу, мы покупаем способность этого товара удовлетворять нашу потребность. И если нам надо производить в месяц 100 деталей, то мы оплачиваем эту способность в размере 200 р. Если оборудование способно производить 50 деталей, то мы будем за станок платить 100 р., если производит 100 деталей, значит заплатим 200.

**Задание.** Определите взаимосвязь между динамикой грузооборота транспорта и производством тепловозов и вагонов. Оцените характер взаимосвязей, запоздание и прочие факторы.

Таблица 8

*Динамика грузооборота и поставок тепловозов и вагонов*

	1970	1980	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Грузооборот транспорта, млрд т·км:											
железнодорожного	1672	2316	2523	1214	1373	1858	1951	2090	2116	1865	2011
Тепловозы магистральные, секций	95	67	46	12	21	45	45	59	49	35	33
Грузовые магистральные вагоны, тыс. шт.	28,6	31,4	25,1	7,1	4,0	35,2	33,7	38,6	42,7	23,4	50,5

## **11.2. Особенности рынка труда**

Рынок труда – это рынок, на котором покупается и продается рабочая сила. Рабочая сила имеет следующие особенности.

1. Рабочая сила продается в кредит.
2. Рабочая сила продается ниже своей стоимости (часть стоимости присваивается владельцем в виде прибыли).

3. Эффект замещения заключается в том, что люди будут больше работать в ответ на увеличение ставки заработной платы, т. е. будут замещать свободное время работой.

4. Эффект дохода состоит в том, что, достигнув определенного жизненного уровня, человек начинает больше ценить свободное время и меньше работать, так как он может обеспечить необходимый жизненный уровень за меньшее количество часов. В жизни часто можно встретить людей, которые много работают, так как необходимо обеспечить приемлемый уровень дохода при низкой заработной плате.

Кроме этого, на поведение работников оказывает влияние большая масса факторов: квалификация, расстояние до работы, условия труда, национальный менталитет и др.

**Задание.** Какой эффект и фактор будет для вас предпочтительнее в начале трудовой деятельности?

### **11.3. Рынок капитала**

Рынок капитала представляет собой рынок, предметом купли-продажи которого выступает капитал.

В экономической литературе можно найти огромное количество определений капитала. Наиболее универсальное: капитал – это ценность, приносящая доход.

Цена капитала как фактора производства – процент. Владелец капитала, предоставляя его предпринимателю или банку во временное пользование, тем самым отказывается от определенных покупок и права распоряжения им на определенное время. Соответственно вполне естественно, что он должен получить определенную компенсацию, т. е. процент. При этом очень важно выделить понятие реальной процентной ставки. Процентная ставка, с которой мы сталкиваемся, вкладывая деньги в банк, является *номинальной*. Она не учитывает для нас процент инфляции. Ставка процента, скорректированная на обесценивание денег вследствие роста цен, называется *реальной*.

Разновидностью капитала является ссудный капитал – это денежный капитал, предоставленный в ссуду на условиях возвратности, платности, срочности для использования в предпринимательских целях.

Другой очень важный момент – это рассмотрение оценки капитала. Чем выше доход на капитал, тем выше его цена. Существуют два основных способа оценки:

1. Затратный: исходя из вложенных средств.

2. Доходный, согласно которому стоимость предприятия определяется его доходностью, поскольку капитал покупается с целью получения прибыли.

Для этого существует определенная норма окупаемости. Например, приносимая прибыль в среднем в экономике должна составлять 10% на вложенный капитал. Деньги, вложенные в какое-либо предприятие, должны окупиться за 10 лет. Следовательно, если капитал приносит 1 млн долл., его стоимость 10 млн долл., если прибыль 0,5 млн, его стоимость 5 млн.

В приведенной таблице сопоставьте отношения капитализации (в данном случае для упрощения стоимость полностью приравняем к понятию капитализации) к прибыли (P/E). Здесь необходимо учитывать, что этот показатель может принимать различные значения, так как реальная капитализация определяется большой массой факторов (включая затратный способ и биржевой спрос на данные акции предприятия, который может быть чисто спекулятивным, фактор риска, специфика отрасли и др.).

**Задание.** Какие предприятия, на ваш взгляд, наиболее перспективны в плане дальнейшего роста?

Таблица 9

*Список крупнейших компаний по рыночной стоимости (капитализации) на 1 сентября 2009 г.\**

2009 год	Компания	Капитализация (млн руб.)*	Капитализация (млн долл.)	Цена обыкновенной акции (руб.)	Отношение капитализации к объему реализации (P/S ratio)	Отношение капитализации к чистой прибыли (P/E ratio)	Отчетность
1	«Газпром»	3 787 998,8	122 720,4	160,01	1,27	4,86	МСФО
2	Нефтяная компания «Роснефть»	2 093 352,1	67 818,7	197,52	1,95	10,13	US GAAP
3	Сбербанк России	1 705 584,8	55 256,1	79,01	1,75	69,91	МСФО
4	Нефтяная компания «ЛУКОЙЛ»	1 393 197,1	45 135,6	1 637,97	0,65	6,26	US GAAP
5	«Сургутнефтегаз»	1 042 734,6	33 781,6	29,187	1,98	8,98	РСБУ, сводная
6	ГМК «Норильский никель»	998 626,3	32 352,7	5 238,62	3,1	12,11	МСФО
7	Банк ВТБ	849 396	27 518	0,0812	2,16	–	МСФО
8	«НоваТЭК»	657 269,2	21 293,7	216,47	7,31	25,24	МСФО
9	«Газпром нефть»	551 934,7	17 881,1	116,41	0,72	5,78	US GAAP
10	Новолипецкий металлургический комбинат	547 721	17 744,6	91,39	2,81	80,29	US GAAP

\* По материалам сайта журнала «Эксперт». URL: //expert.ru

## **11.4. Рынки факторов производства с неэластичным предложением. Рынок земли**

*Рента* – это доход от факторов производства, предложение которых неэластично. К таковым относятся, как правило, земля и природные ресурсы. Поэтому зачастую используют понятие «земельная рента». Как бы ни увеличивался спрос на них и ни росла цена, предложение земли не изменится, как бы выгодно ни было ее продавать. Поэтому цена земельных участков в центре города достигает огромных сумм. Зачастую ренту воспринимают как сверхдоход, получаемый владельцем без особых усилий и вложений капитала, так как данные факторы находятся зачастую вне конкуренции.

В качестве разновидности выделяют абсолютную и дифференцированную ренту. *Абсолютная рента* – это рента со всех участков без исключения. *Дифференцированная рента* – это рента, полученная с лучших участков. Как правило, под рентой понимается не весь доход, а только тот, который превышает среднюю норму прибыли, т. е. рента – это сверхдоход. Рента = Прибыль – средняя норма прибыли в экономике.

Сейчас в России происходит изъятие ренты от нефтедобычи в виде налогов, при этом подразумевается изъятие не всей прибыли, а только ее части. При этом у владельца будет оставаться прибыль, которую он мог бы получить, используя свой капитал в других отраслях (необходимо помнить об альтернативном использовании ресурсов).

Стоимость земли может определяться также как стоимость капитала, в основном применяется доходный способ. Если, к примеру, государство будет изымать значительную часть прибыли, цена понизится.

**Задание.** Обсудите проблему высокой цены на землю в центре города и многоэтажное строительство, связав ее с темой постоянных и переменных затрат, где стоимость участка земли под дом – это постоянные затраты, а количество этажей – переменные. Какие еще факторы влияют на стоимость жилья, как меняются общие затраты на строительство одного метра при увеличении количества этажей? К каким затратам можно отнести стоимость фундамента и коммуникаций? Что влияет на стоимость городской земли и сельхозугодий?

## Заключение

Экономическая теория, несмотря на кажущуюся абстрактность, является основополагающей для понимания всех остальных экономических дисциплин. Как уже говорилось, изучение экономической теории должно прежде всего формировать мышление, благодаря которому выпускник университета сам будет создавать алгоритмы решения профессиональных задач и устанавливать причинно-следственные связи между предметами и явлениями. Специалисту необходимо понимать взаимосвязи не только в своей области (например, в финансовом менеджменте), но и в других областях (маркетинге, производственном менеджменте и др.). Впоследствии, когда специалист будет продвигаться по карьерной лестнице, ему все больше будут требоваться знания общего профиля для понимания функционирования всей системы и организации.

## **Литература**

### **Учебники**

1. Автономов, В. С. История экономических учений: учебное пособие / В. С. Автономов, О. И. Ананьин, Н. А. Макашева и др. – М. : Инфра-М, 2009. – 784 с.
2. Гальперина, В. М. Микроэкономика / В. М. Гальперина, С. М. Игнатьева, В. И. Моргунова. – М., 2000.
3. Маршалл, А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М., 1993. – 594 с.
4. Курс экономической теории / под ред. М. Н. Чепурина, Е. А. Киселева. – Киров : АСА, 2006. – 832 с.
5. Мэнкью, Н. Г. Принципы микроэкономики: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью. – 4 издание. – СПб., 2010. – 592 с.
6. Микроэкономика. Теория и российская практика: учебник / под ред. А. Г. Грязновой, Н. Н. Думной. – М. : КноРус, 2005.

### **Справочно-информационные материалы**

7. Бюллетень банка России. – 2012. – № 2.
8. Российский статистический ежегодник. 2011: стат. сб. – М., 2011.

### **Статьи**

9. Авдашева, С. Экономический анализ в делах о нарушении закона «О защите конкуренции» / С. Авдашева, А. Шаститко // Вопросы экономики. – 2011. – № 2.
10. Авдашева, С. Незаконность молчаливого сговора в российском антимонопольном законодательстве: могут ли экономисты быть полезны при выработке юридических норм? / С. Авдашева // Вопросы экономики. – 2011. – № 5.
11. Воробьёв, П. В. Прогнозирование мировых цен на сталь / П. В. Воробьёв, А. Г. Маланичев // Проблемы прогнозирования. – 2011. – № 3.

12. Гарсия, М.-Ф. Социальное конструирование совершенного рынка: голландский аукцион в Фонтен-ан-Солонь / М.-Ф. Гарсия // Вопросы экономики. – 2010. – № 8.
13. Гурвич, Е. Нефтегазовая рента в российской экономике / Е. Гурвич // Вопросы экономики. – 2010. – № 11.
14. Дзагурова, Н. Практика регулирования вертикальных взаимодействий: вертикальные ограничения с точки зрения координации согласованных действий / Н. Дзагурова // Вопросы экономики. – 2011. – № 5.
15. Ефимова, Е. Низкооплачиваемые работники на рынке труда субъектов Российской Федерации: о чем молчит российская статистика / Е. Ефимова // Вопросы экономики. – 2011. – № 10.
16. Крючкова, П. Роль судебной системы в развитии конкуренции (антимонопольное законодательство и практика его применения) / П. Крючкова // Вопросы экономики. – 2011. – № 5.
17. Лабзунов, П. О многофакторной концепции цены / П. Лабзунов // Экономист. – 2011. – № 10.
18. Никитин, М. Поисковые теории рынков / М. Никитин, А. Юрко // Вопросы экономики. – 2011. – № 1.
19. Писсаридес, К. Может ли жесткость заработных плат объяснить волатильность безработицы? / К. Писсаридес // Вопросы экономики. – 2011. – № 1.
20. Полищук, Л. Управление коллективной собственностью в российских городах: экономический анализ товариществ собственников жилья / Л. Полищук, Е. Борисова, А. Пересецкий // Вопросы экономики. – 2010. – № 11.
21. Радыгин, А. Государство и разгосударствление: риски и ограничения «новой приватизационной политики» / А. Радыгин, Ю. Симачев, Р. Энтов // Вопросы экономики. – 2011. – № 9.
22. Сен, А. Адам Смит и современность / А. Сен // Вопросы экономики. – 2011. – № 11.

## Оглавление

Введение .....	3
1. Основы экономической науки .....	4
1.1. Сущность экономической науки, экономический образ мышления .....	4
1.2. Понятие экономических затрат .....	6
1.3. Методы экономической теории .....	10
2. Основные вопросы экономики и система воспроизводства ....	14
2.1. Производство и основные вопросы экономики .....	14
2.2. Ресурсы и факторы производства.....	15
2.3. Воспроизводство как способ существования экономической системы, простое и расширенное воспроизводство .....	17
3. Экономические системы .....	18
4. Основы экономического анализа и экономической математики .....	20
4.1. Разделение труда, специализация, взаимозависимость. Абсолютное и сравнительное преимущество .....	20
4.2. Маржинальный (предельный) подход в анализе и принятии экономических решений .....	21
4.3. Исчисление данных на основе изменения процентов .....	22
4.4. Исчисление простых и сложных процентов.....	22
5. Зарождение и развитие экономической мысли .....	22
5.1. Учения Древнего мира .....	22
5.2. Физиократы .....	24
5.3. Английская классическая экономическая школа.....	24
5.4. Марксизм .....	28
5.5. Маржинализм .....	29
5.6. А. Маршал и возникновение неоклассической экономической теории.....	30
5.7. Кейнсианство.....	31
5.8. Монетаризм .....	32
5.9. Институционализм.....	32
6. Рынок как основная система современной экономики .....	33
6.1. Понятие рынка и его субъектов.....	33
6.2. Задачи и условия возникновения рынка .....	36
7. Собственность как ключевое экономическое понятие.....	39

7.1. Понятие собственности .....	39
7.2. Виды собственности и их значение для экономики .....	41
8. Спрос и предложение. Механизм рыночного ценообразования.....	44
8.1. Полезность и ее измерение .....	44
8.2. Спрос и его закономерности .....	51
8.3. Предложение и определяющие его факторы.....	59
8.4. Механизм ценообразования. Цена равновесия .....	62
9. Эффективность производства, теория затрат .....	65
9.1. Структура дохода предприятия, прибыль .....	65
9.2. Постоянные, переменные и предельные затраты, маржинальная прибыль .....	69
9.3. Закон убывающей предельной производительности. Взаимосвязь общего, среднего и предельного продуктов. Эффект масштаба.....	73
9.4. Краткосрочный и долгосрочный периоды, эффект масштаба.....	77
10. Конкуренция и ее виды, рынки несовершенной конкуренции.....	88
10.1. Понятие конкуренции, виды конкуренции.....	88
10.2. Монополия.....	89
10.3. Монополистическая конкуренция.....	92
10.4. Олигополия.....	93
10.5. Особенности поведения фирмы на рынках совершенной конкуренции, монополии, олигополии, монополистической конкуренции .....	105
10.6. Антимонопольная политика .....	106
11. Рынки факторов производства и их особенности .....	112
11.1. Особенности рынков факторов производства.....	112
11.2. Особенности рынка труда .....	113
11.3. Рынок капитала .....	114
11.4. Рынки факторов производства с неэластичным предложением. Рынок земли .....	117
Заключение .....	118
Литература.....	119
Учебники .....	119
Справочно-информационные материалы. ....	119
Статьи .....	119

Учебное издание

*Чистяков Александр Евгеньевич*

**Экономическая теория**  
**Часть I**

Учебное пособие

Редактор, корректор М. Э. Левакова  
Верстка И. Н. Иванова

Подписано в печать 03.05.12. Формат 60×84 1/16.  
Бум. офсетная. Гарнитура «TimesNewRoman».  
Усл. печ. л. 7,21. Уч.-изд. л. 5,89.  
Тираж 35 экз. Заказ

Оригинал-макет подготовлен  
в редакционно-издательском отделе  
Ярославского государственного университета  
им. П. Г. Демидова.

Отпечатано на ризографе.

Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова.  
150000, Ярославль, ул. Советская, 14.

