**министерство науки И ВЫСШЕГО образования РФ**

Федеральное государственное автономное образовательное

учреждение высшего образования

«Национальный исследовательский ядерный университет МИФИ»

Саровский физико-технический институт – филиал

федерального государственного автономного образовательного

учреждения высшего образования

«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

**ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**КАФЕДРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ, ФИНАНСОВ И БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

**О.А. Кочетова**

**Экономика.**

**Конспект лекций.**

Для студентов ФТФ и ФИТиЭ

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Форма обучения очная

###### РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

На заседании каф.ЭТФиБУ

Протокол №\_\_\_от \_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2019г.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Г.Д.Беляева

Научно-методическим советом СарФТИ

НИЯУ МИФИ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.П.Скрыпник

г. Саров

2019

Оглавление

[ЛЕКЦИЯ. Введение в экономическую теорию. 3](#_Toc25143463)

[ЛЕКЦИЯ. Общие проблемы экономического развития 3](#_Toc25143464)

[ЛЕКЦИЯ. Основные модели экономических систем. Современное рыночное хозяйство 3](#_Toc25143465)

[ЛЕКЦИЯ. Собственность и экономические интересы 3](#_Toc25143466)

[ЛЕКЦИЯ. Деньги. Функции денег 3](#_Toc25143467)

[ЛЕКЦИЯ. Предмет микроэкономики и особенности микроэкономического анализа 3](#_Toc25143468)

[ЛЕКЦИЯ. Спрос и предложение. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие 3](#_Toc25143469)

[ЛЕКЦИЯ. Эластичность спроса и предложения 3](#_Toc25143470)

[ЛЕКЦИЯ. Теория потребительского поведения 3](#_Toc25143471)

[ЛЕКЦИЯ. Основы теории производства 3](#_Toc25143472)

[ЛЕКЦИЯ. Фирма: цели, издержки, выпуск 3](#_Toc25143473)

[ЛЕКЦИЯ. Конкуренция и монополия. Поведение фирмы в различных рыночных структурах 3](#_Toc25143474)

[ЛЕКЦИЯ. Рынок факторов производства и формирование факторных доходов 3](#_Toc25143475)

[ЛЕКЦИЯ. Внешние эффекты в рыночной экономике и их государственное регулирование 3](#_Toc25143476)

[ЛЕКЦИЯ. Общественные блага. Общественный выбор и благосостояние 3](#_Toc25143477)

# ЛЕКЦИЯ. Введение в экономическую теорию.

***Предмет, метод, структура и основные функции экономической теории***

**Введение.** В современных условиях без глубокого знания экономической теории нельзя сознательно и компетентно, осмысленно и творчески воспринимать действительность, разбираться в самых запутанных перипетиях общественной жизни, уметь решать самые сложные задачи хозяйственной практики, знать объективные экономические зависимости, принципы управления производством, методы и рычаги хозяйствования.

Одним словом, изучение экономической теории позволяет проникнуть в тайны экономической жизни, понять ее движущие силы.

В данной лекции дается характеристика понятия экономическая теория ее предмет и объект; обосновывается необходимость изучения ее функций, структуры; раскрываются методы экономической теории; исследуется взаимодействие экономической системы и хозяйственной практики, характеризуется хозяйственная деятельность и как форма, в которой функционирует система экономических отношений, анализируется содержание переходной экономики.

**Предмет, функции и структура экономической теории.** Теория в общем виде есть выражение в системе категорий, понятий и законов взаимосвязей и процессов объективного мира. Экономическая теория выражает закономер­ности развития экономики.

Существуют различные представления об экономике. Обыденное понимание экономики включает народное хозяйство страны в целом, его отрасли и виды материального производства и непроизводственной сферы — промышленность, сельское хозяйство, транспорт, строительство, жилищно-коммунальное хозяйство и т.д. В более строгом понимании экономика представляет собой совокупность отношений людей между собой в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных и нематериальных благ и услуг, необходимых для удовлетворения многообразных потребностей. Наконец, экономика предстает как наука, дающая цельное представление о всей экономической жизни людей.

Экономическая теория изучает не ресурсы как таковые, а экономическое поведение людей, ибо положение дел в обществе определяются в конечном итоге не воздействием сил природы, а его социально-экономическим устройством.

Известны три подхода к определению того, чем занимается экономическая теория. Первый подход состоит в том, что, поскольку материальные потребности общества безграничны, а экономические ресурсы для производства товаров и услуг ограничены или редки, эффективность (результативность) экономики достигается путем рационального выбора: выпуск одного вида продукции может быть увеличен при сокращении другого. Кроме того, соизмеряются оптимальность нынешнего производства продукции и будущие возможности удовлетворения потребностей, при этом в обществе необходимо обеспечить полную занятость населения и достаточный объем производства. Главное в этом подходе — соотношение "потребности - ресурсы", которое и выступает предметом исследования экономической теории. Данный подход характерен для представителей Экономикса, предметом изучения которого является деятельность человека, домашнего хозяйства, фирмы, общества, роль государства в про­изводстве, обмене, распределении и потреблении благ.

Второй подход к определению предмета экономической теории заключается в исследовании системы производительных сил и производственных отношений. При этом исследуются не только внешние, хозяйственные проявления тех или других, но и их социальная (общественная) сущность, взаимодействие общественных организаций и законы развития. Данный подход характерен для марксистской экономической теории, политической экономии. Однако это не значит, что поставленные вопросы не изучаются Экономиксом: разница лишь в том, что здесь они исследуются через ресурсы, факторы производства, рыночные отношения, а в политической экономии рассматриваются непосредственно.

Суть третьего подхода состоит в том, что предметом изучения экономической теории служат система общества как совокупность экономических отношений, системы хозяйствования, эффективного использования ресурсов, а также методы государственного регулирования и экономической политики в целях достижения стабильного экономического роста и благосостояния.

Каждый из названных подходов расширяет круг объектов (блага, потребности, ресурсы, производительные силы, производственные отношения, надстройка) и субъектов (собственники, домашние хозяйства, фирмы, государство) анализа, взаимосвязи между которыми изучаются экономической теорией. Они углубляют и обобщают наши представления об экономической жизни общества в системе принципов, теорий, законов.

Предмет экономической теории. Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод, что предметом курса экономической теории являются экономические отношения, складывающиеся в процессе общественного развития, их взаимодействия с производительными силами, а также экономический механизм хозяйствования, учитывающий интересы всех субъектов общества. Экономическая теория как учебная дисциплина изучает экономические категории, законы и механизм хозяйствования, регулирующие отношения в производстве, распределении, обмене и потреблении, а также на различных уровнях функционирования экономической системы — в звеньях микро-, макроэкономики и мирового хозяйства.

Углубленная характеристика предмета экономи­ческой теории предполагает раскрытие содержания и структуры слагающих ее элементов. Так, потребности людей подразделяются на материальные, духовные и социальные, а само производство — на материальное и нематериальное производство благ и услуг. Инфраструктуру производства составляют отрасли и сферы его обслуживания - транспорт, связь, система водообеспечения и др.

Движение продукта, богатства, услуг, которые подразделяются на предметы первой необходимости и предметы роскоши, представляет собой круговорот, совершаемый в четыре стадии — производство, распределение, обмен, потребление, образующие фазы воспроизводства.

Производство — сложный процесс организованного взаимодействия всех его элементов, сочетания технологии и организации.

Технология производства — определенным образом взаимодействующая техническая система средств и предметов труда, обеспечивающая видоизменение предметов природы и их приспособление для потребления.

Организация производства — общественная организованная взаимосвязь средств производства и рабочей силы, обеспечивающая их реальное функционирование как производительных сил с определенным общественно полезным результатом. Формами общес­твенной организации производства выступают предприятия, фирмы с их специализацией, кооперирова­нием, комбинированием и концентрацией. Объективно складывается система общественного разделения труда, т.е. закрепление определенных систем производительных сил за определенными организационными формами — предприятиями, выпускающими спе­циализированный вид продукции и услуг.

Производственные отношения — отношения между людьми, складывающиеся в процессе организации и осуществления производства как результат соединения всех факторов производства, использования ресурсов для получения определенных продуктов и услуг. В отличие от производственных экономические отношения складываются в процессе взаимодействия факторов и условий функционирования не только производства, но и непроизводственной (услу­ги, жилищно-коммунальное хозяйство, образование), духовной сфер и сфер общественного воспроизводства (распределение, обмен, потребление). Экономические отношения по поводу эффективного использования ресурсов в этих областях так же важны, как и в производстве. В экономических, как и в производственных, отношениях выделяют социально-экономическое содержание и организационно-экономическую форму. Социально-экономическое содержание определяется формой собственности, т.е. отношениями между людьми, характером труда, его общественной организацией, характером и способом распределения и потребления. Организационно-экономическая форма отношений, с одной стороны, связана с техникой, технологией производства, их особенностями в каждом производстве, с другой — характеризует способ общественной организации производства, хозяйствования, его механизм (управление, планирование, стимулирование, правовые, социально-технологические и другие формы).

Таким образом, экономическая теория может быть определена как наука, изучающая оптимизацию производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг на основе эффективного использования ограниченных ресурсов, обусловленных экономическими отношениями и закономерностями, с целью максимального удовлетворения материальных потребностей человека.

**Функции экономической теории.** Задачи экономической теории как науки и учебной дисциплины определяются ее предметом и функциями. Выделяют познавательную, практическую и мировоззренческую функции экономической теории. Познавательная функция экономической теории состоит в том, что в категориях и принципах, законах и закономерностях выражаются самые существенные процессы общественного развития, обеспечивается познание сложного мира экономики, взаимосвязи производства, распределения, обмена и потребления, всех элементов и структур народного хозяйства. В центре внимания экономической теории находится человек с его потребностями и интересами, отношениями с другими членами общества, с материальными элементами производительных сил.

Экономическая теория имеет огромное практическое значение, т.е. выполняет практическую функцию. Во-первых, она приводит в систему, в определенный порядок всю массу явлений и процессов экономической жизни, во-вторых, создает заинтересованность в действиях индивидов и, в-третьих, вырабатывает принципы, правила, формы хозяйствования субъектов рыночной экономики.

Экономическая теория обосновывает ориентиры хозяйственной деятельности, эффективные направления использования ресурсов, пути и способы объективного воздействия через экономические формы (категории) на удовлетворение потребностей. Кроме того, она вырабатывает механизм хозяйствования, его структуру и элементы, активно воздействующие на субъекты рыночной экономики, определяющие их целесообразное поведение. При этом выделяются положительные и отрицательные стороны отдельных про­цессов. В "Экономикс" проводится различие между позитивной (изучает то, что есть) и нормативной (изучает то, что должно быть) экономикой.

Экономическая теория выполняет и мировоззренческую функцию, ибо, анализируя с помощью экономических категорий и законов практику хозяйственной жизни, дает человеку возможность познавать окружающий мир, тенденции общественного прогресса, выявлять баланс взаимодействия общества, экономики и природы.

Методологическая функция выступает в качестве теоретического фундамента целого комплекса экономических наук – отраслевых (экономика промышленности, сельского хозяйства, транспорта и др.), функциональных (экономика труда, финансы, денежное обращение и кредит, экономическая статистика и др.). Кроме того, существует ряд экономических наук, находящихся на стыке различных отраслей знаний, - экономическая география, история народного хозяйства, теория управления и др. Для них экономическая теория тоже служит теоретической основой.

В литературе выделяют также теоретическую, критическую, прогностическую и другие функции экономической теории.

**Структура экономической теории.** Известно, что процесс исследования и процесс изложения различаются. Исследуются массовые, повто­ряющиеся, существенные причинно-следственные связи и явления, позволяющие выявить их глубинную сущность, закономерности и законы развития всей общественной жизни и отдельных ее сторон. Изложение в учебном курсе обычно начинается с наиболее общих понятий, категорий и законов, характерных для любого этапа исторического развития общества и экономической науки, образующих основу знаний о факторах и условиях экономического развития и не зависящих от принятого в той или иной экономической теории метода построения научной системы.

В марксистской политической экономии обосновывается формационный подход и так называемый "незаконный" способ изложения курса, когда в системе экономических законов выделяется основной экономический закон, закон планомерного развития, другие специфические и общие экономические законы, а каждая тема курса, как правило, посвящена раскрытию конкретного экономического закона. В "Экономиксе" изложение ведется по элементам рыночного хозяйственного механизма, в основу положено раскрытие понятий спроса и предложения, цены и ценообразования, конкуренции и рассматривается поведение отдельных субъектов в условиях изменяющейся рыночной среды.

Наиболее устойчивой является структура курса экономической теории, в основу которой положен предмет экономической науки — экономика и ее уровни — отдельное предприятие, фирма, национальная экономика, интернациональные процессы в экономике. Таким образом, кроме общих основ в экономической теории выделяются ***три уровня*** отношений, а значит, и экономической науки — микро-, макро- и мировая экономика (мировое хозяйство).

В общих основах экономической теории изучаются предмет и объект экономической науки, понятия элементов производства и экономической системы общества, собственности, факторов производства, ресурсов и потребностей, результатов производства и их измерения. Важными элементами этого раздела являются рынок и механизм его функционирования. Здесь же показывается, что товарная форма общественного хозяйства прошла длительный исторический путь развития, стала преобладающей формой, обеспечивающей эффективное использование ресурсов для достижения целей общества, излагаются основы рыночного механизма, в том числе элементы спроса и предложения, цены, конкуренции и общие принципы (законы) их взаимосвязи.

Существенно и то, что экономическая теория органически "привязана" к практике социально-экономических преобразований конкретной страны и этапам ее развития. Для нашей страны — это переходный этап от централизованно управляемой, командно-административной системы к рыночной. В связи с этим необходимо выяснить характер и особенности переходной экономики и способы решения ее задач.

В центре микроэкономики — интересы субъектов хозяйствования, коммерсантов, бизнесменов, работников, их потребности, желания, приоритеты, рыночный спрос, поведение потребителей, предприятий в условиях конкуренции, формирование рынка ресурсов и доходов фирм. Центральной проблемой микроэкономики является рыночная цена товара, взаимодействие спроса и предложения, их эластичность. Механизм микроэкономического регулирования предполагает маркетинг как систему рыночной организации работы предприятия и менеджмент как систему уп­равления коммерческим предприятием, подсистему рыночной экономики.

Макроэкономика исследует систему хозяйствова­ния на уровне национальной экономики. Ее категории — совокупный спрос и совокупное предложение, национальный доход, денежная система, инфляция, госбюджет, рынок труда и занятость, социальная за­щита населения, инвестиции и эффективность национального богатства, макроэкономические пропорции народного хозяйства и их регулирование.

Мировая экономика исследует важнейшие формы международных экономических отношений, принципы их функционирования и регулирования. Это проблемы мировой торговли и международной валютно-кредитной системы, миграции капиталов и рабочей силы, международной и региональной экономической интеграции и экономических аспектов решения глобальных проблем цивилизации. Важнейшими категориями этого раздела являются интернациона­лизация производства, экспорт, импорт, демпинг, ва­лютный курс, паритетность и покупательная способность валют, торговый и платежный балансы, различные инструменты и институционально-организацион­ные формы регулирования международных экономических отношений.

Теория рыночной экономики как составная часть общей экономической теории раскрывает и обобщает рыночный механизм хозяйствования, который в значительной степени зависит от общих целей и задач, стоящих перед обществом в каждый конкретный момент исторического развития.

В нашем обществе, как уже отмечалось, осущест­вляется переход от централизованно управляемой, плановой экономики к социально ориентированной, регулируемой рыночной экономике — своего рода смешанному типу экономической системы, в центре которой — человек с его потребностями, рыночная система хозяйствования и развитая форма государ­ственного регулирования.

Основными экономическими и социальными целями социально ориентированной, регулируемой рыночной экономики являются удовлетворение материальных и духовных потребностей людей, экономическая стабильность и экономический рост, полная занятость, экономическая эффективность, стабильный уровень цен и экономическая обеспеченность, экономическая свобода и справедливое распределение доходов, разумный торговый баланс. Экономическая теория обосновывает приоритетность и взаимосвязь основных целей, механизм, направления и рациональные пути их дос­тижения с учетом конкретных особенностей каждого периода развития той или иной страны, реальных возможностей и условий их реализации.

**Методы экономической теории.** Среди методов экономической теории выделяют общемировоззренческие и общенаучные, а также частные. Методология же экономической науки опирается на различные подходы, такие, как:

- рационалистический, основанный на попытке открыть "естественные" и рациональные законы экономики (учение А. Смита и Д. Рикардо);

- субъективистский, рассматривающий в качестве основного объекта исследования человека как хозяйствующего субъекта (теория потребительского поведения, основанная на предельной полезности);

- эмпирический, основанный на глубоком изучении реальных фактов экономической жизни (это экономические модели, микроэкономика, макроэкономика);

- диалектико-материалистический, базирующийся на анализе явлений в их развитии, движении.

Экономическая теория стремится проникнуть за покров внешней видимости хозяйственных явлений и обнаружить сущность — их внутреннее содержание. Однако для этого надо в совершенстве владеть всей совокупностью способов и приемов, применяемых для научного познания экономических отношений.

Общим мировоззренческим методом является материалистическая диалектика — единый для всех наук метод. Однако следует учитывать, что специфика предмета каждой науки обусловливает своеобразие его применения к познанию объективного мира. В частности, способы, используемые исторической наукой, занимающейся вопросами исторического развития общества в его конкретном многообразии, не могут быть во всем идентичны способам, применяемым экономической теорией при изучении экономического строя общества. Что касается естественных наук, то в процессе познания законов природы они широко используют экспериментирование, постановку опытов, проводимых в искусственно создаваемых лабораторных условиях с тем, чтобы воспроизвести явление в его чистом виде.

Диалектический метод, во-первых, исходит из того, что в природе и обществе все явления и отношения не являются раз и навсегда данными, вечно и неизменно существующими — они находятся в процессе развития и изменения. Применительно к экономической теории это означает, что следует рассматривать экономические категории и законы, процессы и явления не как застывшие, неподвижные, вечные, а как изменяющиеся, развивающиеся. Необходимо выяснить, как, почему и в силу каких причин возникают, развиваются и исчезают экономические явления.

Во-вторых, в его основе лежит утверждение, что в природе и обществе развитие идет от простого к сложному, от низшего к высшему. Сложное отношение может появиться лишь после того, как развилось предшествующее ему простое. Применительно к экономической теории это означает, что при восхождении от абстрактного к конкретному экономические категории располагаются в последовательности, которая отражает процесс перехода от наиболее простых экономических отношений ко все более сложным. Переход от простого к сложному сопровождается приобретением новых качеств и в то же время сложное отношение, являясь качественно новым, содержит черты, присущие предшествующему простому отношению.

В-третьих, диалектический метод исходит из того, что движущей силой развития является единство и борьба противоположностей, внутренние противоречия того или иного явления. В экономической теории движущими силами экономического прогресса считаются противоречия между производством и потреблением, различными видами интересов и т.д.

Общенаучные методы включают в себя прежде всего метод научной абстракции. Он состоит в выде­лении наиболее существенных сторон изучаемого явления и отвлечении от всего второстепенного, случайного. Научное абстрагирование — не отрыв мышления от жизни, а средство проникновения в нее, способ отражения в теории существенных связей реальной действительности. В процессе абстрагирования формулируются научные категории, т.е. понятия, выражающие отдельные или обобщенные стороны (внешние или внутренние) предметов, процессов, явлений. Выделение наиболее существенных черт при исследовании предмета, явления или системы в экономической теории особенно важно, ибо в отличие от естественных наук в общественной жизни нельзя моделировать явления в чистом виде.

К общенаучным методам относятся анализ и синтез. При анализе исследуемый предмет, явление расчленяется на составные элементы, каждый из которых подвергается детальному изучению, выясняется его место и роль внутри целого. Результатом анализа являются абстрактные определения, выражающие сущность экономических явлений. В процессе синтеза происходит соединение расчлененных и проанализированных элементов в единое целое, раскрываются внутренняя связь элементов, их взаимодействие, выясняются противоречия между ними, намечаются пу­ти их устранения.

Анализ и синтез находятся в органическом единстве: анализом начинается процесс раскрытия сущности, синтезом он завершается. Только путем анализа и синтеза можно проникать в суть явлений, формировать законы и закономерности, выявлять законы развития составных частей и общие законы всей системы в целом. Принято различать позитивный 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). Нормативный подход основан на исследовании того, как должно быть. При его применении делаются оценки — справедливо или несправедливо, плохо или хорошо, допустимо или недопустимо. С оценочными суждениями постоянно приходится сталкиваться правительству, государственным деятелям при разработке экономической политики. Обоснование экономической политики, программ рыночной экономики должно опираться на объективные экономические законы, закономерности и принципы. Например, существует взаимосвязь между расходами на науку, научно-техническим прогрессом и экономическим ростом. Учитывая этот принцип, можно предсказать направление развития экономики в определенном проме­жутке времени.

Раскрытию сущности явлений служат индукция и дедукция. Первая —движение мысли от частного к общему, от отдельных фактов к общему положению. На основе частностей логически выводятся общие положения, принципы. Вторая — движение мысли от общего к частному. На базе общих положений обосновываются те или иные частности экономических объектов, процессов.

Проникновение в сущность экономических процессов, явлений обеспечивает единство исторического и логического подходов. Это необходимо не только для выяснения происхождения системы и ее элементов, но и для обоснования тенденций развития, его этапов. Экономическая теория должна показать явление в развитии, движении, т.е. исторически. Вместе с тем она рассматривает экономические процессы, освобожденные от случайностей исторического развития, т.е. логически.

Каждое экономическое явление имеет количественную и качественную стороны, находящиеся в тесной связи и взаимозависимости. Качественная сторона выражает сущность явления. Она является ведущей, определяющей количественные величины, меру данного отношения. Количественный анализ экономических явлений предполагает широкое использование в экономической теории статистических данных, методов математики, экономико-математического моделирования и вычислительной техники. Современный уровень обобществления хозяйства требует тщательного и всестороннего учета количественных величин экономики, применения с этой целью электронно-вычислительной техники. Чем совершеннее счетно-вычислительная техника, тем больше возможность оперативной обработки огромного количества экономических фактов, информации в масштабе национальной экономики. Применение математики в экономических исследованиях имеет прикладное и практическое значение.

Особое значение математическим методам исследования экономических процессов придавали Л. Вальрас, В. Парето, У.С. Джевонс, В. Леонтьев, Л. Канторо­вич, С. Шаталин, А. Аганбегян, А. Гранберг, К. Вальтух, В. Дадаян, А. Анчишкин и др. Особого внимания» заслуживают работы Дж. Неймана, математика, физика, кибернетика, который в содружестве с экономистом Принстонского университета О. Моргенштерном исследовал многие проблемы экономического развития на основе теории игр. Прогностическое мо­делирование исключительно актуально и в условиях перехода стран СНГ к рыночной экономике.

Привлечение математики к экономическим исследованиям играет важную роль в изучении количественных связей в экономике, определении темпов роста отдельных экономических звеньев, установлении оптимальных пропорций, прогнозировании структурных сдвигов в производстве, распределении и использовании валового внутреннего продукта и т.д.

Однако математический и статистический анализ только тогда вскрывает реальные отношения, когда он тесно связан с качественным содержанием анализируемого предмета.

Экономические явления исследуются системно. Системный подход предполагает трактовку экономического объекта как системы и в то же время как элемента еще более сложной системы. Экономические явления исследуются по составу и структуре, в определенной последовательности, с выделением причины и следствия, корреляционной зависимости.

Частные методы исследования. Среди частных методов выделяют графические, статистические, математические, моделирование, сравнительный анализ, экономический эксперимент и т.д.

Экономический эксперимент — научно поставленный опыт в экономической области с целью проверки эффективности намечаемых хозяйственных мероприятий. Цель эксперимента — доказательство правильности определенной гипотезы, выдвинутой на основе изучения существующей практики экономического развития. Современные технические средства, особенно электронные вычислительные машины, дают возможность проведения более глубоких экспериментальных экономических исследований. Экономические эксперименты позволяют выработать меры, стимулирующие увеличение объемов производства, рост производительности труда, снижение издержек производства и т.д. Они разумны и необходимы, хотя точно спрогнозировать вероятные результаты эксперимента можно далеко не всегда. Вместе с тем поиск новых методов повышения эффективности производства в странах с развитой рыночной экономикой дает ощутимые результаты.

Наиболее сложной задачей является моделирование экономических систем. С целью практического использования экономической теории требуется разработка экономико-математических моделей. Экономико-математические методы позволяют моделировать и оптимизировать прогнозируемые показатели, сопоставлять возможные варианты решений с целью выбора оптимальных. Большое значение имеет программно-целевой метод, применяемый при разработке и реализации целевых комплексных программ.

Расчетно-аналитический метод позволяет рассчитать намечаемые размеры показателей в предстоящем периоде в зависимости от изменения влияющих на них факторов. Таким путем определяются прогнозируемые темпы роста производительности труда, снижения издержек производства и др.

Вся совокупность научных методов позволяет выполнять важную задачу — выявлять общие для всех изучаемых систем элементы и признаки, закономерности развития, а также показывать различия между ними. На этой основе во всех разделах курса экономической теории дается сравнительный анализ основных экономических систем, существующих в современном мире.

**3. Экономическая теория и хозяйственная практика.** Экономическая наука - это сумма знаний, составляющих базу господствующей в обществе хозяйственной идеологии и формирующих экономическое мышление. Экономическая наука составной частью включает в себя экономическую теорию, которая является логическим обобщением опыта хозяйственной практики и регулирования естественных процессов в экономике как сфере хозяйственной деятельности по удовлетворению потребностей общества и индивидов.

Все многообразие определений предмета экономической теории можно свести к единому началу: в центре ее изучения лежит хозяйственная деятельность людей, которая развивается по общим законам взаимодействия человека с природой.

Сфера экономического исследования исследует хозяйственную деятельность как деятельность на расчете, направленную на удовлетворение потребностей индивида и общества. В процессе хозяйствования жизнедеятельность проявляется, с одной стороны, в затратах энергии, ресурсов и т.д., с другой - в соответствующем пополнении жизненного расхода.

При этом субъект хозяйственной деятельности стремится к рациональности путем сопоставления затрат и выгод (что не исключает ошибок в принятии хозяйственных решений). Существенной чертой такого поведения человека и его деятельности является зависимость от материального мира. Одни материальные блага (воздух, вода, солнечный свет) находятся в таком количестве и такой форме, что пользование ими оказывается для человека доступным всюду и во все времена.

Удовлетворение потребностей в них не требует никаких усилий и пожертвований. Пока сохраняются такие условия, эти блага и потребности в них не являются предметом забот и расчетов человека. Это неэкономические блага. Другие материальные блага имеются в ограниченном количестве (разного рода "редкости"). Чтобы удовлетворить потребности в них и иметь их в достаточном количестве, необходимы усилия для их добычи и приспособления к потреблению. Эти блага называются хозяйственными (экономическими).

Именно они интересуют практика-хозяйственника и экономиста-теоретика. Утрата этих благ составит потерю, ущерб, возмещение которого требует новых усилий, затрат, пожертвований. От этого зависит благосостояние людей, поэтому хозяйственник обращается с ними бережно, экономно, расчетливо.

Хозяйственная деятельность людей представляет собой очень сложный и запутанный комплекс разнообразных явлений и процессов. В индустриально развитых странах ныне выделяется около 500 крупных отраслей и блоков хозяйства, где вырабатываются десятки миллионов товаров и услуг для удовлетворения производственных и личных потребностей людей. Каждый из экономических блоков в свою очередь имеет сложную структуру. При этом хозяйственную деятельность осуществляют не просто члены общества, а экономические агенты в лице работников, владельцев имущества, банкиров, домохозяйств и т.д. На всех этапах хозяйственной деятельности между группами людей, предприятий, собственниками, внутри фирм, между городом и деревней, между гражданами, всеми ими с одной стороны, и государством с другой стороны развиваются экономические отношения. Вне этих отношений, при нарушенных хозяйственных связях не будет выработан продукт для удовлетворения имеющихся потребностей.

Потребность - это нужда в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности, развития личности и общества в целом. Потребности подразделяются на первичные, удовлетворяющие жизненно важные нужды человека и вторичные (кино, театр, спорт и т.д.). Чаще их рассматривают как материальные и духовные потребности. К материальным потребностям относятся и многие виды услуг. С позиций конечного использования экономические блага подразделяются на личные и производственные.

Необходимость в хозяйственной деятельности и вызывается имеющимися потребностями. Однако фирма или иной предприниматель совсем не озабочены стремлением удовлетворить ту или иную общественную потребность. Пчела собирает нектар не для того, чтобы опылять цветы, но извлечь мед она не может не опылив цветок. Так и с предприятием: его цель - выгода, но прибыль оно может получить только служа интересам общества.

В общем плане в хозяйственной деятельности выделяются четыре стадии: ПРОИЗВОДСТВО - РАСПРЕДЕЛЕНИЕ - ОБМЕН - ПОТРЕБЛЕНИЕ, а весь процесс деятельности протекает в противоречивой форме. Ресурсов, как правило, меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей при данном уровне экономического развития. Основное свойство ресурсов заключается в их редкости или ограниченности. Потребности же общества безграничны и полностью не могут быть удовлетворены.

По словами В. Леонтьева, - экономика каждой страны представляет собой большую систему, в которой очень много разных видов деятельности и все они взаимодействуют между собой. Содержанием и характером взаимодействия элементов в этой сложной системе определяется само ее "лицо", эффективность функционирования.

Надо иметь в виду, что каждая стадия в создании и продвижении готового продукта к потреблению представляет собой подсистему в общей системе экономических отношений. В подсистеме действуют свои специфические законы, которые выражают устойчивые причинно-следственные связи в данном хозяйственном процессе, в данном его звене. Доли крупного собственника материальных условий производства и хорошо работающего человека всегда будут выше по сравнению с нерадивым или неумелым работником, а также владельцем меньшего капитала.

 Заключение. Обобщая вышесказанное следует заметить, что изучение экономической теории, её предмета и методов, дает возможность не только определить целесообразность и приоритетность удовлетворения потребностей сегодня, но и выработать рациональные перспективные задачи и пути их достижения, обосновать экономическую стратегию и экономическую политику. На основе экономической теории в обществе формируется экономическая политика как система мер и способов практической реализации целей и социально-экономических задач, в которой концентрированно выражаются приоритеты экономической стратегии и направления, способы, механизм функционирования общественной системы. В современных условиях в качестве главной стратегической цели социально-экономических преобразований определены повышение жизненного уровня населения и постепенное приближение его благосостояния к уровню высокоразвитых европейских государств. Поставленной цели наиболее полно отвечает модель социально ориентированного рыночного государства, предполагающего соединение преимуществ современной высокоразвитой рыночной экономики и эффективной социальной защиты граждан, создания открытого, гуманного, цивилизованного, правового общества.

Экономическая теория способствует формированию системного, научного мировоззрения, дает представление не только об экономической, но и о социальной направленности развития общества, в котором мы живем.

# ЛЕКЦИЯ. Общие проблемы экономического развития

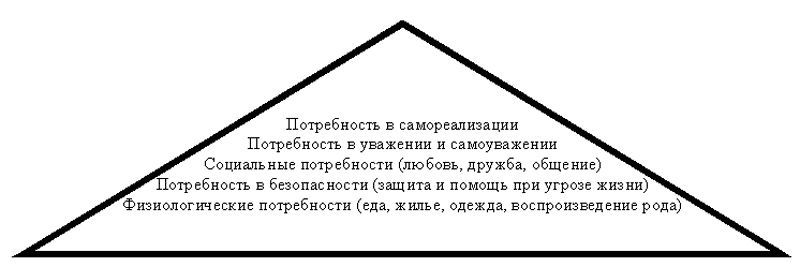
Объективные условия и противоречия экономического развития**.**

Для любого этапа развития экономики объективными условиями выступают ресурсы и потребности общества.

Потребность – это нужда человека в чем-либо, требующая удовлетворения.

Разнообразные потребности человека изменяются в зависимости от времени и обстоятельств. Знаменитый американский социолог Абрахам Маслоу предложил специальную «пирамиду потребностей», которая описывает все возможные виды потребностей и желаний (схема 1).

**Рис.1.** Классификация человеческих потребностей по А. Маслоу.



Эту классификацию можно дополнить выделением потребностей рациональных и иррациональных, абсолютных и действительных, осознанных и не осознанных, ложно понятых и т. д.

Только при осознании потребностей возникает мотивация к труду. В этом случае потребности приобретают конкретную форму – экономического интереса.

Экономический интерес – это форма проявления экономических потребностей.

Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности, называются благами. Одни из них имеются в неограниченном количестве, например воздух, другие – в ограниченном. Ограниченные в своем физическом объеме блага называются экономическими.

Примеры благ – продукты питания (хлеб, масло, мясо, молоко и т.д.), другие предметы потребления (одежда, автомобили и т.п.), определенные явления или процессы в природе (солнечный свет, вода из родника, воздух).

С учетом приведенного нами определения в особую категорию выделяются антиблага, или блага со знаком «минус». Антиблаго – это то, что люди (в нормальном состоянии) не хотели бы присвоить, что они считают вредным.

Примеры антиблаг – выхлопные газы, кислотные дожди, ураганы, шумы двигателей, магнитные бури, снежные заносы и т.д.

Как можно заметить, термин «благо» является универсальным в том смысле, что охватывает как предметы, к которым приложил руку человек (рукотворные блага), так и естественные явления и процессы в окружающем мире, не связанные с деятельностью людей.

При определении категории «благо» необходимо принять во внимание два следующих аспекта:

- иногда приходится выбирать не среди благ, а среди антиблаг («из двух зол выбирать меньшее»). В нашей стране людям именно так нередко приходится поступать при проведении всевозможных выборов (непростая задача – отобрать из числа недостойных более достойных).

- нет и не может быть единого мерила (что такое «хорошо» и что такое «плохо»). То, что один человек воспринимает как благо, другой может считать антиблагом. Как известно, изделия, содержащие никотин, алкоголь, наркотические и иные вещества, воздействующие на психику человека, их потребителями обычно воспринимаются как благо, а окружающими – часто как зло.

В современной экономике разнообразие обращающихся в ней благ чрезвычайно велико. Поэтому блага целесообразно классифицировать по различным критериям.

I. На основе объектной классификации благ можно выделить следующие их виды (группы).

1. Материальные и нематериальные блага.

Материальные блага включают: естественные дары природы (земля, воздух, климат), продукты хозяйственной (производственной) деятельности людей (продукты питания, здания и сооружения, машины и оборудование и т.п.).

Нематериальные блага – это блага, воздействующие на развитие способностей человека или определяющие его статус (в частности, социальный). Одна (видимо, основная) их часть создается в непроизводственной сфере (здравоохранение, образование, искусство, кино, театр и т.д.), другая – связана преимущественно с образом (условиями) жизни конкретного человека.

С учетом этого можно выделить две подгруппы нематериальных благ: внутренние и внешние. Внутренние блага – это способности, данные данному человеку природой, которые он развивает в себе по собственной воле (голос, музыкальный слух, склонность к научной деятельности и т.д.). Внешние блага – это все то, что дает внешний мир для развития человека и удовлетворения его потребностей (репутация, деловые связи, определенное социальное положение в обществе и т.п.).

2. Взаимозаменяемые блага, или блага-субституты (от англ. « substitute » – замещать), и взаимодополняющие блага, или блага-комплементы (от англ. « complement » – дополнять).

Учет степени взаимозамещения и взаимодополнения благ важен для анализа поведения агентов (субъектов) в любой экономической системе и закономерностей ценообразования.

3. Блага одно- и многоразового использования.

О благах первой группы обычно говорится, что они потребляются, исчезают, а о благах второй группы – что они используются и при этом постепенно изнашиваются.

Среди производимых благ длительного пользования в особую группу обычно выделяются здания и сооружения (недвижимость). Их особенность в том, что они не обладают свойством мобильности (изменения места нахождения).

4. Прямые (потребительские) и косвенные (производственные) блага.

Для получения недостающих потребительских благ (предметов потребления), как правило, нужны косвенные блага (ресурсы).

Косвенные блага (ресурсы), в свою очередь, делятся на реальные (физические) и финансовые (в денежной форме).

5. Блага, реально существующие в настоящем времени (блага настоящего), и блага, которыми можно будет пользоваться только в будущем (блага будущего).

Смысл хозяйствования часто заключается в том, чтобы ресурсы, существующие в настоящем, применить для создания благ в будущем.

6. Хранимые и нехранимые блага.

Степень хранимости зависит от конкретных благ. Так, абсолютно нехранимыми являются услуги, поскольку они потребляются непосредственно в момент производства. Малохранимыми являются скоропортящиеся продукты питания (например, свежая рыба, парное мясо, молоко). Близкими к абсолютно хранимым благам являются так называемые благородные металлы (например, золото, серебро). Большая часть реальных (физических) благ обладает неполной хранимостью во времени, подвержена негативным воздействиям внешней среды. Существуют также блага, абсолютно хранимые и даже способные количественно прирастать во времени (например, деньги, ценные бумаги и другие финансовые активы).

7. Делимые и неделимые блага.

Для многих благ существует естественный предел делимости – единичное благо, штука (одна книга, одна кассета и т.п.). Некоторые блага делимы почти абсолютно: «хлеба краюху – и ту пополам». Существуют также блага, которые крайне трудно отнести к делимым (например, пути сообщения, магистральные нефте- и газопроводы, линии электропередачи). Достаточно изъять любую его часть, разрезать «поперек» – и все благо исчезает как предмет потребления (использования).

II. В зависимости от характера (способа) получения блага субъектами различают две их категории (группы) - экономические и неэкономические.

1. Экономические блага - это блага, которые являются объектом или результатом экономической деятельности людей, т.е. которые можно получить в количестве, ограниченном по сравнению с удовлетворяемыми потребностями. Иначе говоря, по отношению к экономическим благам в той или иной степени существует проблема редкости, обусловливающая соответствующее поведение человека - выбор в условиях ограниченных ресурсов (кондиционированный воздух, электрическое освещение, водопроводная вода).

2. Неэкономические (даровые или свободные) блага - это блага, которые предоставляются внешней средой (природой) без приложения человеком усилий. Такие блага существуют в природе «свободно» в количестве, достаточном для полного и постоянного удовлетворения определенных потребностей человека (атмосферный воздух, солнечный свет, вода в открытых водоемах и т.д.).

III. В зависимости от степени доступности (собственности) благ и характера их использования экономическими агентами различают следующие их виды.

1. Частные блага - это такие блага, которые доступны только одному субъекту и его использование исключает возможность потребления его другими субъектами.

Примеры - зубная щетка, пара обуви, находящиеся в чьей-либо собственности. Маловероятно, чтобы кто-либо еще покусился (помимо их владельца) на их использование (потребление).

2. Общественные блага - это такие блага, доступ к которым не может быть ограничен, а их потребление может осуществляться одновременно многими субъектами (независимо от того, платят они за него или нет).

Примеры - знания, национальная безопасность.

3. Блага «общие ресурсы» - это специфические блага, которые доступны (принадлежат) всем, но потребляются они только одним субъектом.

Примеры - грибы в лесу, птицы в небе, рыба в реке.

4. Блага «естественные монополии» - это специфические блага, доступные (принадлежащие) одному субъекту, а пользоваться им могут одновременно многие.

Примеры - система кабельной сети, трубопроводные системы.

Получение доступа к частному благу требует от субъекта определенных издержек в пользу того, кто имеет доступ к этому благу и готов поделиться правом доступа за взаимно приемлемую плату. Именно частные блага являются основным объектом изучения экономической теории.

Получение доступа к общественному благу, если оно уже существует, не требует от субъектов каких-либо дополнительных издержек.

IV. По характеру потребления блага разделяются на конечные и промежуточные.

1. Конечные блага – это такие блага, которые не потребляются при производстве других благ. Основная часть конечных благ – предметы потребления.

2. Промежуточные блага – это блага, потребляемые (используемые) при производстве других благ. В состав промежуточных благ включаются прежде всего средства производства (как средства труда, так и предметы труда).

Одно и то же благо может быть и конечным, и промежуточным – в зависимости от того, как оно будет использовано.

Например, килограмм масла, использованный в домашних условиях, считается конечным благом. Такой же килограмм масла, использованный на кондитерской фабрике, считается промежуточным благом. Если этот же килограмм масла не был пущен в производство, а направлен на пополнение запасов сырья, то он также считается конечным благом (инвестицией в реальный капитал). Другой пример – выращенные помидоры представляют собой промежуточный продукт при изготовлении из них томатной пасты или консервированной продукции и конечный – при непосредственном поедании (употреблении в пищу).

Для получения экономических благ необходимы соответствующие ресурсы. С их использованием для удовлетворения потребностей человека связаны все проблемы экономического развития. Решение этих проблем базируются на двух экономических аксиомах:

– человеческие потребности безграничны и неутолимы. Хорошей иллюстрацией этого является известная сказка о золотой рыбке;

– ресурсы общества, необходимые для производства товаров и услуг, ограничены или редки.

Отмеченное противоречие разрешается путем выбора. Не случайно одно из определений экономики гласит: экономика описывает и анализирует выбор из ограниченных ресурсов для удовлетворения неограниченных потребностей.

Факторы производства – это ресурсы, используемые для производства экономических благ. Под экономическими ресурсами понимаются все природные, людские и произведенные человеком ресурсы.

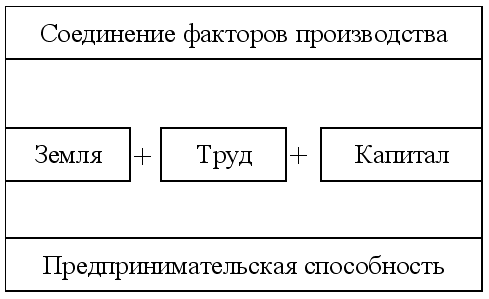
Природные ресурсы – земля, вода, воздух, сырье, используемые для переработки.

Труд – это умственные и физические способности человека, необходимые для производства. Среди них особое значение имеет предпринимательская способность, которую иногда называют особым фактором производства, т. к. она объединяет все факторы производства в одном предприятии.

Капитал – здания, сооружения, станки, машины, полуфабрикаты и т. п., что создано человеческим трудом.

Взаимодействие факторов производства можно представить в виде схемы 1.

Схема1. Взаимодействие факторов производства.



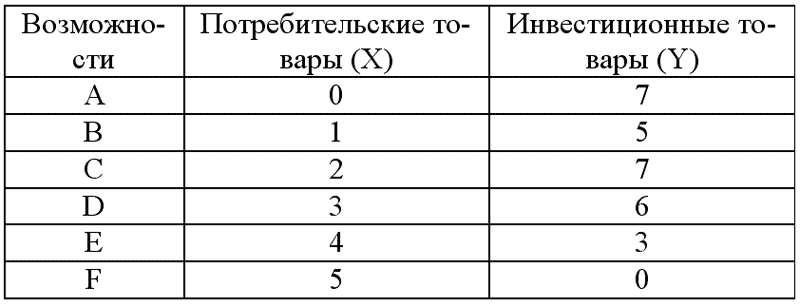
Под предпринимательской способностью, таким образом, понимается особый вид человеческих ресурсов, заключающийся в способности наиболее эффективно использовать все факторы производства.

Противоречия экономического развития, связанные с ограниченностью ресурсов, разрешаются путем выбора альтернативных путей их использования с учетом экономической эффективности.

В упрощенном виде эффективность использования ограниченных ресурсов моделируется с помощью кривой производственных возможностей. Она определяет границу производственных возможностей, которая показывает максимально возможный объем производства конкретного товара или вида услуг при заданных ресурсах и знаниях, которыми располагает экономика, и заданных объемах производства других товаров и услуг.

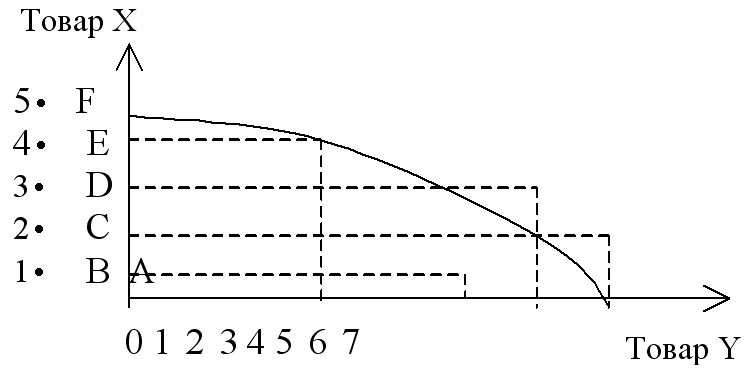
Кривая производственных возможностей – графическое изображение различных комбинаций производства благ при максимальном использовании имеющихся ресурсов и существующем уровне технологии.

Рассмотрим пример:



Изобразив данные на графике, получим кривую производственных возможностей (схема 3).

Схема 2. Кривая производственных возможностей.



На графике изображена кривая производственных возможностей, каждая точка которой показывает количество товара X, производимого при полном использовании всех имеющихся ресурсов, взамен товара Y. Точки А, Е, F представляют производственные возможности общества в производстве товаров X и Y. Если производится два товара X, то семь товаров Y. Точка B показывает, что производство организованно неэффективно и есть неиспользованные ресурсы, например, рабочая сила. Точки C и D показывают уровень производства, недостижимый при данной технологии. Такая «сверхэффективность» в условиях ограниченных ресурсов возможна лишь при усовершенствовании технологии.

Экономическая эффективность характеризуется отношением результата к затратам производства.

Если предложение имеющихся в распоряжении общества ресурсов увеличивается, то появляется возможность произвести больше как первого, так и второго альтернативных товаров. Это отражается сдвигом кривой производственных возможностей. Происходящий при этом экономический рост имеет одну важную особенность: общество может реализовать их в будущем, только ограничив текущее потребление. Компромиссы между сегодняшними издержками и завтрашними выгодами касаются всех, кто принимает решения, – отдельных потребителей, предприятий и государственных органов (Шевчук Д.А., Шевчук В.А. Макроэкономика: Конспект лекций. – М.: Высшее образование, 2006).

**Ключевые вопросы экономики.** Главной экономической задачей является выбор наиболее эффективного варианта распределения факторов производства в целях решения проблемы ограниченности ресурсов и безграничности человеческих желаний. Отражением этой проблемы является постановка трех основных вопросов экономики.

1. Что должно производиться – т. е. какие товары и в каком количестве;

2. Как будут производиться товары, т. е. кем, с помощью каких ресурсов и какой технологии они должны быть воспроизведены;

3. Для кого предназначаются товары, т. е. кто должен потреблять товары и извлекать из них пользу.

Рассмотрим содержание каждого вопроса. Первый важнейший выбор – какие товары производить, легко проиллюстрировать на примере общества, выпускающего только два товара А и Б. Факторы производства, используемые в одном месте, не могут в то же время применяться в другом производстве. Это означает, что производство товара А влечет за собой потерю возможности производить товар Б и имеет альтернативную стоимость.

Альтернативная стоимость товара или услуги – это стоимость, измеренная с точки зрения потерянной возможности заниматься наилучшей из доступных альтернативных деятельностей, требующей того же времени или тех же ресурсов.

Денежные затраты и альтернативная стоимость – это пересекающиеся понятия. Некоторые альтернативные стоимости, такие как плата за обучение, принимают форму денежных расходов, в то время как другие, такие как затраты свободного времени, не проявляются в денежном виде. Некоторые денежные расходы, как та же плата за обучение, представляют собой альтернативные стоимости, т. к. могли быть израсходованы на другие потребности. Другие денежные затраты, например на одежду, питание и т. д., существуют всегда и поэтому не включаются в альтернативную стоимость.

Второй основной экономический выбор – как производить. Он связан с существованием нескольких способов производства товара или услуги Автомобили можно делать, например, на высоко автоматизированных фабриках с огромным количеством капитального оборудования и относительно малой долей труда, но их можно делать и на малых предприятиях, использующих большее количество труда. Ключевым соображением при принятии решения о том, как производить, является эффективность распределения ресурсов или эффективность Парето (Шевчук Д.А., Шевчук В.А. Деньги. Кредит. Банки. Курс лекций в конспективном изложении: Учеб-метод. пособ. – М: Финансы и статистика, 2006).

Эффективность Парето – такой уровень организации экономики, при котором общество извлекает максимум полезности из имеющихся ресурсов и технологий, и уже невозможно увеличить чью-либо долю в полученном результате, не сократив другую.

Когда эффективность достигнута, то большее количество товара может быть произведено ценой потери возможности производить что-то еще, если факторы производства и знания неизменны. Однако эффективность производства можно увеличить при улучшении общественного разделения труда. Его важными характеристиками являются специализации и кооперация, позволяющие учитывать сравнительные преимущества в производстве товара.

Сравнительное преимущество – это способность производить товар или услугу по относительно меньшей альтернативной стоимости.

Проиллюстрируем принцип сравнительного преимущества примером. Предположим, что два студента подрабатывают в конторе. Сергей может напечатать письмо за 5 минут, надписать и заклеить конверт за 1 минуту. Андрею нужно потратить 10 минут на письмо и 5 минут на конверт. Работая независимо друг от друга они могут сделать 14 писем в час. Используя принцип сравнительного преимущества, эффективнее организовать работу так, чтобы Андрей, имеющий меньшую альтернативную стоимость в печатании писем, занимался только этим. Тогда Сергей заклеивал и надписывал подготовленные Андреем письма, затратив на это 6 минут, а в оставшееся время самостоятельно подготовить еще 9. В этом случае общий итог работы будет максимальным и составит 15 писем.

Принцип сравнительного преимущества имеет достаточно широкое применение. Он может использоваться не только для организации производства внутри предприятия, но и в связи с разделением труда между фирмами или государственными агентствами, а также между странами.

Третий ключевой вопрос экономики – это распределение произведенного продукта между членами общества. Он может рассматриваться как в терминах эффективности, так и с точки зрения справедливости.

Эффективность в распределении – ситуация, в которой невозможно путем перераспределения существующего количества благ удовлетворить желание одного человека более полно, не нанося этим ущерба удовлетворению желаний другого человека.

Справедливость в распределении трактуется по-разному. Выделим две крайние концепции. Согласно первой, весь доход и богатство должны распределяться поровну. Альтернативная позиция состоит в том, что справедливость зависит не от «уравниловки», а от действия механизма распределения, основанного на праве частной собственности и отсутствия дискриминации. При этом равенство возможностей важнее, чем равенство доходов. В рыночной экономике любой продукт распределяется между потребителями на основе их желания и способности заплатить за него существующую цену. Дискуссии об эффективности распределения рассматриваются как часть позитивной экономики, а о справедливости – как часть нормативной.

Вопросы что, как и для кого производить являются основными и общими для всех типов хозяйств, но разные экономические системы решают их по-своему.

**Экономические агенты.** В современной экономической литературе нередко параллельно используются два понятия «товарное хозяйство» и «рыночное хозяйство». В принципе, здесь нет особого противоречия, поскольку рынок – неотъемлемый компонент товарного хозяйства. Без товарного производства нет рынка, равно как без рынка нет товарного производства, т.е. в данном случае одно предполагает другое. Соответственно, возникновение рынка определяется теми же условиями, которые обеспечили формирование товарного производства.

При рассмотрении рынка как системы экономических отношений логично выделить объекты и субъектов рынка (экономических агентов).

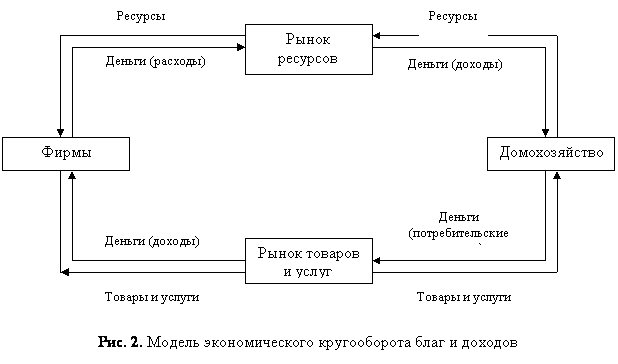
Объектами рынка являются товары и деньги. В условиях развитых рыночных отношений в качестве товаров выступает не только производимая продукция (товары и услуги), но и факторы производства (земля, труд, капитал). В качестве денег при этом обычно рассматриваются все финансовые активы, важнейшими из которых являются сами деньги.

Субъектами рынка в самом общем виде являются все продавцы и покупатели. В качестве продавцов и покупателей выступают домохозяйства, фирмы (предприятия, бизнес), государство (правительство).

Наиболее общее представление о функционировании рыночной экономической системы дает модель кругооборота благ и доходов, движение которых выступает средством связи между экономическими агентами рыночной системы.

Экономические агенты – это субъекты экономических отношений, участвующие в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ. Основными агентами в рыночной экономической системе выступают «домохозяйство» и «фирмы»; в смешанной экономике – «домохозяйство», «фирмы», «государство».

«Домохозяйство» отражает совокупность владельцев всех экономических ресурсов, выступающих их поставщиками на рынок ресурсов, и основными покупателями товаров и услуг.

«Фирмы» отражают всю совокупность предприятий – производителей товаров и услуг, выступающих поставщиками их на рынок товаров и услуг. Среди фирм выделяют, прежде всего, индивидуальные деловые предприятия, партнерства и корпорации.

Взаимодействие основных экономических агентов как столкновение их личных интересов осуществляется на рынке ресурсов и на рынке товаров и услуг и представлено в модели экономического кругооборота благ и доходов (рис. 2.).

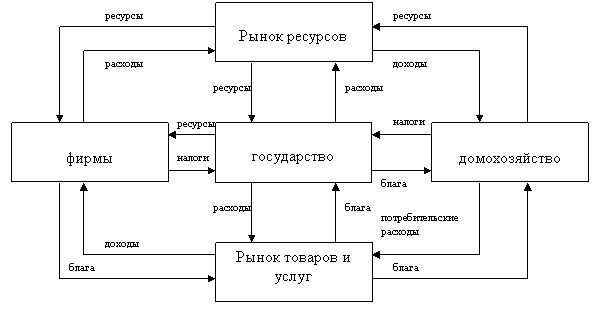
Домохозяйства, выступая в роли продавцов, желают продать ресурсы, но по наивысшей цене. Фирмы, выступая в роли покупателей, желают купить ресурсы, но по наименьшей цене. Итогом столкновения личных интересов продавцов и покупателей выступает «компромиссная» рыночная цена ресурсов, удовлетворяющая интересы сторон. На ее основе происходит обмен денег на ресурсы. При этом денежные расходы фирм превращаются в денежные доходы домохозяйств в формах: ренты, процента, заработной платы, нормальной прибыли, т. е. в соответствии с поставленными на рынок ресурсами: земля, капитал, рабочая сила, предпринимательство.

Фирмы преобразуют ресурсы в широкий ассортимент благ и поставляют их на рынок товаров и услуг. Выступая в роли продавцов, они желают продать, но по максимально высокой цене. В свою очередь, домохозяйства появляются на рынке товаров и услуг в роли покупателей с желанием купить, но по низкой цене. Теперь уже на этом рынке происходит столкновение личных интересов сторон. В результате «торга», происходящего между продавцами и покупателями, формируются рыночные цены на товары и услуги. Факт передачи товаров покупателю, а денег – продавцу, подтверждает совпадение их интересов по цене объектов купли-продажи. При этом деньги из формы потребительских расходов домохозяйств превращаются в форму доходов фирм. Приобретенные экономические блага используются домохозяйствами для удовлетворения потребностей.

Рассмотренные процессы демонстрируют наличие двух встречных потоков – «поток благ» и «поток денег». Для экономической системы оба потока являются одновременными и бесконечно повторяемыми. Но именно потоком денег задается и обеспечивается поток, представляющий движение благ.

Эта же модель указывает на возможность определения объема национального производства как по величине расходов на производство благ, так и по величине доходов, полученных домохозяйствами за предоставленные ресурсы.

В модели смешанной экономической системы увеличивается число потоков. Государство перераспределяет ресурсы, закупает их на рынке ресурсов и поставляет фирмам для производства «общественных товаров». Государство перераспределяет и блага, закупает их на рынке товаров и услуг и поставляет их беднейшим домохозяйствам. В свою очередь фирмы и домохозяйства перечисляют государству налоги со своих доходов (рис. 3.).



**Рис. 3.** Роль государства в кругообороте благ и доходов

Все участники рыночных отношений являются реальными собственниками и имеют свои экономические интересы, которые могут совпадать или противоречить интересам других субъектов. Домашние хозяйства стараются максимально удовлетворить свои желания и потребности; фирмы – получить максимальную прибыль, государство – достигнуть максимального благосостояния общества. Каждый из них занимает определенное место в системе общественного разделения труда и, чтобы реализовать свои экономические интересы, должен предложить то, что необходимо другим субъектам – носителям рыночных отношений.

Анализируя взаимодействие основных субъектов (экономических агентов), следует иметь, что их отношения не всегда имеют чисто рыночный характер.

В самом общем виде экономические агенты – это субъекты экономических отношений, принимающие непосредственное участие в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ.

Потребности экономических субъектов (агентов) в обществе могут удовлетворяться различными способами. Для этого используются три основных способа экономической координации, которые основаны на трех эволюционно сложившихся механизмах обмена. Такими обменными механизмами являются:

- формы обмена на рынках (покупка продуктов на местном рынке);

- властно-принудительный обмен (поставка продукции согласно плановым заданиям в командной экономике);

- формы взаимного, социально установленного обмена (подарки, обменные отношения в семьях и т. п.).

В зависимости от того, какой механизм обмена используется хозяйствующими субъектами для удовлетворения своих потребностей, различают рыночные и нерыночные продукты (блага).

Рыночные продукты (блага) – блага, которые производятся и распределяются в обществе с помощью рыночного механизма.

Нерыночные продукты (блага) – блага, торговля которыми невозможна, так как не существует рынков для их сбыта; продукты, торговать которыми неэффективно за пределами ограниченной зоны, так как их объем или вес делают очень дорогой их транспортировку и торговлю за границами этой зоны.

Рыночные блага предусматривают существование рыночного механизма обмена, нерыночные блага, в свою очередь, являются объектами властно-принудительного и взаимного, социально установленного обменов.

В процессе хозяйственной деятельности экономические агенты могут вступать в отношения производства, распределения, обмена и потребления как рыночных, так и нерыночных благ. Поэтому тех экономических субъектов, которые удовлетворяют свои потребности посредством рыночного обмена и рыночных благ, называют рыночными агентами.

Соответственно, к нерыночным агентам относятся экономические субъекты, удовлетворяющие свои потребности с помощью властно-принудительного и взаимного, социально установленного обменов и, следовательно, нерыночных благ.

В чистом виде рыночным экономическим агентом являются фирмы, хотя и они пытаются прикрывать свои корыстные мотивы и интересы разговорами о миссии и т. п. На практике и домохозяйства, и государства также являются активными участниками рынка, выступают покупателями и продавцами, но их цели, как было сказано выше, носят специфический характер.

В наибольшей степени под понятие «нерыночные экономические агенты» подходят разнообразные некоммерческие организации. В промышленно развитых странах некоммерческий сектор является полноправным участником модели «государства благоденствия». Государство и бизнес не всегда оказываются в состоянии адекватно реагировать на изменения в обществе, и этот пробел восполняется развитием частных некоммерческих организаций, которые нередко оказываются более эффективными по сравнению с государственным аппаратом в оказании различных социальных услуг.

С учетом опыта промышленно развитых стран к нерыночным экономическим агентам можно отнести разнообразные внебюджетные фонды, ассоциации, взаимные общества, кооперативы и иные неприбыльные негосударственные организации, которые обычно обозначаются термином «социальная экономика».

# ЛЕКЦИЯ. Основные модели экономических систем. Современное рыночное хозяйство

**Типы и модели экономических систем.** **Элемент экономической системы.** В любой экономической системе первичную роль играет производство вкупе с распределением, обменом, потреблением.

Во всех экономических системах для производства требуются экономические ресурсы, а результаты хозяйственной деятельности распределяются, обмениваются и потребляются.

**Экономическая система** – упорядоченная совокупность социально-экономических и организационных отношений между производителями и потребителями благ и услуг.

В то же время в экономических системах есть также элементы, которые отличают их друг от друга; ими являются социально-экономические отношения, базирующиеся на сложившихся в каждой экономической системе формах собственности на экономические ресурсы и результаты хозяйственной деятельности; организационно-правовые формы хозяйственной деятельности; хозяйственный механизм, т.е. способ регулирования экономической деятельности на макро- и микроэкономическом уровнях.

В последние полтора-два столетия в мире действовали различные типы экономических систем: две рыночные системы, в которых доминирует рыночное хозяйство, — рыночная экономика свободной конкуренции (чистый капитализм) и современная рыночная экономика (современный капитализм), а также две нерыночные системы — традиционная и административно-командная. Кроме того, переход бывших социалистических стран — России, других стран — членов СНГ, стран Центральной и Восточной Европы, а также социалистического Китая и Вьетнама — к рыночным отношениям привел к формированию экономической системы переходного типа.

В рамках той или иной экономической системы существуют многообразные модели экономического развития отдельных стран и регионов. Рассмотрим характерные черты основных типов экономических систем.

**Рыночная экономика свободной конкуренции (чистый капитализм).** Хотя эта система сложилась в XVIII в. и прекратила свое существование в конце XIX — первых десятилетиях ХХ в. (в разных странах по-разному), значительная часть ее элементов вошла в современную рыночную систему.

Отличительными чертами этой экономической системы являлись частная собственность на экономические ресурсы; рыночный механизм регулирования макроэкономической деятельности, основанный на свободной конкуренции; наличие множества самостоятельно действующих покупателей и продавцов каждого товара.

Одной из главных предпосылок чистого капитализма выступает личная свобода всех участников экономической деятельности, т.е. не только капиталиста-предпринимателя, но и наемного работника. Решающим условием экономического прогресса стала свобода предпринимательской деятельности тех, кто имел капитал, и свобода наемного работника продавать свою рабочую силу.

Каков механизм решения ключевых экономических задач в рассматриваемой экономической системе? Они решаются опосредованно, прежде всего через цены, складывающиеся на рынке под воздействием спроса и предложения. Ориентируясь на конъюнктуру рынка, определяемую прежде всего уровнем и динамикой цен, товаропроизводители самостоятельно решают проблему распределения всех ресурсов, производя те товары, которые пользуются спросом на рынке. Таким образом, рынок, прежде всего через цены, координирует деятельность миллионов людей.

Предприниматели стремятся получить все больший доход (прибыль), предельно экономно использовать природные, трудовые ресурсы, капитал, знания и максимально широко реализовать такой ресурс, как свои творческие и организационные (так называемые предпринимательские) способности в избранной ими сфере деятельности. Это служит мощным стимулом развития и совершенствования производства, раскрывает созидательные возможности частной собственности.

**Современная рыночная экономика (современный капитализм).** По сравнению со всеми предшествовавшими рыночная система оказалось наиболее гибкой: она способна перестраиваться, приспосабливаться к изменяющимся внутренним и внешним условиям. В ходе длительной эволюции, преимущественно в ХХ в., рыночная экономика свободной конкуренции превратилась в современную рыночную экономику. Ее основными чертами являются:

1. многообразие форм собственности, среди которых по-прежнему ведущее место занимает частная собственность в различных ее видах (от трудовой индивидуальной до крупной, корпоративной);

2. развертывание научно-технической революции, ускорившей создание мощной производственной и социальной инфраструктуры;

3. более активное воздействие государства на развитие национальной экономики и социальной сферы.

В развитой рыночной экономике существенные изменения претерпевает хозяйственный механизм. Плановые методы хозяйствования получают дальнейшее развитие в рамках отдельных фирм в виде маркетинговой системы управления. В то же время на макроуровне развитие плановых методов связано с государственным регулированием экономики, вплоть до осуществления общенациональных программ и планов.

Планомерность выступает как средство активного приспособления к требованиям рынка. В результате и ключевые задачи экономического развития получают новое решение. Так, вопрос об объеме и структуре производимой продукции решается на основе маркетинговых исследований в рамках фирм, а также прогноза развития потребностей. Прогноз рынка позволяет заблаговременно сокращать выпуск устаревающих товаров и переходить к качественно новым моделям и видам продукции. Маркетинговая система управления производством дает возможность еще до начала производства приводить индивидуальные затраты компаний, выпускающих основную массу товаров данного вида, в соответствие сложившимся на рынке ценам.

Задача использования ресурсов решается в рамках крупных компаний на основе стратегического планирования. В то же время перераспределение ресурсов на развитие новейших отраслей происходит во многом за счет бюджетных ассигнований, на основе государственных общенациональных и межгосударственных программ, государственного стимулирования НИОКР в приоритетных направлениях развития научно-технического прогресса.

  Наконец, задача распределения созданного валового внутреннего продукта не только решается на основе традиционно сложившихся форм, но и дополняется выделением все больших ресурсов  как крупными компаниями, так и государством для вложений в  развитие «человеческого фактора»: финансирования систем образования, в том числе переподготовки работников различной квалификации, совершенствования медицинского обслуживания населения, на социальные нужды.

В последние десятилетия в странах Запада и наиболее развитых странах других регионов мира все более рельефно выступают контуры будущего, идущего на смену современному капитализму постиндустриального общества. Его характерными чертами являются:

• изменение структуры производства и потребления, преимущественно за счет возрастания роли услуг. Так, в России уже в начале 90-х гг. услуги стали преобладать над товарами в структуре валового внутреннего продукта (ВВП);

• рост уровня образования, прежде всего за счет послешкольного. Например, в России уже 52% работающих имеют высшее (включая незаконченное высшее) и среднее профессиональное образование;

• новое отношение к труду, так как для высокообразованных работников характерно творческое отношение к нему и высокие требования к человеческим отношениям на работе;

• повышение внимания к окружающей среде, прежде всего через переход к устойчивому развитию, т.е. ограничивающему безоглядное использование природных ресурсов;

• гуманизация (социализация) экономики, в результате чего главным объектом приложения инвестиций, а также расходов бюджета становится сам человек («человеческий потенциал»);

• информатизация общества, вследствие чего в мире постоянно увеличивается численность производителей знаний (занятых в науке и научном обслуживании), их распространителей (информационных сетей, учебных заведений, инновационных фирм) и потребителей (все общество);

• ренессанс малого бизнеса, прежде всего из-за быстрого обновления и высокой дифференциации выпускаемой продукции;

• глобализация хозяйственной деятельности, в результате которой для заметного числа фирм мир стал единым рынком, для многих фирм единым рынком стал их регион земного шара, для еще большего числа компаний экспорт и импорт продукции и экономических ресурсов стал не эпизодической, а систематической операцией.

**Традиционная экономическая система.** Отличительные особенности традиционной экономической системы таковы: крайне примитивная технология, в первую очередь связанная с первичной обработкой природных ресурсов, преобладание ручного труда. Все ключевые экономические проблемы решаются в соответствии с освященными веками обычаями, религиозными, племенными и даже кастовыми традициями. Организация и управление экономической жизнью осуществляются на основе решений совета старейшин, предписаний вождей или феодалов.

В настоящее время традиционная экономическая система сохранилась в некоторых наиболее отсталых странах Азии и Африки, хотя ее элементы сохраняются и в странах среднего уровня развития.

**Административно-командная система (централизованная, плановая, коммунистическая).** Эта система господствовала ранее в СССР, странах Восточной Европы и ряде азиатских государств.

Характерными чертами административно-командной системы являются общественная (а в реальности государственная) собственность практически на все экономические ресурсы, сильная монополизация и бюрократизация экономики, централизованное, директивное, экономическое планирование как основа хозяйственного механизма.

Хозяйственный механизм административно-командной системы имеет ряд особенностей. Он предполагает, во-первых, непосредственное управление всеми предприятиями из единого центра — высших эшелонов государственной власти, что сводит на нет самостоятельность хозяйственных субъектов. Во-вторых, государство полностью контролирует производство и распределение продукции, в результате чего исключаются свободные рыночные взаимосвязи между отдельными предприятиями. В-третьих, государственный аппарат руководит хозяйственной деятельностью с помощью преимущественно административно-командных (директивных) методов, что подрывает материальную заинтересованность в результатах труда.

При чрезмерной централизации исполнительной власти развивается бюрократизация хозяйственного механизма и экономических связей. По своей природе бюрократический централизм не способен обеспечить рост эффективности хозяйственной деятельности. Дело здесь прежде всего в том, что полное огосударствление хозяйства вызывает невиданную по своим масштабам монополизацию производства и сбыта продукции.

 Гигантские монополии, утвердившиеся во всех областях народного хозяйства и поддерживаемые министерствами и ведомствами, при отсутствии конкуренции не заботятся о внедрении новинок техники и технологии. Для порождаемой монополизмом дефицитной экономики характерно отсутствие нормальных материальных и людских резервов на случай нарушения сбалансированности народного хозяйства.

В странах с административно-командной системой решение ключевых экономических задач имело свои специфические особенности. В соответствии с господствовавшими идеологическими установками задача определения объема и структуры продукции считалась слишком серьезной и ответственной, чтобы передать ее решение непосредственным производителям — промышленным предприятиям, колхозам и совхозам. Поэтому структура общественных потребностей определялась центральными плановыми органами. Однако поскольку детализировать и предвидеть изменение общественных потребностей в таких масштабах принципиально невозможно, эти органы руководствовались преимущественно задачей удовлетворения минимальных потребностей.

Централизованное распределение материальных благ, трудовых и финансовых ресурсов осуществлялось без участия непосредственных производителей и потребителей. Оно происходило в соответствии с заранее выбранными как «общественные» целями и критериями, на основе централизованного планирования. Значительная часть ресурсов в соответствии с господствовавшими идеологическими установками направлялась на развитие военно-промышленного комплекса.

Распределение созданной продукции между участниками производства жестко регламентировалось центральными органами посредством повсеместно применяемой тарифной системы, а также централизованно утверждаемых нормативов средств фонда заработной платы. Это вело к преобладанию уравнительного подхода к оплате труда.

Нежизнеспособность этой системы, ее невосприимчивость к достижениям НТР и неспособность обеспечить переход к интенсивному типу экономического развития сделали неизбежными коренные социально-экономические преобразования почти во всех социалистических (коммунистических) странах. Стратегия экономических реформ в этих странах определяется законами развития мировой цивилизации, в результате чего с большей или меньшей скоростью там строится современная рыночная экономика.

**Модели в рамках систем.** Для каждой системы характерны свои национальные модели организации хозяйства, так как страны различаются своеобразием истории, уровнем экономического развития, социальными и национальными условиями. Так, для административно-командной системы характерны советская модель, китайская модель и др. Современной рыночной системе также присущи различные модели.

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

Рассмотрим наиболее известные национальные модели.

*Американская модель* построена на системе всемерного поощрения предпринимательской активности, обогащения наиболее активной части населения. Малообеспеченным группам создается приемлемый уровень жизни за счет различных льгот и пособий. Задачи социального равенства здесь вообще не ставятся. Эта модель основана на высоком уровне производительности труда и массовой ориентации на достижение личного успеха. В целом для американской модели характерно государственное воздействие, направленное на поддержание стабильной конъюнктуры и экономического равновесия.

*Шведская модель* отличается сильной социальной политикой, ориентированной на сокращение имущественного неравенства за счет перераспределения национального дохода в пользу наименее обеспеченных слоев населения. Здесь в руках государства находится всего 4% основных фондов, зато доля государственных расходов в 90-х гг. составила свыше 50% от ВВП, причем более половины этих расходов направляется на социальные нужды. Естественно, это возможно только в условиях высокого налогообложения, Особенно физических лиц. Такая модель получила название «функциональная социализация», означающая, что функция производства ложится на частные предприятия, действующие на конкурентной рыночной основе, а функция обеспечения высокого уровня жизни (включая занятость, образование, социальное страхование) и многих элементов инфраструктуры (транспорт, НИОКР) — да государство.

*Социальное рыночное хозяйство* ФРГ. Эта модель формировалась на основе ликвидации концернов гитлеровских времен и предоставления всем формам хозяйства (крупным, средним, мелким) возможности устойчивого развития. При этом особым покровительством пользуются так называемые миттельштанд, т.е. мелкие и средние предприятия, фермерские хозяйства. Государство активно влияет на цены, пошлины, технические нормы. Лежащий в основе этой системы рынок обнаружил свое преимущество в использовании побудительных стимулов к высокоэффективной  хозяйственной деятельности.

*Японская модель* характеризуется определенным отставанием  уровня жизни населения (в том числе уровня заработной платы) от роста производительности труда. За счет этого достигается снижение себестоимости продукции и резкое повышение ее конкурентоспособности на мировом рынке. Такая модель возможна только при исключительно высоком развитии национального самосознания, приоритете интересов нации над интересами конкретного человека, готовности населения идти на определенные жертвы ради процветания страны. Еще одна особенность японской модели развития связана с активной ролью государства в модернизации экономики, особенно на ее начальной стадии.

*Южнокорейская модель* имеет много общего с японской. Это, в частности, относится к особенностям психологического склада населения страны, его высокому трудолюбию и ответственному отношению к своим обязанностям, базирующимся на нравственных нормах конфуцианства. Общим для обеих моделей является и активное участие государственных органов в перестройке экономики. В целях ее ускоренной модернизации широко используются налоговая, тарифная и валютная политика. Длительное время существовал контроль над ценами на ресурсы и широкий круг товаров производственного и потребительского назначения. Сложившаяся в Южной Корее система государственного регулирования экономики способствует повышению конкурентоспособности южнокорейских товаров на мировом рынке.

Вследствие относительно меньшего, чем в Японии, развития рыночных отношений южнокорейское государство целенаправленно способствовало созданию мощных плацдармов рыночной экономики в лице крупных корпораций, так называемых чеболь, переросших затем в финансово-промышленные группы.

И наконец, еще один элемент южнокорейской модели, представляющий несомненный интерес для России, — это оказание государственными органами всесторонней поддержки мелкому и среднему предпринимательству, что способствовало созданию в сжатые сроки среднего класса. В то же время, как показал конец 90-х гг., у южнокорейской и японской моделей с их особенно сильным государственным вмешательствам в рыночный механизм возникает пониженная приспособляемость последнего к мировым финансовым кризисам.

Российская модель переходной экономики. Исходные позиции для перехода к рыночным отношениям. После длительного господства административно-командной системы в экономике России на рубеже 80-х и 90-х гг. начался переход к рыночным отношениям.

Исходные позиции для перехода к рыночной экономике, сложившиеся к концу 80-х гг. в России, в целом были неблагоприятными по следующим обстоятельствам (объективные факторы):

• крайне высокая (даже для стран с административно-командной системой) степень огосударствления экономики, почти полное отсутствие в то время легального частного сектора при неуклонно расширявшейся «теневой экономике»;

• длительное (на протяжении жизни трех поколений) существование принципиально нерыночной экономики, что ослабляло хозяйственную инициативу большинства населения и порождало преувеличенное представление о социальной роли государства;

• крайне искаженная структура национальной экономики, где ведущую роль играл военно-промышленный комплекс, а роль отраслей, ориентированных на потребительский рынок, была принижена;

• неконкурентоспособность преобладающей части отраслей промышленности и сельского хозяйства.

Все это было усугублено отсутствием в обществе консенсуса по поводу самого перехода к рыночной системе, темпов и конкретных способов этого перехода, что вело к почти непрерывному социально-политическому кризису.

Стратегическая цель переходного периода в России — это формирование эффективной рыночной экономики с сильной социальной ориентацией. Условиями создания такой экономики являются:

а) преобладание частной собственности;

б) создание конкурентной среды;

в) эффективное государство, обеспечивающее надежную защиту прав собственности и создающее условия для экономического роста;

г) эффективная система социальной защиты;

д) открытая конкурентоспособная на мировом рынке экономика.

**Геополитические и исторические особенности.** Формирование современной рыночной экономики в России происходит в условиях взаимопереплетающихся и взаимоотягощающих экономических, политических и социальных кризисов, что затягивает переход к зрелой рыночной системе на десятилетия и усиливает болезненность самих переходных процессов.

Характеризуя формирующуюся в России модель рыночной экономики, следует учитывать особую геополитическую роль  страны. Россия в социокультурном плане выступает связующим звеном между цивилизациями западного и восточного типа. В экономическом плане российское общество исторически сформировалось как восточное и сохранило, несмотря на смену политических режимов, следующие его черты:

• огромную роль государства как регулятора экономики и крупнейшего собственника;

• неразвитость частной собственности, прежде всего на землю;

•отсутствие автономного от государства гражданского общества:

•неразрывную связь власти и собственности;

• слабость личной инициативы при довольно сильных коллективистских тенденциях.

Сложившаяся в первой половине 90-х гг. российская модель рыночной экономики включает ряд черт, унаследованных из исторического прошлого. Государство даже после приватизации немалой части собственности по-прежнему располагает мощным государственным сектором в важнейших отраслях хозяйства. Сохраняется тесная связь политической власти и собственности.

Вместе с тем государство, утратив в ходе приватизации немалую часть прежних источников доходов, сохранило непосильный для него объем финансовых обязательств, что обусловливает затяжной кризис госбюджета.

**Другие особенности экономического развития.** В России не возникало взаимодействия и разграничения функций между рыночными структурами и государством, которые постоянно конфликтуют друг с другом, усугубляя кризисное состояние экономики. В результате сложившиеся в переходной экономике России формы собственности заметно отличаются от преобладающих в зрелой рыночной экономике. На многих приватизированных предприятиях так и не появился эффективный собственник.

Значительное влияние на экономические процессы оказывают сложившиеся в предыдущую эпоху монополистические структуры, что затрудняет формирование конкурентной среды; нередко практикуются и криминальные формы конкурентной борьбы.

Наряду с неблагоприятным в целом инвестиционным климатом в стране ограничение конкуренции обусловливает медленную структурную перестройку экономики. Причем начавшийся переход к открытой экономике высветил неконкурентоспособность подавляющего большинства отраслей обрабатывающей промышленности и вызвал новый перекос в отраслевой структуре — в сторону топливно-энергетического комплекса и первичной переработки сырья (металлургия и химия). Преодоление неконкурентоспособности российской экономики потребует длительного времени, возможно нескольких десятилетий.

Переход к рыночным отношениям в различных отраслях и сферах российской экономики осуществляется крайне неравномерно. Так, в денежно-кредитной сфере и торговле происходит быстрое приближение к уровню стран со зрелой рыночной экономикой, тогда как в сельском хозяйстве в основном сохранились формы организации производства, унаследованные от административно-командной системы.

Неравномерным является также переход к рыночной экономике в регионах России. Быстрее всего этот процесс протекает в Москве, а также в Санкт-Петербурге и других крупных городах, где широкое распространение получило частное предпринимательство, тогда как в отдаленных регионах и сельской местности становление рыночных отношений идет крайне медленно.

Присущие российской модели рыночной экономики высокая криминализация экономической жизни и уход предпринимательства «в тень» обусловлены как факторами, общими для всех стран с переходной экономикой (конфликты в ходе перераспределения собственности, рост коррупции), так и российскими особенностями.

Чрезвычайно болезненные гигантские социальные сдвиги, происходящие в переходной экономике, вызывают превращение немалой части населения в маргиналов и люмпенов, которые становятся легкой добычей криминальных структур. В эту же сторону толкает аномия, т.е. разрушение прежних общественных ценностей, не сопровождающееся быстрым формированием новой законченной системы ценностей. Фактическим проявлением аномии в обществе является рост преступности, в том числе экономической.

Характерные для России деспотизм и отсутствие демократических традиций порождали неуважение к закону и недоверие к любой власти. Немалую роль играет и упоминавшийся антагонизм между государством и предпринимательскими структурами, ведущий к разрастанию теневой экономики.

На формирование рыночной экономики в России оказывают влияние такие факторы, как склонность немалой части населения к государственному патернализму (значительной роли государства в перераспределении доходов населения) и общественным формам присвоения (бесплатному образованию, медицинскому обслуживанию и т.д.). Это ведет к сохранению значительной экономической роли государства в финансировании социальных нужд и ограничению рыночных факторов в социальной сфере.

Из сказанного следует, что основанная на сильной регулирующей роли государства российская модель рыночной экономики опирается на ряд долговременных факторов: преобладание добывающих отраслей, неконкурентоспособность большинства обрабатывающих отраслей, неэффективность сельского хозяйства, социальное иждивенчество. Эти факторы в современных условиях сдерживают функции свободного рынка.

Такая переходная экономика, представляющая собой шаг вперед по сравнению с административно-командной системой, со временем должна будет уступить место зрелой рыночной системе.

**Функции и роль рынка в экономике.** При рассмотрении рынка как системы экономических отношений логично выделить объекты и субъектов рынка (экономических агентов).

*Объектами рынка* являются товары и деньги. В условиях развитых рыночных отношений в качестве товаров выступает не только производимая продукция (товары и услуги), но и факторы производства (земля, труд, капитал). В качестве денег при этом обычно рассматриваются все финансовые активы, важнейшими из которых являются сами деньги.

*Субъектами рынка* в самом общем виде являются все продавцы и покупатели. В качестве продавцов и покупателей выступают домохозяйства, фирмы (предприятия, бизнес), государство (правительство).

Одной из наиболее характерных особенностей организации и функционирования экономических систем в современных условиях является высокий уровень развития рынка, рыночных отношений.

Следует отметить, что понятия «рынок «и «рыночная экономика» не являются тождественными. Рыночная экономика предполагает высокий уровень развития рынка и ей характерны такие основные черты, как свобода предпринимательства (полная самостоятельность хозяйственной деятельности, экономическая ответственность и рационализм); свободное ценообразование (исключается государственное вмешательство в процесс установления цен на многие виды товаров, цены дают обширную оперативную информацию о спросе и предложении товаров, об издержках производства, о положении на рынках отдельных регионов, страны и мирового сообщества); конкуренция (регулирует цены и количество производимых товаров). В конечном итоге любой субъект, преследуя свои собственные интересы, более действенным образом служит интересам общества.

В экономической литературе выделяется несколько выполняемых рынком функций, которые отражают его роль в достижении конкретных экономических целей общества.

1. *Регулирующая функция* – наиболее важная. В рыночном регулировании большое значение имеет соотношение спроса и предложения, влияющее на цены. Реализация данной функции позволяет находить ответы на вопросы что, как и для кого производить. Растет цена – это сигнал к расширению производства, падает – к сокращению. Рынок подсказывает производителям, что им производить, от производства каких товаров и услуг отказаться или уменьшить объем их выпуска. Не менее ценную информацию дает рынок и потребителям. На ее основе они постоянно делают выбор, каким именно способом им лучше всего удовлетворять свои многочисленные потребности. В итоге капиталы из менее выгодных отраслей с пониженными ценами переливаются в более прибыльные отрасли с повышенными ценами. Через механизм закона стоимости, спроса и предложения рынок способствует установлению основных микро- и макропропорций в экономике, обеспечивает динамичную пропорциональность в товарообороте между различными регионами и национальными хозяйствами.
2. *Ценообразующая функция:* реализуется при столкновении спроса и предложения, а также благодаря действию сил конкуренции. В результате свободной игры рыночных сил складываются цены на товары и услуги, устанавливается связь между стоимостью и ценой, чутко реагирующая на изменения в производстве, в потребностях, в конъюнктуре.
3. *Стимулирующая функция.* Посредством цен рынок стимулирует освоение достижений научно-технического прогресса, снижение затрат, повышение качества, расширение ассортимента товаров и услуг. Так как каждый субъект рыночных отношений непосредственно на себе ощущает результаты принимаемых решений, он заинтересован в наиболее рациональном использовании имеющихся у него ресурсов.
4. *Распределительная функция.* Получаемые субъектами рынка доходы представляют собой в основном выплаты за факторы производства, которыми они обладают. Величина дохода зависит от количества и качества фактора производства и от цены, которая устанавливается на рынке на этот фактор.
5. *Информационная функция.* Рынок представляет собой богатый источник информации, знаний, сведений, необходимых хозяйствующим субъектам. Он дает, в частности, объективную информацию об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг, которые поставляются на рынок. Наличие информации позволяет каждой фирме постоянно сверять собственное производство с меняющимися условиями рынка.
6. *Посредническая функция.* Экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда должны найти друг друга и обменяться результатами своей деятельности. В нормальной рыночной экономике с достаточно развитой конкуренцией потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика продукции. В то же время продавцу предоставляется возможность выбирать наиболее подходящего покупателя.
7. *Санирующая функция.* Рынок очищает общественное производство от экономически слабых, нежизнеспособных хозяйственных единиц, и вместе с тем поощряет развитие наиболее эффективных, предприимчивых, перспективных структур. Предприятия, которые не учитывают запросы потребителей, терпят убытки и становятся банкротами, а общественно полезные и эффективно работающие предприятия успешно развиваются.

В экономической литературе иногда выделяются и некоторые другие функции рынка: активизация экономических интересов, повышение восприимчивости экономики к научно-техническому прогрессу, сведение производительных сил в единую систему, стимулирование эффективности экономической деятельности, сведение потребностей с производством, создание условий для эффективности кооперации труда.

Реализация отмеченных функций позволяет говорить о важной роли рынка в современной экономике. В конечном счете, как можно заключить из указанных выше функций, роль рынка сводится, прежде всего, к нахождению оптимального решения проблем что, как и для кого производить; обеспечению равновесия спроса и предложения и сбалансированного развития экономики; дифференциации товаропроизводителей с точки зрения эффективности их деятельности.

Современный рынок имеет сложную структуру, охватывая своим влиянием все сферы экономики.

*Структура рынка* – это внутреннее строение, расположение, порядок отдельных элементов рынка. Можно назвать следующие признаки структуры рынка: тесные связи между ее элементами; определенная устойчивость этих связей; целостность, совокупность данных элементов.

Рынок охватывает элементы, непосредственно связанные с обеспечением производства, а также элементы материального и денежного обращения. Существенное влияние на рынок оказывает наличие различных форм собственности и хозяйствования, особенности сферы товарного обращения, уровень разгосударствления и приватизации и другие факторы. Он связан и с непроизводственной сферой и даже со сферой духовной (область платной реализации продуктов интеллектуальной деятельности ученых, писателей, художников и др.). Все это обусловливает сложную структуру рынка, разнообразие его типов и видов.

Совокупность всех рынков, расчлененных на отдельные элементы на основе разнообразных критериев, образует *систему рынков.*

В экономической литературе выделяется более десятка критериев для характеристики структуры и системы рынка, его классификации. Рассмотрим некоторые из них.

1. *По экономическому назначению объектов рыночных отношений:* рынок товаров и услуг (потребительский рынок); рынок ценных бумаг; рынок труда (рынок рабочей силы); рынок валюты; рынок информации; рынок научно-технических разработок (патентов, лицензий ноу-хау) и др.
2. *По товарным группам:* рынки товаров производственного назначения; рынки потребительских товаров (например, продовольствия); рынки сырья и материалов и т.д.
3. *По географическому положению:* местные (локальные) рынки; региональные рынки; национальный рынок; мировой рынок.
4. *По субъектам или их группам:* рынок покупателей; рынок продавцов; рынок государственных учреждений; рынок промежуточных продавцов – посредников и др.
5. *По степени ограничения конкуренции:* монопольный рынок; олигопольный рынок; рынок монополистической конкуренции; рынок совершенной конкуренции.
6. *По уровню насыщения товарами и услугами:* равновесный рынок; дефицитный рынок; избыточный рынок.
7. *По степени зрелости:* неразвитый рынок; развитый рынок; формирующийся рынок.
8. *По соответствию законодательству:* легальный (официальный) рынок; нелегальный, или теневой, рынок («черный» и «серый»).
9. *По характеру продаж:* оптовый рынок; розничный рынок.
10. *По характеру ассортимента товаров:* замкнутый рынок, на котором представлены товары только первого производителя; насыщенный рынок, на котором представлено множество сходных товаров многих производителей; рынок широкого ассортимента, на котором есть ряд видов товара, связанных между собой и направленных на удовлетворение одной или нескольких связанных между собой потребностей; смешанный рынок, на котором имеются разнообразные товары, не связанные между собой.
11. *По отраслевому признаку:* рынок автомобилей; рынок нефти; рынок компьютерной техники и т.д.

В рыночной структуре особо выделяют также несколько *видов рынков.*

* + *Рынки товаров и услуг,* куда включаются рынки потребительского назначения, услуг, жилья и зданий непроизводственного назначения.
  + *Рынки факторов производства,* в состав которых входят рынки недвижимости, орудий труда, сырья и материалов, энергетических ресурсов, полезных ископаемых.
  + *Финансовые рынки,* т. е. рынки капиталов (инвестиционные рынки), кредитные, ценных бумаг, валютно-денежные рынки.
  + *Рынки интеллектуального продукта,* где в качестве объектов купли-продажи выступают инновации, изобретения, информационные услуги, произведения литературы и искусства.
  + *Рынки рабочей силы (труда),* представляющие собой экономическую форму движения (миграции) трудовых ресурсов (рабочей силы).

В реальной практике основные виды рынков подразделяют на различные субрынки, или рыночные сегменты. Это происходит в процессе сегментации рынка – разделения потребителей данного товара на отдельные группы, предъявляющие к товару неодинаковые требования. Сегментация рынка может быть проведена разными путями с использованием различных факторов (критериев).

Типы и виды рынков не изолированы, а неразрывно связаны и существуют как единая рыночная система, все элементы которой находятся в определенных соотношениях друг с другом. Роль этих соотношений, пропорций исключительно велика.

Цивилизованный рынок предполагает наличие развитой инфраструктуры, обеспечивающей его эффективное функционирование.

Впервые термин «инфраструктура» был использован в экономическом анализе для обозначения объектов и сооружений, обеспечивающих жизнеспособность вооруженных сил (начало ХХ века). В 1940-е гг. на Западе под инфраструктурой стали понимать совокупность отраслей, обслуживающих нормальное функционирование материального производства.

Для нормального функционирования рынка необходима четко налаженная работа различных специализированных учреждений, предприятий, организаций и служб. Система таких учреждений, предприятий, организаций и служб, обеспечивающих движение товаров и услуг, представляет собой *рыночную инфраструктуру.*

Рыночную инфраструктуру определяют по-разному:

* + как комплекс элементов, институтов и видов деятельности, создающих организационно-экономические условия для функционирования рынка;
  + как совокупность учреждений, организаций, государственных и коммерческих предприятий и служб, обеспечивающих нормальное функционирование рынка;
  + как совокупность институтов рынка, которые обслуживают и обеспечивают движение товаров и услуг, капиталов и рабочей силы.

В целом инфраструктуру можно определить как совокупность институтов, систем, служб, предприятий и организаций, обслуживающих рынок и выполняющих определенные функции по обеспечению нормального режима его функционирования.

Основными элементами инфраструктуры рынка в современных условиях являются: биржи, аукционы, ярмарки и другие формы организационного внебиржевого посредничества; кредитная система, коммерческие банки, система регулирования занятости населения и центры государственного и негосударственного содействия занятости (биржи труда); информационные технологии и средства деловой коммуникации; налоговая система; система страхования различных рисков и страховые компании; специальные рекламные агентства, информационные центры и агентства средств массовой информации; торговые палаты, другие общественные, добровольные и государственные объединения (ассоциации) деловых кругов и т.д.

Инфраструктура призвана обеспечить цивилизованный характер деятельности рыночных субъектов, ее элементы не навязаны субъектам извне, а порождены самими рыночными отношениями.

К основным функциям инфраструктуры рынка относят:

* + облегчение участникам рыночных отношений реализации их интересов, экономия средств и снижение издержек в ходе проведения различных операций;
  + повышение оперативности и эффективности работы рыночных субъектов на основе специализации отдельных субъектов экономики и видов деятельности;
  + организационное оформление рыночных отношений;
  + облегчение юридического и экономического контроля, государственного и общественного регулирования хозяйственной деятельности.

Для успешного функционирования рынка и выполнения его функций необходимо соблюдение ряда *условий (принципов):*

* + свобода законной экономической (предпринимательской) деятельности всех участников общественного производства;
  + всеобщность рыночных отношений;
  + договорный характер экономических отношений;
  + равноправие экономических агентов;
  + определенный уровень экономической ответственности;
  + свободное рыночное ценообразование на основе взаимодействия спроса и предложения;
  + конкуренция, которая является основой рынка;
  + гибкое государственное регулирование рынка, не подавляющее и не разрушающее рынок;
  + многообразие форм собственности;
  + устойчивые денежная и финансовая системы;
  + стабильная политическая обстановка.

Рынок как эффективный механизм координации деятельности экономических субъектов характеризуется следующими *преимуществами:*

* + эффективное распределение ресурсов;
  + возможность функционирования при ограниченной информации о цене и издержках;
  + гибкая приспособляемость к изменениям конъюнктуры (высокая мобильность);
  + восприимчивость к достижениям НТП и оперативное их внедрение в производство;
  + свобода выбора и действий;
  + способность к удовлетворению разнообразных потребностей.

Вместе с тем рынок характеризуется и рядом *негативных сторон:*

* + не сохраняет невоспроизводимые ресурсов;
  + не сохраняет окружающую среду;
  + не регулирует мировые богатства и ресурсы (например, рыбные);
  + не создает коллективных товаров и услуг (образование, оборона, здравоохранение);
  + не гарантирует право на труд и доход (не перераспределяет доходы);
  + не обеспечивает фундаментальных исследований;
  + удовлетворяет запросы тех, у кого есть деньги, а не спрос на социально значимые товары;
  + подвержен нестабильности, периодическим спадам и подъемам.

В завершение отметим *особенности современной рыночной экономики:*

* + гибкое, адаптивное производство;
  + целевой функцией является не прибыль, а расширение рынка, модификация, повышение качества, снижение затрат;
  + насыщенность товарами и услугами;
  + изменение форм предпринимательской деятельности в сторону увеличения доли мелкого бизнеса;
  + государственное регулирование и стимулирование конкуренции;
  + формирование нового типа трудовых отношений через участие в собственности, в управлении производством рабочих (рабочая акционерная собственность).

Таким образом, рыночная экономика представляет собой многосложную систему связей, посредством которой бесчисленные индивидуальные, свободно принятые решения учитываются, суммируются и взаимно уравновешиваются. Основным источником информации, на основе которого выбирается тот или иной вариант экономического поведения, являются цены, уравновешивающие спрос и предложение.

# ЛЕКЦИЯ. Собственность и экономические интересы

**Понятие и сущность собственности как экономической категории. Отношения собственности. Субъекты и объекты собственности.**

Проблемы собственности являются объектом изучения ряда социальных наук, в каждой из которых вырабатывается собственное представление о сущности и содержании собственности. Категория «собственность» исторически вошла в научный оборот до того, как зародилась политическая экономия в качестве особой отрасли научного знания. Прежде всего, собственность стала официальным объектом правовой (юридической) природы и философии. Так, римское право уже определяло понятие собственности и основные отношения, связанные с ней (владение, пользование, распоряжение). Выход отношений собственности на передний план научной мысли неслучаен: преобразования в отношениях собственности непосредственно бросаются в глаза, затрагивают каждого, видны на поверхности явлений. Именно поэтому вместе с дальнейшим развитием общественного производства и появлением все новых форм предпринимательской деятельности собственность приобретает большую значимость в своем экономическом аспекте.

Сегодня в русском языке термин «собственность» имеет два основных значения:

1. как обозначение какого-либо имущества (в форме каких-либо предметов – объектов собственности);
2. как отражение факта принадлежности какого-либо имущества субъекту собственности.

Очевидно, что эти два значения тесно связаны между собой. С одной стороны, если имеется имущество как таковое, то имеется и отношение принадлежности (имущество не может быть вне этого отношения – оно всегда либо принадлежит, либо не принадлежит). С другой стороны, если есть принадлежность, значит, есть и объект, по поводу которого она имеет место. С учетом этого выделятся субъекты и объекты собственности.

Субъект собственности (собственник) – активная сторона отношений собственности, имеющая возможность и право обладания объектом собственности. В строгом смысле слова субъекты собственности – заведомо одушевленные лица, хотя нередко их заменяют категориями типа «государство», что приводит к «бессубъектной» собственности, являющейся абстракцией. В принципе, «государство» можно свести к группе лиц, образующих аппарат государственного управления, однако более точным является его понимание как социального института, представляющего все общество (в этом смысле объем понятий «общество» и «государство» совпадают).

Объект собственности – пассивная сторона отношений собственности в виде предметов природы, вещества, энергии, информации, имущества, интеллекта, полностью или в какой-то степени принадлежащих субъекту.

Вместе с тем главным, определяющим из двух значений термина «собственность» является второе – собственность есть прежде всего не вещь, а отношение – отношение между людьми по поводу вещи. Именно отношение между людьми по поводу вещи, а не отношение данного конкретного человека к данной конкретной вещи. Например, в утверждении «этот автомобиль – мой» содержится не только прямое утверждение (указание на то, кому конкретно принадлежит машина), но также косвенное отрицание собственности других лиц.

Таким образом, принимая видимость отношения человека к вещи, собственность всегда есть социальная связь: отношение «собственника» к «несобственнику». Собственность – это исключительно социальное отношение, оно возникает в обществе и вне общества просто немыслимо. Хотя внешне собственность выступает как отношение человека к вещи, она есть общественное отношение, отношение между людьми. Иначе говоря, собственность существует тогда и только тогда, когда ее оспаривают – когда другой человек может хотя бы чисто теоретически претендовать на принадлежность чего-либо первому человеку.

Собственность – не только ключевая экономическая категория, но также одна из базовых правовых категорий. Поэтому следует четко различать юридические и экономические аспекты содержания собственности.

С юридической стороны, собственность – это отношения собственников, субъектов собственности к ее объектам. Они детально определены частным правом (в Российской Федерации это – Гражданский кодекс), по которому юридические правомочия собственника – право по своему усмотрению владеть (фактически обладать), пользоваться (извлекать полезные для себя свойства) и распоряжаться (определять юридическую судьбу блага, например, продавать, обменивать, дарить, передавать по наследству, отдавать в залог, аренду) имуществом.

Поскольку основными субъектами выступают гражданин и государство, то основные правовые формы собственности – частная и государственная. В юридическом смысле любая негосударственная форма собственности – частная. В соответствии с Конституцией РФ и Гражданским кодексом в нашей стране признаются следующие юридические формы собственности: частная, государственная (федеральная и субъектов федерации), муниципальная и иные формы собственности.

Таким образом, в традиционном понимании собственность трактуется чаще всего как юридическое понятие, отражающее законодательное регулирование имущественных отношений, фиксирующих, что, кому и в каком количестве принадлежит. Юридическое содержание собственности описывается традиционными со времен римского права правами владения, пользования, распоряжения. В целом нормы права отражают статику имущества и регулируют его динамику, т.е. оборот.

Экономическое содержание собственности приобретало значимость по мере развития общественного производства и появления все новых форм предпринимательской деятельности.

Как экономическая категория собственность включает следующие элементы:

1. субъектный состав, т.е. собственники, стороны (участники) отношений собственности;
2. объектный состав, т.е. комплекс материальных и нематериальных благ, по поводу которых складываются отношения между людьми;
3. собственно система отношений между субъектами;
4. экономическая реализация отношений между субъектами.

В экономическом плане отношения собственности останутся голой абстракцией, если их не связать с отношениями присвоения и отчуждения.

Присвоение – это термин, отражающий экономическую связь между людьми, которая устанавливает их отношение к вещам как к своим.

Присвоение – это обретение чего-то в свою власть, в свою принадлежность. «Присваивать» – значит вести себя активно по отношению к объекту собственности.

Любое производство есть не что иное, как присвоение людьми природного вещества и энергии в целях удовлетворения своих потребностей. Следовательно, если присвоение невозможно без производства, то и производство всегда протекает в рамках определенной формы собственности.

Присвоение выражается в том, что никто не может использовать те или иные вещи (в том числе условия, факторы и результаты производства), не вступая в отношения с их собственником.

Не следует отождествлять отношения собственности и присвоение, поскольку существует его противоположность – отчуждение.

Отчуждение – это лишение (добровольное или вынужденное) данного лица возможности использовать некий предмет в производстве или потреблении.

Отчуждение, в частности, происходит в процессе купли-продажи объекта собственности.

Отчуждение возникает и тогда, когда одна часть общества захватывает все средства производства, а другая часть остается без всяких источников существования.

Таким образом, собственность – это отношения между людьми по поводу присвоения тех или иных благ (продуктов природы, опосредованных или не опосредованных трудом).

Поскольку способы присвоения меняются от эпохи к эпохе, можно дать более точное определение: собственность – это отношения между людьми по поводу конкретно-исторического способа присвоения материальных и духовых благ. Иначе говоря, собственность – это конкретно-исторический способ присвоения материальных и духовных благ.

Экономический подход к содержанию собственности имеет следующие особенности:

1. Экономическая наука, прежде всего, изучает приобретение и движение благ (средств и результатов экономической деятельности) в ходе производства, распределения, обмена, потребления. Поэтому экономическую науку непосредственно не интересует приобретение благ путем завоевания, дарения, наследования, искания кладов, воровства и т.п., хотя все эти способы сами по себе могут иметь определенное экономическое значение.
2. Для экономического подхода принципиален объект приобретения. Разделение всех объектов на факторы, условия и средства производства, с одной стороны, и потребительские блага – с другой, имеет решающее социально-экономическое значение. Так, лицо, монопольно приобретающее специфические условия производства (уникальные невоспроизводимые или трудновоспроизводимые условия производства или разрешительные права), получает особый социальный статус по отношению к другим людям, имеющим такие же права и свободы, но не имеющим такой возможности. В таком же особом положении оказывается владелец уникальной оперативной информации на денежном, финансовом и иных рынках.
3. Для раскрытия экономического содержания собственности особое значение имеет характер соединения рабочей силы со средствами производства. В этом процессе экономическая власть одних участников отношений собственности неизбежно порождает экономическую зависимость других. Последние могут получить доступ к необходимым условиям экономической деятельности, соединиться со средствами производства (которые монополизированы тем или иным способом), лишь с ведома лица, владеющего этими средствами производства, и на тех условиях, которые его устраивают.
4. Понятия «присвоение» и «отчуждение», через которые раскрывается сущность отношений собственности, означают приобретение блага одним субъектом и утрату этого блага другим субъектом. Если в противоположном направлении движется эквивалентное количество другого блага, «присвоение – отчуждение» имеет форму обмена. Если движение благ носит одностороннюю направленность или имеет место вынужденно неэквивалентный встречный потом, то присвоение носит безвозмездный характер и основано на безвозмездном отчуждении. Примером может служить производство продукции рабом, крепостным крестьянином или юридически независимым наемным работником на ферме, принадлежащей другому лицу.
5. В юридическом и экономическом подходах используется понятие «распоряжение», но в разных смыслах. В юридическом аспекте подразумевается возможность определения судьбы вещи (продажи, дарения, уничтожения и т.д.), а экономический смысл распоряжения состоит в создании условий для реального присвоения результатов деятельности – распределения доходов.
6. Важнейшей экономической формой реализации собственности, ее результативности и внешним экономическим признаком собственности являются доходы. Формы доходов (заработная плата, прибыль, рента, процент) связаны с положением собственников как следствие и причина. Принципиальным является то, что доходы («плоды собственности») принадлежат тому, кто присвоил сам процесс их образования. При правовом подходе реальный процесс присвоения, который приводит к созданию благ, не рассматривается.

В экономической теории определены некоторые общие признаки, присущие собственности в любом обществе, предопределяющие ее роль и место в любых экономических системах.

1. Собственность – это общеэкономическое явление, существующее на всех исторических ступенях общественного развития. Отношения собственности формируют хозяйственный механизм любого общества.
2. Собственность – это социальное отношение. Она не только порождена обществом, но и может реально существовать лишь внутри общества. Для определения собственности необходимо, чтобы субъект собственности вступил по поводу ее объекта в отношение с другими лицами.
3. Собственность является основным (системообразующим) отношением, поскольку именно собственность связывает в единое целое производственные отношения, превращая их из «совокупности» в «систему». Отношения собственности определяют тот или иной тип экономической системы.
4. В качестве субъектов собственности (собственников) могут выступать «индивид» (человек, гражданин), «группа» (семья, коллектив), «общество» (народ) при практически неограниченном числе объектов собственности (средств производства и предметов потребления). Значит, отношения собственности затрагивают интересы всех слоев общества.

Следует отметить, что ранее, в советское время, ключевым (доминирующим) объектом собственности было принято считать средства производства. Положение о решающей роли собственности на средства производства справедливо, но только в определенных исторических условиях. Выделение отношений собственности на средства производства как главенствующих затеняет другие объекты и факторы, значение которых постоянно возрастает.

**Собственность и хозяйствование: структура прав, передача прав, согласование обязанностей. Экономическая теория прав собственности.**

Как экономическая категория собственность существует независимо от воли и сознания людей. Так, уже в трудах Солона (594 г. до н.э.) и Клисфена (509 г. до н.э.) говорилось, что законы не создают отношений собственности, они только закрепляют отношения, которые уже сложились. Соответственно, можно различать собственность в экономическом смысле, или собственность де-факто (на деле, фактически), и собственность в юридическом смысле, или собственность де-юре (юридически, по праву).

Связи между субъектами и объектами собственности раскрываются в категориях «владение», «пользование», «распоряжение», выступающих одновременно и как юридические (правовые), и как экономические категории.

Например, в Гражданском кодексе РФ подчеркивается, что собственнику принадлежат права владения, пользования и распоряжения своим имуществом (статья 209). Там же определены субъекты права собственности: ими могут быть граждане (физические лица), юридические лица, государство и муниципальные образования (статья 212).

Владение – это физическое обладание вещью. Законное владение имуществом имеет правовое основание (закон, договор, административный акт). Однако владение, взятое в отдельности, еще не является собственностью в социально-экономическом смысле этого слова. Иногда владение превращается в формальное право, которым владелец не пользуется или не знает, как им пользоваться, и не стремится к этому.

Пользование – означает применение объекта собственности в соответствии с его назначением и по усмотрению и желанию пользователя. Владение и пользование могут соединяться в руках одного субъекта или быть разделенными между разными субъектами, когда пользоваться вещью можно и не будучи ее собственником (владельцем). Например, наемный работник использует средства производства, не являясь их владельцем. Границы права пользования определяются законом, договором или иным правовым основанием (например, завещанием).

Распоряжение – высший способ реализации отношений между объектом и субъектом собственности. Распоряжение предполагает право и возможность поступать по отношению к объекту любым желаемым образом вплоть до передачи другому субъекту, глубокой трансформации, преобразования в другой объект или даже ликвидации. Оно осуществляется чаще всего путем совершения различных сделок (купли-продажи, мены одной вещи на другую, дарения и т.д.). Фактически собственник становится таковым, получив права и реальную возможность, правомочия распоряжаться объектом собственности.

Таким образом, категории «владение», «пользование», «распоряжение» раскрывают структуру прав. Если субъект или субъекты объявлены собственниками, но правомочия владения, пользования, распоряжения за ними не закреплены четко или переданы кому-то другому, то такие субъекты фактически собственниками не являются.

Нужно также отметить, что триада «владение» – «пользование» – «распоряжение» не исчерпывает всего богатства возможных функций собственности. Хозяйственная практика свидетельствует о многообразном применении прав собственности. Это привело к формированию в западной экономической мысли экономической теории прав собственности (60-70-е гг. ХХ в.). Свой вклад в ее разработку внесли такие известные экономисты, как Д. Норт и Р. Коуз, а также А. Алчиан, Р. Познер и др. Ее авторы указали на то, что субъекты экономики используют «пучок прав», правомочий.

Полный «пучок прав», иногда называемый «перечень Оноре», включает одиннадцать элементов:

1. Право владения, т.е. право исключительного физического контроля над вещью;
2. Право пользования, т.е. право применения полезных свойств вещи для себя;
3. Право управления, т.е. право решать, кто и как будет использовать вещь (право на оборот и извлечение выгоды из него);
4. Право на доход, т.е. право обладать результатами от использования вещи;
5. Право суверена (право на передачу власти над собственностью), т.е. право на отчуждение, потребление, изменение или уничтожение вещи;
6. Право на безопасность, т.е. право на защиту от экспроприации вещи и от вреда со стороны внешней среды;
7. Право на передачу в наследство;
8. Право на бессрочность обладания;
9. Право на ответственность в виде взыскания, т.е. возможность передачи вещи в залог или взыскания в уплату долга;
10. Право на остаточный характер, т.е. право на восстановление нарушенных прав собственности (т.е. право на существование процедур и институтов, обеспечивающих восстановление нарушенных правомочий);
11. Право на запрещение вредного использования вещи (т.е. способом, наносящим вред внешней среде).

Права собственности понимаются как санкционированные обществом поведенческие отношения между людьми, которые возникают в связи с существованием благ и касаются их использования. Отношения собственности выводятся из ограниченности ресурсов: без какой-либо предпосылки редкости бессмысленно говорить о собственности.

Собственность всегда санкционируется обществом либо позитивно, либо негативно. Позитивные санкции означают одобрение обществом имеющейся структуры прав доступа к имуществу (ресурсам), негативное – неодобрение их, из чего вытекает необходимость изменить эту структуру в лучшую для общества сторону. Поэтому отношения собственности – это система исключений из доступа к материальным и нематериальным ресурсам (благам). Исключить других из свободного доступа к ресурсам означает специфицировать права собственности на них. Смысл специфицирования – создать условия для приобретения прав собственности теми, кто ценит их выше, кто способен извлечь из них большую пользу.

Следовательно, структура прав собственности динамична и подвижна, может быть «продвинута вперед» санкциями общества, т.е. худшая структура прав может быть заменена лучшей.

В теории прав собственности не определяется четко, о каких именно правах собственности идет речь, важно другое: любое право собственности всегда находится в определенном пучке прав и в случае необходимости легко может быть отчуждено из этого пучка. В результате происходит постоянная перестройка набора правомочий, которыми обладает конкретный субъект собственности.

Если сам характер прав собственности безразличен, то на первый план выходит структура прав, их взаиморасположение и координация. При этом важно исключить размывание прав собственности. Оно наступает тогда, когда нечетко определены или сами правомочия, или их объекты, или субъекты, владеющие данными правомочиями.

С размыванием собственности не следует путать ее расщепление – нормальный процесс постепенного дробления собственности на все более и более мелкие правомочия, все большее увеличение числа прав в имеющемся пучке. Расщепление в отличие от размывания прав собственности приводит к росту эффективности использования собственности.

Средством борьбы против размывания как раз и является спецификация – установление каждого из правомочий и закрепление его за определенным субъектом.

В целом спецификация позволяет исключить «бесхозность» и «ничейность» в обладании объектами собственности. «Специфицировать» собственность могут как сами субъекты собственности по взаимному согласию, так и какая-либо внешняя сила (например, государство). В конечном итоге, спецификация приводит к более эффективному использованию собственности, к повышению ее отдачи и снижению издержек.

Таким образом, теория прав собственности носит прикладной характер, ее главная идея – реализация принципа экономической эффективности. Чем эффективнее – по критерию снижения издержек и повышения результатов – будет санкционированная обществом структура прав собственности, тем лучше.

Следует отметить, что все сторонники этой концепции высказывались в пользу частной формы собственности. Именно частная собственность, по их мнению, позволяет минимизировать процесс размывания прав собственности и максимально эффективно проводить их спецификацию.

В рамках «пучка прав собственности» можно особо выделить два вида экономических прав:

* во-первых, права, связанные с использованием полезных свойств объекта (его потребительной ценности) для определенных целей, – права хозяйствования (в простейшем случае – право пользования);
* во-вторых, права, связанные с возможностью передачи прав хозяйствования другим агентам, – права собственности в узком смысле (в простейшем случае – право распоряжения).

Указанные права могут перемещаться от агента к агенту относительно независимо (автономно) друг от друга. Например, собственником легкового автомобиля может быть один человек, а пользоваться им по доверенности – другой. При этом первый может передать свои права собственника третьему человеку, не интересуясь мнением второго – непосредственного пользователя.

Обычно агент, пользующийся правами хозяйствования на определенный объект, но не являющийся его собственником, имеет (получает) права собственности на другие объекты (в частности, результаты, или «плоды», использования объекта). Его главный интерес в отношениях с собственником объекта, которым он пользуется, состоит в следующем. Заплатив за право пользования объектом, он получает право присвоения результатов такого пользования, часто именуемых остаточным доходом. Право на остаточный доход прямо вытекает из ответственности за принимаемые решения.

Предположим, хозяйствующий агент получает на время права пользования объектом. По окончании этого времени он расплачивается из полученных результатов с собственником в заранее установленном размере и остальное присваивает. Иначе говоря, он получает в собственность остаточный доход. Дальше он может делать с ним все исключительно по своему усмотрению, как и полагается собственнику. При этом собственник использованного объекта никаких прав на остаточный доход не имеет – все, что полагается ему, он уже получил.

Подобное понимание связи имущественных прав и ответственности существовало не всегда. Оно представляет собой итог борьбы, начатой задолго до появления рыночной экономики, между хозяйствующими агентами и собственниками используемых ресурсов, которые склонны «вменять» «своим» ресурсам по возможности все получаемые результаты.

В российском законодательстве это находит отражение в том, что администрация предприятий, уставный капитал которых принадлежит государству, не может претендовать на остаточный доход. Аналогична по смыслу формула 1917 г. «Заводы и фабрики – рабочим». Она отражает мнение идеологов собственников одного из ресурсов – труда – о том, что именно они, собственники, являются тем самым и хозяевами, претендующими на присвоение результатов, производимых с помощью своей собственности – рабочих рук.

В современной экономической теории разделение прав собственности и хозяйствования анализируется как отношения собственника блага (ресурса) и его пользователя. Эти отношения асимметричны: собственник обычно лучше знает свое благо, его свойства, чем потенциальный пользователь (во всяком случае, до того, как сделка состоялась). Поэтому он может завышать цену, по которой он готов передать объект в пользование. На этом, в частности, основана тенденция к завышению заработной платы работников, обладающих высокой квалификацией, владеющих сложной профессией. Речь прежде всего идет о профессиональных управляющих, менеджерах, нанимаемых собственниками капитала и выступающих в данный момент пользователями.

Отношения «собственник – пользователь» по отношению к менеджерам (управляющим) развиваются по одной схеме и в рыночной экономике, и в плановом хозяйстве. Проблема – как их заинтересовать в лояльном отношении к собственнику – решается примерно одинаково. Менеджеров, особенно высших, так или иначе включают в число собственников. В рыночной экономике это делается через наделение их частью имущественных прав на капитал, которым они наняты распоряжаться. В плановой экономике легальных средств приобщения управляющих к распоряжению государственной собственностью не было. Там проблема так и осталась нерешенной, точнее, ее решением стало исчезновение планового хозяйства.

Таким образом, категория «собственность» отражает возможности субъекта собственности по распоряжению ее объектами. В отличие от нее хозяйствование как экономическая категория относится к процессу, а не к состоянию. В этом ее основное отличие от категории «собственность», характеризующей именно состояние. Хозяйствование – это процесс целесообразного использования благ субъектами. Поэтому для анализа экономического поведения четко различаются собственник и хозяйствующий субъект.

Хотя теоретически категории «собственность» и «хозяйствование» различаются как состояние и процесс, в реальной жизни между собственником фактора производства и хозяйствующим субъектом (фирмой, предприятием) таких границ может и не быть. Более того, собственники факторов производства обязательно выступают в качестве хозяйствующих субъектов, например, при принятии решения об использовании своей собственности – в процессе собственного хозяйствования или через передачу их в пользование другим хозяйствующим субъектам с получением за это соответствующей платы.

Если собственник фактора производства принимает решение о передаче своей собственности другому хозяйствующему субъекту, то он получает факторный доход (заработную плату, прибыль, процент или ренту). При этом в качественном аспекте факторный доход представляет собой плату собственнику фактора за передачу права его использования хозяйствующему субъекту, в количественном аспекте он является результатом взаимодействия спроса и предложения.

В качестве примера соединения собственности и хозяйствования выступает обыкновенная акция. Она является, с одной стороны, носителем права голоса собственника при принятии хозяйственного решения, например, о распределении непосредственного результата (прибыли), а с другой – права на получение дивиденда как результата хозяйственной деятельности.

**Формы собственности, их характеристика и значение в экономической системе.**

В результате исторического развития постепенно сложилось многообразие форм собственности – прежде всего, личной, семейной, государственной. Одновременно существовали и формы собственности, связанные с рабством, крепостничеством, объектами в которых выступали люди. При капитализме средства производства становятся собственностью владельца капитала, динамично развивается частная собственность. В дальнейшем развитии частная собственность эволюционирует, возникает акционерная форма собственности, усиливается значение государственной собственности.

Таким образом, в ходе исторического развития человеческого общества происходило эволюционное изменение отношений собственности, ее форм. В отдельных странах были предприняты попытки трансформировать, преобразовать отношения и формы собственности революционным путем. Например, социалистические революции имели своей целью уничтожение частной собственности, замену ее общественной, государственной. Однако практика показала, что в условиях господства, монополии государственной собственности экономическая система оказывается неэффективной. В современном мире признается необходимость и целесообразность многообразия (плюрализма) форм собственности, их сосуществование.

Рассматривая проблему выделения форм собственности, можно заметить отсутствие единой терминологической базы и подходов в связи с путаницей в основных понятиях. В настоящее время отсутствует четкая субординация категорий отношений собственности.

* Во-первых, различным формам собственности нередко отказывается в таком признаке, как «общественная». Так, частная собственность не считается разновидностью общественной собственности, а рассматривается как противоположный ей тип собственности.
* Во-вторых, такие формы собственности, как «общенародная», «государственная», «общественная», «коллективная» воспринимаются одними авторами как синонимы, другими – как разные понятия.
* В-третьих, нет ясности и единства мнений относительно проблемы соотношении понятий «индивидуальная», «частная», «личная» собственность.

Прежде всего, определим, что такое «формы собственности» и критерии, по которым они выделяются.

Формой собственности называют ее вид, характеризуемый по признаку субъекта собственности, т.е. тем, кто является собственником. Форма собственности определяет принадлежность объектов собственности субъекту единой природы (скажем, человеку, семье, группе, коллективу, населению).

На первый взгляд, можно выделить столько форм собственности, сколько имеется в наличии субъектов собственности, т.е. различать личную, семейную, групповую, коллективную, территориальную, народную, управленческую собственность и т.д. В действительности часто выделяют более узкую их совокупность, иногда даже ограничивая ее двумя формами – частной и ее антиподом – общественной (в действительности – государственной).

В рамках анализа конкретно-исторических форм собственности необходимо четко различать категории «общественная», «общенародная», «государственная», «частная» собственность. Определяя соподчинение категорий, нужно учесть следующие обстоятельства:

Во-первых, категории «частная», «коллективная», «государственная» и «общенародная» – это признаки, вытекающие из характера присвоения условий и результатов производства, в то время как категория «общественная» носит общесоциальный, общечеловеческий характер. Таким образом, категория «общественная» является более широкой по масштабам и универсальной по значению. Она выражает фактическое существование человеческого общества. Поскольку отношения собственности не функционируют вне общества, то и любая форма собственности исходно должна считаться общественной (в том числе частная и все другие формы собственности).

Во-вторых, в системе общественного производства может доминировать какая-либо одна из форм собственности, но это не исключает наличия (появления) всех других форм собственности, причем за каждой из них стоит определенный коллектив или отдельный работник, являющийся членом данного общества, и нет объективных оснований не считать их деятельность общественной, ограничивать общество какой-то определенной его частью.

В-третьих, любая форма собственности по существу решает одни и те же общественные задачи, хотя и разными способами, а именно: организация и повышение эффективности общественного производства с целью получения благ и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей людей, т.е. любая из форм собственности изначально несет общественную нагрузку.

В-четвертых, в любом обществе развитие форм собственности происходит в определенных конкретно-исторических условиях, т.е. оно обусловливается уровнем реального обобществления производства, что приводит к сосуществованию различных форм собственности, их взаимопроникновению, интеграции.

Таким образом, категория «общественная собственность» является универсальной и подразумевает все многообразие форм собственности, функционирующих в данной экономической системе. В исключительных случаях возможна такая ситуация, когда категория «общественная собственность» оказывается равной по содержанию с какой-либо другой из указанных категорий (например, «общенародная собственность»), но это происходит только тогда, когда в конкретном обществе существует единственная форма собственности.

Рассматривая многообразные формы собственности, характерные для развитой экономики, прежде всего, остановимся на определении и обосновании необходимости государственной собственности.

Государственная собственность – является неотъемлемым элементом экономических систем промышленно развитых стран и кардинально отличается целью, функциями и ролью от всех других форм. С теоретической точки зрения «государственная собственность» является условным и собирательным понятием. Так, в ее состав принято включать федеральную, региональную и муниципальную собственность. При этом считается, что субъектом собственности выступает государство, хотя не совсем ясно, какой смысл должен вкладываться в это понятие. Например, Людовик XIV утверждал «государство – это я», В.И.Ленин внес новое понимание – «государство – это мы». Вероятно, более корректно считать государственной ту собственность, которой обладают органы законодательной и исполнительной власти всех уровней.

Роль государственной собственности в экономической системе прослеживается по нескольким направлениям.

Во-первых, она необходима в тех сферах и отраслях, которые остаются вне сферы деятельности частного бизнеса, приложения частного капитала. Обычно это те отрасли и производства, в которых сложно или невозможно получить среднюю норму прибыли, где низка отдача от вложений или положительный эффект наступает через продолжительный промежуток времени. В качестве примеров можно назвать, прежде всего, такие капиталоемкие отрасли, как энергетика, связь, транспорт, а также малопривлекательные для частных инвесторов спорт, медицина, образование, культура и др.

Во-вторых, роль государственной собственности особенно отчетливо прослеживается в производстве так называемых общественных товаров. Сюда, в частности, относятся поддержание обороноспособности страны, содержание правоохранительных органов, дорожной сети и др. Все эти товары и услуги необходимы обществу в целом, предельные издержки на их производство не связаны с количеством потребителей, и государству целесообразнее взять на себя заботу об этом.

В-третьих, необходимость государственной собственности в экономике может быть продиктована не столько стремлением получить прибыль, сколько необходимостью решения задач по проведению структурной перестройки, санированию отраслей посредством национализации убыточных предприятий. Например, рыночный механизм стимулирует внедрение и эффективное использование уже имеющихся результатов научно-технического прогресса, но обычно слабо обеспечивает стратегические прорывы в науке и технике, развитие фундаментальных исследований в самых различных областях.

В-четвертых, наличие государственной собственности позволяет обеспечить в стране единое экономическое пространство, функционирование экономики как единого народнохозяйственного комплекса. Например, особенно это касается таких элементов, как единая энергосистема, магистральные железнодорожные линии и т.д. В данном случае существование государственной собственности способствует проведению определенной экономической политики.

В целом зарубежный опыт свидетельствует о том, что государственная собственность необходима и может быть эффективной. Ее наличие в экономике способствует проведению экономической политики государства, оптимизации структуры экономики и т.д. В условиях рыночной экономики государство заботится не о расширении собственного сектора, а о развитии всех производительных сил общества, стабильном экономическом росте, обеспечении максимальной эффективности хозяйствования и повышении жизненного уровня населения. Вместе с тем, нужно учесть, что государственная собственность далеко не всегда оказывается эффективнее, чем другие формы, т.е. ее роль не следует переоценивать.

Индивидуальная (личная и частная) собственность – это собственность, в пределах которой субъект собственности персонифицируется как физическое лицо, индивидуум, обладающий полным правом распоряжаться принадлежащим ему объектом собственности. В пределах индивидуальной собственности, в зависимости от природы объекта собственности и характера его использования собственником, можно различать личную и частную собственность. Разграничение личной и частной собственности было характерно, прежде всего, для отечественной науки. В западной экономической теории сложился другой подход, согласно которому под частной собственностью понимается всякая негосударственная собственность, к которой соответственно относят собственность всех субъектов, кроме государства.

С теоретической точки зрения личную собственность можно отделить от частной собственности по двум основаниям.

Во-первых, личная собственность охватывает объекты индивидуальной собственности, используемые, потребляемые только самим собственником или предоставляемые им другим лицам в бесплатное пользование. Соответственно частная собственность – это объекты индивидуальной собственности, предоставляемые в пользование и потребление за определенную плату другим лицам. Такое определение применимо к объектам в виде имущества и предметов потребления.

Во-вторых, еще один подход к частной собственности заключается в том, что это объекты индивидуальной собственности, используемые с применением чужого, наемного труда, тогда как личная собственность охватывает только объекты, используемые с применением личного труда собственника. Такое определение распространяется, естественно, в основном на средства производства.

На сегодняшний день личная собственность на средства производства, основанная на использовании труда самого собственника, как наиболее «благоприятной», хотя и имеет законные права на существование в условиях рыночной экономики, представляет наиболее примитивную форму. Еще сам К. Маркс утверждал, что подобные формы первоначального единства между работником и условиями его труда «являются детскими формами, одинаково мало пригодными для того, чтобы развивать труд как общественный труд и повышать производительную силу общественного труда».

В экономической литературе отмечается то обстоятельство, что личная собственность может быть использована для получения дополнительного дохода. Это имеет особое значение для стран с низким уровнем экономического развития, в которых доходы, полученные в общественном производстве, не всегда обеспечивают человеку даже прожиточный минимум. В данном случае личная собственность выходит за сферу потребления и распространяется также на сферу производства. В силу этого она может быть представлена двумя разновидностями: личной собственностью на домашнее имущество и личной собственностью на средства производства. Вторую разновидность отличают от трудовой частной собственности по следующему критерию: если средства производства, находящиеся в собственности граждан, служат для производственной деятельности, носящей вспомогательный для ее участников характер, то в данном случае это личная собственность. Иначе говоря, основные доходы они получают в системе общественного производства, осуществляют за счет этих средств воспроизводство условий жизни, и только часть потребностей удовлетворяют за счет производственного использования объектов личной собственности (например, работая в личном подсобном хозяйстве).

Таким образом, как можно заметить, на практике знание субъекта к объекта собственности сами по себе не дают возможности отличать личную собственность от частной. Один и тот же объект может быть как личной, так и частной собственностью в зависимости от характера его использования, применения, потребления. В то же время, используя одно из определений или оба вместе, невозможно четко определить грань, отделяющую личную собственность от частной и однозначно установить сам факт использования личной собственности как частной.

Следовательно, с чисто экономических позиций следует говорить о частной собственности как об одной из основных ее форм, оказывающих существенное воздействие на экономические процессы, в то время как личная собственность характеризует скорее личное потребление и относится больше к социологии, нежели собственно к экономике.

Частная собственность, как и любая другая форма, имеет свои особенности, преимущества и недостатки. Главными ее характерными чертами являются, во-первых, спонтанное развитие, во-вторых, более высокая эффективность (по сравнению с государственной собственностью). Частная собственность стимулирует инициативу, предприимчивость, ответственное отношение к труду. В то же время она имеет и отрицательные черты (стихийность, стремление к наживе любой ценой, эксплуатация).

Однако не следует гипертрофировать недостатки частной собственности. Прежде всего, отметим два не вполне справедливых тезиса в отношении частной собственности.

Во-первых, при частной собственности на средства производства, как констатируется в работах К.Маркса и В.И.Ленина, возникает эксплуатация, присвоение результатов чужого труда. На этом основании ими был сделан вывод о недопустимости частной собственности на средства производства в условиях экономического строя, именуемого социализмом. На этот счет можно возразить, что эксплуатация чужого труда, понимаемая как изъятие у работника части созданного его трудом прибавочного продукта (прибыли), имеет место при любой форме собственности. Не факт, что доля изымаемой реальным собственником средств производства прибавочной стоимости в условиях всех других форм собственности на средства производства (в том числе государственной) будет меньше, чем в условиях частной собственности.

Во-вторых, следует отметить ошибочность бытующих представлений, что частная собственность занимает ведущее место в рыночной экономике. Если это и было, то очень давно. Нынешней рыночной экономике присущи в основном совместные, коллективные, смешанные формы собственности. В достаточно типичной капиталистической экономике рыночного типа 10-15 процентов средств производства находятся в частной собственности, 15-20 процентов – в государственной, 60-70 процентов – в коллективно-корпоративной, акционерной.

Коллективная (иначе – совместная или групповая) собственность – занимает промежуточное место между государственной и частной собственностью. В строгом смысле слова уже семейная собственность может считаться совместной, хотя обычно субъектами коллективной собственности считают социальные группы, трудовые коллективы, население. При таком понимании совместная собственность берет свое начало в узкоколлективной, групповой собственности и простирается до общенародной, в которой не выделяется субъект собственности как индивидуум, личность, а право собственности распространяется на всех граждан.

Коллективная форма собственности имеет несколько характерных черт, признаков, особенностей.

Во-первых, ее основной чертой является коллективно-групповой характер присвоения средств и результатов производства.

Во-вторых, в пределах совместной (коллективной) формы субъект собственности не персонифицирован как индивидуум, а представляет собой совокупность, сообщество, коллектив собственников. Субъект собственности может выступать в виде уполномоченного лица или группы лиц, выражающих собственнические интересы всего товарищества, но гораздо чаше выступает и официально оформляется правовым образом как единое юридическое лицо.

В-третьих, в коллективных формах может иметь место прямое непосредственное участие и контроль со стороны собственника за пользованием объекта собственности, но может быть так, что воздействие на направление пользования объектом собственности со стороны собственника (например, народа) оказывается значительно опосредованным.

В целом, говоря о совместной собственности, следует исходить из ее самого широкого понимания как многообразия форм собственности, охватывающих диапазон от семейной до общенародной. Это любая интегративная по своей сути форма. Ее разновидностями являются кооперативная и акционерная собственность. В акционерной собственности достигается наиболее рациональное сочетание индивидуальных и коллективных интересов, поэтому именно она стала одной из главных, ведущих в условиях рыночной экономики.

Нужно подчеркнуть, что не существует и не может существовать абсолютного разделения форм собственности, неизбежны производные и смешанные формы собственности, в том числе переходные от одной формы к другой. К примеру, если собственность на рабочую силу является индивидуальной, на средства производства – коллективной, на землю – государственной и все эти факторы производства соединены на одном предприятии, то собственность предприятия заведомо становится смешанной. Отсюда следует, что нужно признать взаимопроникновение и общее существование разных форм собственности. Все это дает основание говорить о существовании системы форм собственности.

# ЛЕКЦИЯ. Деньги. Функции денег

Деньги как феномен хозяйственной жизни издавна привлекали к себе внимание. В ходе развития экономической мысли существенно менялись позиции относительно того, что такое деньги и для чего они нужны.

В экономической науке о происхождении денег было сформулировано две концепции – рационалистическая и эволюционная.

*Рационалистическая концепция* впервые была изложена в работе Аристотеля «Никомахова этика» и господствовала вплоть до конца XVIII века. Она объясняла происхождение денег как результат соглашения между людьми. Подобным образом трактуют деньги и некоторые современные экономисты (например, П. Самуэльсон, который рассматривает деньги как искусственную социальную условность, и Дж.К.Гэлбрейт, который считает, что закрепление денежных функций за благородными металлами и другими предметами – продукт соглашения между людьми).

Наиболее ярким представителем *эволюционной концепции* происхождения денег был К. Маркс, который определял деньги как продукт развития обмена и товарного производства. Исходным пунктом исследования у К. Маркса является анализ товара и товарного обращения. В каждом меновом отношении первостепенное значение приобретает вопрос относительно эквивалентности обмениваемых друг на друга товаров. Однако для того, чтобы выяснить количественное соотношение между двумя сравниваемыми продуктами общественного труда, нужно иметь третью, постоянную величину, к котором приравнивался бы каждый из сравниваемых товаров. Возникая на основе стоимостной соизмеримости продуктов труда, деньги служат внешней формой для выражения их стоимостных пропорций.

Кроме того, в экономической науке в отношении денег, их природы были высказаны металлическая и номиналистическая теории.

*Металлическая теория* отождествляет деньги с благородными металлами. Ее суть заключается в том, что деньги обязательно должны обладать внутренней стоимостью, чтобы выполнять свои функции. Наиболее яркими представителями этой теории можно считать меркантилистов, которые считали, что золото и серебро являются деньгами по своей природе, в силу своих естественных свойств. Металлическая теория в целом истинно отражала ситуацию для систем с полноценными (товарными) деньгами.

*Номиналистическая теория* денег считает деньги знаками стоимости (символами), условными счетными единицами. В рамках номиналистической теории считалось, что важно не металлическое содержание денег, а то, что на них написано (номинал). Деньги рассматриваются, прежде всего, как продукт государственной власти и правовых отношений, когда их покупательная сила определяется государством. Номиналистическая теория денег в целом верно отражает природу денег в современных экономических системах.

Существует множество подходов к определению денег. Деньги можно определить как особый товар, служащий всеобщим эквивалентом. Данная формулировка сохраняет свою актуальность в течение длительного времени, хотя в современной экономической литературе встречаются и другие формулировки, в которых обычно указывают на отдельные их функции или свойства.

Деньги – это металлические и / или бумажные знаки, являющиеся мерой стоимости при купле-продаже и выступающие в качестве всеобщего эквивалента, т. е. выражающие стоимость всех других товаров и обмениваемые на любой из них.

П. Самуэльсон пишет о том, что поток денег – это источник жизненной силы, деньги служат как мера стоимости. Кроме того, деньги выступают как средство обмена и как единица масштаба цен или счета.

Сущность денег лучше всего проявляется в их функциях. В целом можно выделить пять функций денег.

*Деньги как мера стоимости* – приравнивание товара к определенной сумме денег, что дает количественное выражение стоимости товара. Стоимость товара, выраженная в деньгах, является его ценой. Функция меры стоимости реализуется на основе масштаба цен. С его помощью цена товара как показатель величины стоимости приобретает выражение в определенных денежных единицах.

*Деньги как средство обращения* позволяют платить владельцам ресурсов и производителям таким товаром (деньгами), который может быть использован для покупки любого другого товара или услуги, имеющихся на рынке. Как средство обмена деньги позволяют национальной экономике избежать неудобств бартерного обмена.

*Деньги как средство образования сокровищ.* Если товаропроизводитель, продав свой товар, в течение длительного времени не покупает другой товар, то деньги, изъятые из обращения, оседают и могут выполнять функцию средства образования сокровищ.

*Деньги как средство платежа.* В силу ряда обстоятельств товары не всегда могут продаваться за наличные деньги. Поэтому возникает необходимость купли-продажи товаров в кредит, т. е. с отсрочкой платежа. Если товар продается в кредит, то средством обращения служат не сами деньги, а выраженные в них долговые обязательства (например, векселя). Однако по истечении срока кредита покупатель, являющийся одновременно должником, обязан уплатить продавцу – кредитору сумму денег, выраженную в долговом обязательстве. Являясь орудием погашения долгового обязательства, деньги тем самым выполняют функцию средства платежа. Деньги как средство обращения служат мимолетным посредником в обмене товаров; в качестве средства платежа деньги являются завершающим звеном в процессе обмена и выступают как самостоятельное воплощение товарной стоимости. Деньги функционируют как средства платежа не только при оплате купленных в кредит товаров, но и при погашении других обязательств, например, при возврате денежных ссуд, внесении арендной платы за землю, уплате налогов.

*Мировые деньги:* предполагается использование денег в ходе осуществления международных операций. Долгое время функцию мировых денег выполняло золото. После первой мировой войны эту функцию наряду с золотом стали выполнять национальные валюты развитых стран – доллар США, английский фунт стерлингов, французский франк. В настоящее время появились различные международные средства расчетов, заменяющие золото.

Все перечисленные функции полностью выполнялись деньгами в условиях золотого стандарта, т. е. когда роль всеобщего эквивалента была закреплена за золотом. Отмена золотого стандарта привела к тому, что деньги перестали выполнять две функции в их традиционном понимании (средства образования сокровищ и мировых денег), которые не могут осуществляться без золота в качестве денег. Поэтому в современных условиях в экономической литературе часто указывают лишь на три функции денег – меры стоимости, средства обращения и средства платежа, хотя это спорная точка зрения.

Здесь нужно учитывать, что, действительно, в выполнении современными деньгами их функций произошли кардинальные изменения, но это не означает, что две из пяти функций теперь не существуют вовсе. Вместе с тем следует видеть существенные изменения в характере выполнения функций деньгами в современных условиях:

* Функция образования сокровищ фактически трансформируется в функцию средства сбережения, когда деньги выступают как особый ликвидный актив, сохраняемый после продажи товара и обеспечивающий его владельцу покупательную способность в будущем периоде.
* Функция мировых денег выполняется современными деньгами, но ограничено. Во-первых, на сегодня она осуществляется не всеми деньгами. Во-вторых, даже те деньги (например, доллары США, евро, английские фунты стерлингов), которые сегодня активно используются в международных операциях, также не являются универсальными, не охватывают всей системы мирового денежного обращения.

**Денежное обращение.** Важным условием выполнения деньгами своих функций является стабильность всей системы денежного обращения.

Денежное обращение – это движение денег в хозяйственном обороте в наличной и безналичной форме в процессе обращения товаров, оказания услуг и совершения различных платежей.

Денежное обращение – это система, отдельные элементы которой находятся в определенном единстве. В их числе, прежде всего, выделяют:

* название денежной единицы и масштаб цен;
* виды денежных знаков, порядок их выпуска и характер обеспечения;
* организация безналичного платежного оборота;
* порядок и пропорции обмена национальных денег на иностранные денежные знаки.

История денежного обращения свидетельствует о том, что деньги не представляют собой однородной массы. Они имеют много разновидностей как по происхождению и времени существования, так и по условиям обращения.

Прежде всего, в истории известно несколько форм денег. Под формой денег понимают овеществленную в определенном типе всеобщего эквивалента меновую стоимость, которая в состоянии обеспечить устойчивость обращения товаров. В качестве форм денег человечеству известны товарные денежные эквиваленты; золотые, серебряные и биллонные монеты, бумажные и кредитные деньги.

Золотые деньги – приобретают свою стоимость от стоимостной субстанции денежного товара, которая создается в сфере добычи золота. Наличие внутренней стоимости делает их независимыми от рынка товаров, придавая тем самым абсолютную устойчивость. Для устойчивости обращения золотых денег необходимо, чтобы внутренняя стоимость, полученная в сфере производства золота, и его меновая стоимость в сфере обращения совпадали.

Бумажные деньги – денежные знаки, выпускаемые прямо или косвенно государственным казначейством для бюджетных нужд и снабженные принудительной покупательной способностью. К ним относятся билеты казначейства, различного рода суррогаты (казначейские векселя, государственные облигации, некоторые виды государственных ценных бумаг и биллонная монета).

Бумажные деньги появлялись обычно в периоды, когда правительство испытывало острую нужду в деньгах, во время войн и революций, когда другие источники финансирования (налоги, займы и т. п.) исчерпывали себя. Еде одной причиной выпуска бумажных денег был хронический дефицит платежного баланса страны: чтобы избежать утечки золота за границу, государство было вынуждено вводить неразменные на золото деньги, снабженные принудительным курсом.

Кредитные деньги – собирательное понятие, возникшее на основе замещения имущественных обязательств частных лиц или государства. Все виды кредитных денег берут свое начало либо от векселя, либо от депозита – банковского вклада.

Депозитные деньги – являются разновидностью кредитных денег. Они создаются на основе банковских вкладов и системы специальных расчетов, которые производятся между банками путем переноса сумм с одного счета на другой. Депозитные деньги, как и деньги, возникшие на основе вексельного обращения, имеют долговую основу. Долговая основа объединяет вексельные и депозитные деньги в одну их форму.

В ходе исторического развития первоначально сложилась система металлического денежного обращения, которая базировалась на использовании металлических денег.

Первоначально (особенно в XVI – XVIII веках) существовала система биметаллизма. Это означает, что на равных основаниях обращались два металла – золото и серебро, между которыми устанавливалось фиксированное соотношение. Однако с течением времени цены на эти металлы менялись, и постепенно серебро ушло из обращения.

В XIX веке на смену биметаллизму пришла система монометаллизма, опирающаяся только на один металл – золото. Закрепление за ним монопольной роли денег называют также системой золотого стандарта. Вообще, система золотого стандарта была установлена в Англии еще в конце XVIII века, но широкое распространение получила в последней четверти XIX века (в России – после денежной реформы 1895-1897 гг.).

Золотой стандарт существовал в различных модификациях: золотомонетный, золотослитковый и золотодевизный.

Для золотомонетного стандарта были характерны: свободное обращение золотых монет и выполнение золотом всех функций денег, чеканка полноценных денег при определенном и неизменном золотом содержании денежной единицы. Золото свободно ввозилось и вывозилось, т. е. функционировало в качестве мировых денег. Однако постепенно операции с золотом стали ограничиваться, а золотые монеты – уходить из обращения.

После первой мировой войны Англия и Франция ввели золотослитковый стандарт, при котором банкноты стали обмениваться только на слитки золота (стандартным весом около 12,5 кг), а не на золотые монеты. Тогда же получил распространение золотодевизный(золотовалютный) стандарт. При нем прямой обмен национальных денежных единиц на золото отсутствовал, но их можно было обменять на валюту некоторых стран (американскую, английскую, французскую), пока еще обратимую в золото.

В конечном итоге золотые монеты полностью ушли из обращения, и золотое обеспечение банкнот было отменено. Правда, в течение еще относительно длительного времени сохранялась формальная возможность официального обмена на золото долларов США для иностранных центральных банков, однако в 1971 г. и она была аннулирована.

Таким образом, система металлического денежного обращения ушла в прошлое. Начиная с периода Первой мировой войны, золото постепенно вытеснялось из обращения бумажными и кредитными деньгами: начался процесс демонетизации золота, захвативший впоследствии международное обращение. В результате произошел переход к другому типу денежного обращения, основанному на функционировании бумажных и кредитных денег.

Классификация денег, исходящая из особенностей материально-вещественной стороны всеобщего эквивалента, позволяет условно разделить все существующие деньги на полноценные и неполноценные.

Деньги называются полноценными, если товар, из которого они изготовлены, имеет одну и ту же стоимость как в сфере обращения в качестве денег, так и в сфере накопления в качестве богатства. Имея внутреннюю стоимость, полноценные деньги независимы ни от других видов богатств, ни от рыночных условий, в которых они обращаются. К полноценным деньгам относятся все виды товарных денег, золотые и серебряные монеты.

К неполноценным деньгам относятся такие деньги, покупательная способность которых превышает внутреннюю стоимость товара, выступающего носителем денежных отношений. Покупательная способность этих денег определяется исключительно рыночными условиями, при этом внутренняя стоимость неполноценных денег не оказывает на нее никакого воздействия. Неполноценные деньги включают в себя все виды постзолотых денег – бумажные и кредитные деньги.

Организация денежного обращения предполагает определенную структуру денежной массы.

Различия между элементами (компонентами) денежной массы, представляющей собой совокупный объем наличных и безналичных средств, обслуживающих хозяйственный оборот, связаны со степенью и характером их ликвидности. Здесь нужно учесть то обстоятельство, что в настоящее время к деньгам относят так называемые квазиденьги (денежные средства на различных счетах в банках, разнообразные долговые обязательства и т. п.), имеющие разную степень ликвидности.

Под ликвидностью понимают:

* способность денег обмениваться на товары и услуги;
* способность долгового обязательства быть обращенным в наличные деньги;
* денежные затраты на капитальные вложения (увеличение производства).

**Денежные агрегаты.** Различие по критерию ликвидности легло в основу разделения всей денежной массы на связанные между собой денежные агрегаты.

Денежные агрегаты – это части (компоненты) денежной массы, объединяющие определенные виды денег и денежных активов (документов), отличающихся друг от друга степенью ликвидности, т. е. возможностью быстрого превращения в наличные деньги. Денежные агрегаты отражают структуру денежной массы, причем состав таких агрегатов различен по странам, поскольку зависит от уровня развития денежного рынка и кредитных отношений.

Чаще всего используются следующие агрегаты:

М 0 – объем наличных денег в обращении (бумажные и металлические деньги);

М 1 – объем наличных денег, а также чеков, вкладов до востребования (например, в США агрегат М 1 – показатель денежной массы, включающий наличность в обращении, счета до востребования в коммерческих и взаимно-сберегательных банках, счета НАУ – разновидность счетов, занимающих промежуточное положение между сберегательным и текущим счетом, небанковские дорожные чеки и т. п.);

М 2 – объем наличных денег, чеков, вкладов до востребования и небольшие срочные вклады (например, в США – это агрегат М 1 плюс сберегательные счета, срочные счета до 100 тыс. долл., однодневные евродолларовые депозиты, акции взаимных фондов денежного рынка и др.);

М 3 – объем наличных денег, чеков, вкладов (например, в США это – агрегат М 2 плюс срочные депозиты свыше 100 тыс. долл. и срочные соглашения о продаже и последующем выкупе ценных бумаг);

L – включает объем наличных денег, чеков, вкладов, а также ценные бумаги.

Таким образом, денежные агрегаты построены по принципу матрешки, когда каждый следующие включает в себя предыдущий агрегат и некоторые дополнительные (менее ликвидные) компоненты. Измерение денежной массы с помощью агрегатов позволяет четко определять ее структуру, что используется для государственного регулирования денежного обращения.

Специфическая природа денег (золотых, бумажных, кредитных) и выполняемых ими функция обусловливает наличие определенных законов денежного обращения.

Излишне выпущенные в обращение деньги уходят в сокровища. При бумажно-денежном обращении денег должно быть выпущено столько, сколько они замещают золотых, иначе происходит переполнение каналов обращения деньгами, что приводит к их обесценению.

Ответ на вопрос о необходимом для обращения количестве денег дает количественная теория денег. Она появилась в XVI веке, когда под влиянием значительного притока золота и серебра из Нового Света резко пошли вверх товарные цены в Европе, увеличившись за короткий срок в среднем в 2,5-4 раза. С тех пор зависимость цен от количества денег в обращении стала предметом пристального изучения экономической науки.

Идея, лежащая в основе количественной теории денег, проста: внешнее изменение количества находящихся в обращении денег приводит к пропорциональному изменению абсолютного уровня цен на товары и услуги и, следовательно, к изменению покупательной способности денег.

Нужно отметить, что количественная теория денег не представляет единую концепцию, это лишь направление исследований, в котором в рамках основной идеи существует широкий разброс мнений и подходов.

Наиболее известны два варианта количественной теории денег:

* трансакционный подход, или вариант И. Фишера;
* кембриджская версия, или теория кассовых остатков.

Первый подход базируется на макроэкономическом уравнении обмена И. Фишера:

**M · V = P · Q,**

где М – денежная масса (количество денег в обращении); V – скорость обращения денег; P – уровень товарных цен; Q – количество обращающихся товаров.

Уравнение обмена выражает количественные зависимости между суммой товарных цен и обращающейся денежной массой. Правая часть (PQ) – «товарная» – показывает объем реализованных на рынке товаров. Левая часть (MV) – «денежная» – показывает количество денег, уплаченных при покупке товаров в разнообразных сделках.

Поскольку деньги являются посредником в процессах купли-продажи, то количество уплаченных денег всегда будет тождественно сумме цен реализованных товаров и услуг, т. е. уравнение обмена представляет собой тождество.

И. Фишер предполагал, что скорость обращения денег и объем реализуемых на рынке товаров на протяжении определенного периода времени постоянны. Тогда из уравнения вытекает, что уровень цен прямо пропорционален количеству денег в обращении и скорости их оборота и обратно пропорционален количеству товарных сделок:

**P = (M · V ) / Q**

Уравнение обмена полезно для выявления некоторых эмпирических зависимостей, что дает возможность делать прогнозы. Однако вариант И. Фишера учитывает деньги и товары в обращении (потоки денег и товаров), но не принимает во внимание товары на складах и деньги в функции средства накопления (запасы товаров и денег). Кроме того, спорным является тезис о постоянстве скорости обращения денег и объеме реализуемых на рынке товаров при росте их производства.

Указанные недостатки первого варианта количественной теории частично преодолены в кембриджском варианте, или теории кассовых остатков, которая разрабатывалась А. Маршаллом, А. Пигу, Д. Робертсоном.

Кембриджскую версию количественной теории выражает формула:

**M = k · P · Y,**

где M – объем денежной массы; k – коэффициент, показывающий, какую долю номинального дохода хозяйствующие субъекты предпочитают держать в форме наличных денег (кассовых остатков); P – общий уровень цен на товары и услуги; Y – реальный доход общества за определенный период времени, т. е. количество товаров и услуг которые могут быть приобретены на рынке; P·Y – номинальный доход.

Левая часть формулы выражает предложение денег, задаваемое извне существующей денежно-кредитной системой. Правая часть формулы символизирует спрос на деньги, который определяется общим номинальным доходом членов общества с учетом того, что часть этого дохода хранится в виде кассовых остатков и временно изымается из обращения.

Если сравнить два варианта и учесть, что P · Q примерно равно P · Y, то коэффициент k представляет собой иной способ выражения скорости обращения денег (k примерно равно величине 1/V).

Несмотря на связь двух подходов, в кембриджская версия имеет существенную особенность. В ней анализ перенесен в область принятия экономических решений всеми субъектами экономики. При проведении экономической политики следует учитывать не только действия правительства по эмиссии денег, но и решения предпринимателей, банкиров, населения по хранению денег в форме кассовых остатков.

**Денежная система и ее элементы.** Денежная система - устройство денежного обращения в стране, сложившееся исторически и закрепленное национальным законодательством. Сформировалась в XVI-XVII вв. с утверждением централизованного государства и национального рынка.

Различают денежные системы двух типов:

система металлического обращения, которая базируется на действительных деньгах (золотых и серебряных), выполняющих все 5 функций, а обращающиеся банкноты беспрепятственно обмениваются на действительные деньги (золото и серебро);

система бумажно-кредитного обращения, при которой действительные деньги вытеснены знаками стоимости, а в обращении находятся бумажные, либо кредитные деньги.

При системе металлического денежного обращения выделяют два вида денежных систем: биметаллизм; монометаллизм

Биметаллизм - роль всеобщего эквивалента закреплена за двумя металлами: золотом и серебром. Предусматривается неограниченное обращение и свободная чеканка, установление двух цен на один товар. Эта система существовала в XVI - XVIII вв., а в ряде стран Западной Европы действовало и в XIX в. Система не обеспечивала устойчивости денежного обращения.

Монометаллизм - роль всеобщего эквивалента закреплена за одним металлом. Серебряный монометаллизм существовал в России (1843-1852 гг.), Индии (1852-1893 гг.), Китай (до 1935 г.). Золотое обращение России -с 1897 г.

Различают три разновидности, т.е. стандарта золотого монометаллизма: золотомонетный; золотослитковый; золотодевизный.

Золотомонетный стандарт характеризовался свободной чеканкой монет, беспрепятственным обменом банкнот на золото, не запрещенным движением золота между странами. Этот стандарт требовал наличия золотых запасов в эмиссионных центрах. Первая мировая война привела к отмене золотомонетного стандарта в большинстве стран.

После Первой мировой войны  в Великобритания и Франция введен золотослитковый стандарт, при котором банкноты обменивались на золотые слитки; в Германии, Австрии, Дании, Норвегии - золотодевизный стандарт, при котором банкноты обменивались на девизы, т.е. платежные средства в иностранной валюте, разменные на золото.  В результате мирового экономического кризиса 1929 - 1933 гг. утвердилась система обращения бумажно-кредитных денег, не разменных на действительные деньги. Система предусматривает господствующее положение банкнот, выпускаемых эмиссионными центрами стран.

**Элементы денежной системы.** Элементами денежной системы являются: денежные единицы; масштаб цен; виды денег, являющихся законным платежным средством; эмиссионная система; государственный аппарат регулирования денежного обращения.

Денежные единицы - это установленный в законодательном порядке денежный знак, служащий для соизмерения и выражения цен всех товаров и услуг. В большинстве стран действуют десятичные системы деления: например: 1 доллар = 100 центам, 1 руб. = 100 коп.

Масштаб цен - средство выражения стоимости через весовое содержание денежного металла в выбранной денежной единице ( это определение утратило экономическое значение, т.к. кредитные деньги не имеют собственной стоимости и не могут быть выразителем стоимости других товаров). А в 1961 г. 1 руб. приравнивался к 0.98741 г золота.

Виды денег, являющиеся законными платежными средствами - это прежде всего кредитные деньги и банкноты, разменная монета, а также бумажные деньги (казначейские билеты).

Эмиссионная система - законодательно установленный порядок выпуска и обращения денежных знаков. Эмиссионные операции осуществляет Центральный банк (выпуск банковских билетов) и казначейство (выпуск казначейских билетов, мелко купюрных бумажно-денежных знаков). Эмиссия банкнот осуществляется тремя путями: предоставлением кредитов кредитным учреждениям в форме переучета коммерческих векселей;  кредитованием казны под обеспечение государственных ценных бумаг; выпуском банкнот путем их обмена на иностранную валюту.

Регулирование денежного обращения. Мерой регулирования прироста денежной массы и кредита является таргетирование, т.е. установление целевых ориентиров, на которые должны ориентироваться центральные банки. Центральный банк по согласованию с государственными органами определяет сумму увеличения денежной массы, ограничивая ее приростом в реальном исчислении. Однако эффективность такой меры невелика.

**Международная денежная система.** С 1944 г. по 1973 г. по решению Бреттон-Вудской (США) конференции ООН международная денежная система представляла собой своеобразный межгосударственный золотодевизный стандарт. Ее главными ориентирами были:

- золото выполняет функцию мировых денег, оно выступает средством окончательных расчетов межу странами и всеобщим воплощением общественного богатства;

- кроме золота в международном платежном обороте используются доллар США и английский фунт стерлингов;

- доллар США обменивался на золото по установленному соотношению. Цена золота на свободных рынках складывалась на базе официальной цены США и до 1968 г. не отклонялась от нее;

- национальные денежные единицы свободно через центральные банки обменивались на доллары, а через доллары - в золото, и между собой по установленным Международным валютным фондом (МВФ) соотношениям.

Денежная система, основанная на использовании доллара как эталона ценностей всех денежных единиц в 1971-1973 гг. потерпела банкротство. С 1971 г. прекращен обмен долларов на золото. Роль резервных валют стали выполнять марки ФРГ, японская иена, SDR - специальные права заимствования в МВФ и ЭКЮ.

На смену Бреттон - Вудской денежной системе пришла Ямайская денежная система, оформленная соглашением стран-членов МВФ в г. Кингстоне (о. Ямайка) в 1976 г. В 1978г. внесены изменения в устав МВФ. Новая денежная система характеризуется следующим:

- мировыми деньгами являются специальные права заимствования (SDR), которые становились международной счетной единицей;

- доллар США сохранял важную роль в международных расчетах и в валютных резервах других стран;

- юридически была завершена демонетизация золота. Золото остается резервом государства и используется для приобретения денежных единиц других стран.

Современная денежная система характеризуется следующим: отменено официально золотое содержание денежных единиц (демонетизировано золото); осуществлен переход к неразменным на золото кредитным деньгам, немногим отличающихся по своей природе от бумажных денег; наряду с кредитными деньгами в денежном обороте некоторых стран сохранены бумажные деньги в форме казначейских билетов; в порядке кредитования государства, а также под прирост официальных золотых и валютных резервом выпускаются банкноты; в денежном обороте преобладают безналичные расчеты; постоянное нарушение соответствия количества денег объективным потребностям экономического оборота и усилением роли государственного регулирования.

**Денежная система Российской Федерации.** Денежная система РФ функционирует в соответствии с федеральным законом о Центральном Банке РФ от 12 апреля 1995 г. Официальной денежной единицей (валютой) является рубль. Соотношение между рублем и золотом Законом не установлено. Официальный курс рубля к иностранным денежным единицам определяется ЦБ РФ и публикуется в печати. Фиксированный масштаб цен отсутствует. Видами денег, имеющими законную платежную силу, являются банкноты и металлические монеты, которые обеспечиваются всеми активами Банка России. Кроме наличных денег функционируют и безналичные деньги (в виде средств на счетах в кредитных учреждениях). Исключительным правом эмиссии наличных денег, организации и их обращения и изъятия обладает ЦБР. На Банк России возложены следующие обязанности:

- прогнозирование и организация производства, перевозка и хранение банкнот и монет, а также создание их резервных фондов;

- установление правил хранения, перевозки и инкассации наличных денег для кредитных организаций;

- пределение признаков платежеспособности денежных знаков и порядка замены и уничтожения поврежденных;

- разработка порядка ведения кассовых операций для кредитных организаций;

- определение правил, формы, сроков и стандартов осуществления безналичных расчетов;

- лицензирование расчетных систем кредитных учреждений.

Законом предусмотрен общий срок прохождения безналичных расчетов: не более двух операционных дней в пределах субъекта РФ и пяти дней в пределах РФ.

С целью регулирования экономики ЦБР привлекает следующие инструменты: ставки учетного процента; нормы обязательных резервов кредитных учреждений; операции на открытом рынке; осуществляет регламентацию экономических нормативов для кредитных учреждений.

Для осуществления кассового обслуживания кредитных учреждений, а также других юридических лиц, на территории РФ создаются расчетно-кассовые центры (РКЦ) при территориальных главных управлениях Банка России. Эти центры формируют оборотную кассу по приему и выдаче наличных денег, а также резервные фонды денежных банковских билетов и монет.

Резервные фонды представляют собой запасы не выпущенных в обращение банкнот и монет в хранилищах ЦБР и имеют важное значение для организации и централизованного регулирования кассовых ресурсов. Остаток наличных денег в оборотной кассе лимитируется и при превышении лимита излишки денег передаются из оборотной кассы в резервные фонды. Объективная потребность в резервных фондах обусловлена необходимостью: удовлетворения нужд экономики в наличных деньгах; обновления денежной массы в обращении в связи с приходом в негодность отдельных банкнот; поддержания обязательного покупюрного состава денежной массы в целом по стране и регионам; сокращения расходов на перевозки и хранение денежных знаков. Наличные деньги выпускаются в обращение на основе эмиссионного разрешения - документа, дающего право ЦБР подкреплять оборотную кассу за счет резервных фондов денежных банкнот и монет. Этот документ выдается Правлением Банка России в пределах эмиссионной директивы, т.е. предельного размера выпуска денег в обращение, установленного Правительством РФ.

# ЛЕКЦИЯ. Предмет микроэкономики и особенности микроэкономического анализа

**Предмет микроэкономической теории**. Экономическая теория до возникновения кейнсианства по сути была теорией микроэкономики. Безусловно, за этот период возникали и развивались теории, которые можно было бы классифицировать как макроэкономические, но основной акцент в исследованиях того времени делался на изучение деятельности отдельных экономических субъектов. Вместе с тем своего подлинного расцвета микроэкономика достигла в период господства неоклассической экономической теории, в первую очередь маржинализма. Экономические взгляды неоклассиков, основу которых составляли принципы рационального мышления и поведения экономических агентов (субъектов), максимизации их благосостояния (дохода или полезности), свободной конкуренции, саморегулирующегося рынка, невмешательства государства в экономику сначала назывались теорией цены, затем теорией фирмы, а позднее «микроэкономикой». И несмотря на то, что опубликованная в 1937 году и совершившая настоящую революцию в экономической теории книга Дж.М.Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег» переместила акценты на исследование макроэкономических проблем, положив тем самым начало эре макроэкономики, микроэкономика, являясь полноправным разделом экономической науки, не сдает своих позиций и сегодня. Вообще противопоставлять макро- и микроэкономику не вполне корректно, поскольку предметом и одного и другого разделов экономической теории является в сущности одно и тоже: изучение закономерностей и отношений, присущих деятельности людей по производству, распределению, обмену и потреблению благ, а также поиск путей эффективного использования ограниченных ресурсов с целью удовлетворения безграничных потребностей. При этом каждый из разделов подходит к данной проблеме со своих позиций: перефразируя авторов «Экономикса» К.Р.Макконнелла, С.Л.Брю, если микроэкономика изучает деревья, то макроэкономика изучает лес. Предметом изучения микроэкономики является деятельность отдельных экономических субъектов. В условиях рыночной экономики ими являются с одной стороны покупатели (потребители, приобретающие конечные товары и услуги, фирмы, покупающие факторы производства – труд и капитал), с другой – продавцы (фирмы, продающие товары и услуги, а также наемные работники и владельцы ресурсов, продающие их на рынках факторов производства). Таким образом, одни и те же субъекты выступают одновременно и покупателями и продавцами. В процессе их взаимодействия возникает рынок – совокупность покупателей и продавцов, осуществляющих обмен. Каждый из участников обмена стремится при этом к максимизации своего благосостояния: продавец – к максимизации дохода, а покупатель – к максимизации полезности. Деятельность экономических агентов обусловлена двумя основными предпосылками: безграничностью потребностей и ограниченностью ресурсов, в связи с чем возникает необходимость эффективного использования последних в целях максимального удовлетворения первых. Другой важной предпосылкой анализа в экономической теории является наличие альтернативных вариантов использования ресурсов, что в свою очередь предполагает необходимость рационального поведения агентов в процессе принятия решений.

**Применение и границы микроэкономической теории.** Как и любая наука, экономика связана с объяснением и прогнозированием наблюдаемых явлений. Почему, например, фирмы стремятся нанимать или увольнять трудящихся, когда меняются цены на сырье, потребляемое в процессе производства? Примерно сколько их должно быть принято на работу или уволено фирмой (отраслью промышленности), если цена на сырье возрастет на 10 %? В экономике, как и в других науках, обоснование и прогноз основываются на теоретических положениях, которые используются для объяснения наблюдаемых явлений с точки зрения совокупности основных правил и предположений. Теоретический анализ экономической деятельности фирмы, например, начинается с простого предположения, что она будет стремиться максимизировать свою прибыль. Теория использует данное предположение, чтобы обосновать планы фирм по набору рабочей силы, объему капитальных вложений и сырья для производства определенного количества продукции. Она объясняет, как фирмы планируют свое производство в зависимости от величины цен на основные факторы производства — рабочую силу, капитал и сырье, а также и от цен на будущую продукцию. Экономическая теория служит также фундаментом прогнозирования. Она объясняет причину изменения объема выпуска продукции в зависимости от увеличения заработной платы или уменьшения цен на материалы. При применении статистических и эконометрических методов исследования возможно построение моделей, используемых для количественных прогнозов. Модель является математическим выражением, основанным на экономической теории, фирмы, рынка или какого-нибудь другого экономического субъекта. Так, мы можем разработать модель отдельной фирмы и использовать ее для прогнозирования изменения уровня выпуска продукции фирмы в результате, скажем, падения цен на сырье на 10 %. Ни одна научная теория, в том числе и экономическая, не обладает абсолютной точностью. Полезность и значимость теории зависят от того, насколько успешно она объясняет и прогнозирует изучаемые явления. С этой целью теории постоянно проверяются практикой. В результате подобной проверки теории нередко модифицируются, усовершенствуются, а иногда от них приходится даже отказываться. Процесс проверки и совершенствования теорий является принципиальным для развития экономики как науки. При оценке теории важно помнить, что она не может быть справедливой абсолютно для всех случаев. Это относится к любой отрасли науки. Например, закон Бойля в физике устанавливает взаимосвязь между объемом, температурой и давлением газа. Закон основан на предположении, что отдельные молекулы газа ведут себя подобно крохотным эластичным биллиардным шарам. В настоящее время физики знают, что в действительности молекулы газа не всегда ведут себя таким образом, и отчасти из-за этого закон Бойля не срабатывает при крайних значениях давления и температуры. Тем не менее в большинстве случаев он прекрасно определяет динамику температуры газа при изменении давления и объема, а следовательно, является важным инструментом при проведении научных исследований и инженерных расчетов. И в экономике дела обстоят подобным же образом. Например, фирмы не всегда максимизируют свою прибыль. Поэтому, может быть, теория фирмы имела лишь частичный успех в объяснении таких аспектов ее деятельности, как учет фактора времени в оценке эффективности инвестиционных мероприятий. Тем не менее теория объяснила обширный спектр явлений, касающихся хозяйственной деятельности и эволюции как фирм, так и целых отраслей промышленности. Она является важным инструментом в руках менеджеров и специалистов, ответственных за разработку политики фирм.

**Методология микроэкономики**. Основным методом исследования, используемым экономической теорией, является моделирование экономических явлений и процессов, т. е. исследование объектов познания не непосредственно, а косвенно, посредством анализа некоторых вспомогательных объектов, которые и называют моделями. В отличие от многих естественных и особенно технических наук в экономике, как правило, преобладает идеальное моделирование, основывающееся не на материальной аналогии объекта исследования и модели, а на аналогии идеальной, мыслимой. Идеальное моделирование можно разбить на два класса: знаковое и интуитивное. В экономической теории обычно используется знаковое моделирование, при котором моделями являются знаковые образования, как правило формулы и графики. При этом знаковые образования и их элементы задаются вместе с правилами, по которым можно оперировать с ними. Заметим, что к знаковым моделям относятся также слова и предложения в некотором естественном (например, русском или китайском) или искусственном языке. Экономические модели должны в принципе отвечать ряду требований - содержательность и реалистичность принятых посылок и допущений, предсказательная способность, возможность информационного обеспечения и верификации, общность и ряд других. Среди экономистов нет единого мнения о том, какие из этих требований "главнее". Одни считают главным требованием, которому должна удовлетворять модель, ее предсказательную способность, другие в роли такого критерия видят реалистичность принятых допущений и способность объяснить посредством модели поведение экономических агентов. Большинство же связывают предъявляемые к модели требования с той конкретной целью, для которой она предназначена. Предсказательная способность важна для моделей, имеющих целью предвидеть результаты влияния одних экономических параметров на другие (например, влияние введения налогов на объем продаж какого-то товара). Реалистичность допущений и объясняющая способность важны для моделей, цель которых в объяснении поведения экономических агентов. Объясняющей способностью в большей степени обладают графические модели, почему они и используются широко в педагогических целях. Вот как писал о ценности графических моделей (не только в экономике) английский математик Я. Стюарт: "Некоторые математики, может быть 10 из 100, мыслят формулами. Такова их интуиция. Но остальные мыслят образами; их интуиция геометрическая. Картинки несут гораздо больше информации, чем слова. В течение многих лет школьников отучали пользоваться картинками, потому что «они не строгие". Это печальное недоразумение. Да, они не строгие, но они помогают думать, а такого рода помощью никогда не следует пренебрегать". В этой книге, как и в большинстве зарубежных курсов микроэкономики, графические модели, "картинки" являются основным способом представления материала. Достоинство "картинок" в их компактности, наглядности, легкой обозримости всех взаимосвязей между переменными. Но у них есть и недостаток. Легко читаемые "картинки" двумерны, тогда как трехмерные читаются уже не так легко, а многомерных "картинок" вообще не существует. Это ограничивает до некоторой степени объясняющую способность графических моделей в экономической теории. В микроэкономике используются модели двух типов - оптимизационные и равновесные. При исследовании поведения отдельных экономических агентов применяются оптимизационные модели. Поэтому основные рабочие понятия имеют здесь предельный характер: предельная полезность, предельный продукт, предельные затраты, предельная выручка и т.п. Это явилось основанием для того, чтобы назвать такую методологию экономического анализа маржинализмом, а тех, кто пользуется ею, маржиналистами (от англ. margin- предел). Оба последних термина были введены английским экономистом Дж. Гобсоном (1858-1940) в работах "Индустриальная система" (1909) и "Труд и богатство" (1914) и носили пренебрежительный оттенок. Он сохранялся длительное время и в отечественной литературе. Своим проникновением в экономическую теорию термин "margin" обязан двум английским экономистам - малоизвестному Т. Чалмерсу и последнему представителю классической школы Джону Стюарту Миллю, который писал: "Последние земли или капитал, примененные, по выражению д-ра Чалмерса, для предельной обработки (margin of cultivation), не приносят и не принесут ренту". В другом месте Милль заметил, что д-р Чалмерс объяснял явления действительности "собственным, оригинальным языком, который часто обнаруживает такие стороны истины, какие принятая фразеология склонна лишь затемнять". Этот "оригинальный язык", дополненный математическим анализом, и составил стержень современного аналитического инструментария экономической теории. Второй тип моделей - модели рыночного равновесия - используется при исследовании взаимоотношений между экономическими агентами. Обычно предполагается, что система находится в равновесии, если взаимодействующие силы сбалансированы и отсутствуют внутренние импульсы к нарушению баланса. Модели рыночного равновесия - частный случай более широкого и общего класса моделей экономического взаимодействия рыночных агентов. Они позволяют исследовать не только равновесные, но и неравновесные состояния экономики. Однако анализ неравновесных состояний обычно не включается в стандартные курсы микроэкономики. Почему именно равновесные модели играют столь важную роль в микроэкономической теории? Дело в том, что отдельные субъекты рынка, индивидуумы (домохозяйства) и предприятия, могут оптимизировать свое положение, лишь если им известны все цены на потребляемые ими ресурсы и предлагаемые ими блага. Однако отдельный субъект обычно не может иметь определенного мнения о том, как он мог бы использовать свои средства при произвольно данном уровне цен. Практически он должен ограничиться решением: какое количество определенного товара он мог бы купить или продать при некотором изменении его цены, но при том, однако, условии, что цены всех остальных товаров остаются неизменными, "ибо только при таком предположении денежная единица имеет для него вполне ясное значение... Лучшим методом для изучения ценообразующих факторов является предположение о состоянии равновесия и о небольших колебаниях одной какой-нибудь определенной цены". В периоды высокой инфляции, когда абсолютные цены всех товаров быстро растут, но растут в разной степени, субъекты рыночных отношений теряют представление о значении денежной единицы. Казалось бы, в этой ситуации лежащее в основе микроэкономических моделей предположение о состоянии равновесия теряет смысл. Однако это не так. Равновесные модели остаются и в этом случае единственным инструментарием, позволяющим аналитику выделить в поведении субъектов рынка то, что обусловлено изменением уровня цен, и то, что обусловлено изменениями их соотношений. И точно так же модели равновесия между совокупным спросом и совокупным предложением являются основой макроэкономического анализа колебаний уровня экономической активности, занятости, инфляции.

# ЛЕКЦИЯ. Спрос и предложение. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие

После того как мы определили, какими будут спрос и предложение на некоторое благо при различных возможных значениях его цены, мы можем наконец определить, каким будет равновесие на рынке этого блага.

Что показывает эластичность

Функция спроса *Q* = *D(P)* устанавливает зависимость объема спроса *Q* от цены *P*. Главный вопрос, возникающий при анализе этой зависимости, - это вопрос о том, насколько резко изменится объем спроса при том или ином изменении цены.

Обычно степень влияния одной переменной на другую, зависимую от нее, измеряют производной соответствующей функции. Если *ΔР* - изменение цены, *ΔQ* - вызванное им изменение объема спроса, то значение производной покажет, на сколько единиц изменится спрос в расчете на единичное изменение цены в бесконечно малой окрестности исходного значения. Графически этому соответствует крутизна наклона касательной к кривой спроса по отношению к оси цен.

|  |  |
| --- | --- |
| 50_7_e1, | (1) |

Напомним читателю, что в экономической литературе принято откладывать объемы по горизонтальной оси, а цены - по вертикальной. Если в качестве аргумента рассматривается цена, а объем выступает в роли функции (как в настоящей лекции), читателю нужно иметь в виду, что оси аргумента и функции расположены непривычным образом.

Однако непосредственное использование производной как характеристики реакции спроса на изменение цен не дает ответа на ряд вопросов, интересующих экономиста. Пусть повышение цены за 1 кг картофеля на 10 коп. снижает годовой объем спроса на 10 кг, т. е. *ΔР* = 0.1 руб./кг, *ΔQ* = -10 кг/год (знак "минус" соответствует уменьшению). Считая эти изменения малыми, можно приближенно оценить производную:

|  |  |
| --- | --- |
| 50_7_e2, |  |

(обратите внимание на размерность!). Допустим, аналогичным образом мы установили, что для обуви

|  |  |
| --- | --- |
| 50_7_e3, |  |

Какая из этих величин больше? Вопрос бессмыслен, и не только из-за того, что величины, измеренные в различных единицах, несопоставимы. Даже формальное совпадение единиц не разрешило бы трудности, так как 1 кг картофеля для потребителя не эквивалентен такому же количеству, скажем, чая.

Перечисленные (и иные) трудности можно преодолеть, если в качестве основного показателя реакции спроса на изменение цены использовать не производную, а *эластичность спроса по цене* - предел отношения относительного приращения объема *δQ* = *ΔQ/Q* к относительному приращению цены *δР = ΔР / Р* при условии, что последнее стремится к нулю:

|  |  |
| --- | --- |
| 50_7_e4, | (2) |

При анализе относительных изменений эластичность играет примерно такую же роль, что производная - при анализе абсолютных изменений. Свойства этой характеристики зависимостей изложены в Математическом приложении (далее - МП), II.

Эластичность - безразмерная величина; ее использование снимает сложности, связанные с единицами и масштабами рассматриваемых величин. Эластичность и производная не связаны друг с другом однозначно, хотя и совпадают по знаку (поскольку *Р* и *Q* - положительные величины), и в одних и тех же случаях стремятся к нулю (когда реакция спроса на изменение цены отсутствует) или к бесконечности (когда потребитель "бесконечно сильно" реагирует на ничтожное изменение цены). Крутизна наклона кривой в общем случае не характеризует величину эластичности, ее геометрические свойства несколько менее наглядны.

В нормальных случаях с увеличением цены объем спроса уменьшается. Поэтому можно считать, что всегда *Εp[D]* < 0, и при анализе спроса знак эластичности не представляет интереса. Для измерения величины реакции спроса на изменение цены удобнее использовать абсолютную величину эластичности:

η = |Εp[D]|(3)

Некоторые авторы, чтобы иметь дело с положительными показателями, определяют эластичность потребления по спросу как:

|  |  |
| --- | --- |
| 50_7_e5, | (1) |

Такое определение не соответствует общему определению эластичности функции.

Спрос называют неэластичным, если 0 < *η* < 1, и эластичным, если *η* > 1. Посмотрим, с какими реальными обстоятельствами связана эластичность спроса по цене (табл. 1; рис.1).

|  |
| --- |
| 50_7_f1 |
| **Рис. 1.** Кривые спроса с низкой (=0.2), единичной (=1) и высокой (=5) эластичностью. |

Таблица 1

Реакция покупателей на изменения цены

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| η | Характер спроса | Поведение покупателей | |
| при снижении цены | при возрастании цены |
| η = ∞ | Совершенно эластичный | Повышают объем закупок на неограниченную величину | Снижают объем закупок на неограниченную величину (полностью отказываются от товара) |
| 1 < η < ∞ | Эластичный | Значительно повышают объем закупок (спрос растет более высоким темпом, чем снижается цена) | Значительно снижают объем закупок (спрос снижается более высоким темпом, чем растет цена) |
| η=1 | Единичная эластичность | Спрос растет в том же темпе, что и падает цена | Спрос снижается в том же темпе, что и растет цена |
| 0< η <1 | Неэластичный | Темп роста спроса меньше темпа снижения цены | Темп снижения спроса меньше темпа роста цены |
| η = 0 | Совершенно неэластичный | Совершенно не изменяется объем закупок | Совершенно не изменяется объем закупок |

1. Чем больше товаров, являющихся, с точки зрения покупателя, заменителями данного, тем эластичнее спрос. Например, спрос на мыло определенной марки. Если цена на эту марку мыла повысится, то большинство покупателей безболезненно перейдут на другие сорта, хотя кто-то, возможно, останется верен своей привычке (вот почему так важен оборот "с точки зрения покупателя" в первой фразе этого пункта). Другой пример - магнитофоны. Спрос на импортную аудиотехнику на черном рынке достаточно эластичен. Однако представим себе, что подобные устройства вообще не выпускались бы в России. Думается, покупатели были бы более снисходительны.

Отсюда следует и такой вывод: чем более агрегированный товар мы рассматриваем, тем ниже эластичность. Так, спрос на *мыло вообще* малоэластичен (его заменить нечем), однако спрос на мыло "Консул" может иметь весьма высокую эластичность.

2. Чем выше доля расходов на данный товар в бюджете потребителя, тем выше эластичность. Если потребитель расходует на данный товар незначительную часть своего бюджета, ему не нужно изменять свои привычки и пристрастия при изменении цены.

С этой точки зрения интересна история такого товара, как соль. Совершенная неэластичность спроса на соль отмечалась в разделе 0. Но так было не всегда. В середине XIX в. в России пуд соли стоил от 50 коп. до 1 руб. из-за высокого налога на соляное производство. Для многих, особенно в деревне, это было непомерно дорого. После отмены акцизного налога в 1880 г. цена соли упала в два раза, а потребление выросло на 70 %.

Но одна и та же сумма при большом доходе составила бы малую долю бюджета, а при низком доходе - значительную. Поэтому эластичность спроса на один и тот же товар у потребителей с высоким доходом меньше, чем с низким.

3. Эластичность спроса ниже всего у тех товаров, которые, с *точки зрения потребителя*, являются необходимыми. Речь тут идет не только о хлебе. Для одного необходимыми товарами являются табак и алкоголь, для другого - марки и спичечные этикетки, для третьего - джинсы "Levi Strauss". Это дело вкуса.

Разновидностью данной закономерности является особенно низкая эластичность спроса на те товары, потребление которых (опять-таки с точки зрения потребителя) не может быть отложено. "Мне очень нужно" плюс "мне срочно нужно" - и покупатель становится сговорчивым. Пример: спрос на цветы 8 марта, 1 сентября и т.п.

Ранее мы разделяли эластичность на высокую и низкую, сравнивая ее абсолютное значение с единицей. Значение *η* = 1 интересно во многих отношениях. Одна из его особенностей обнаруживается при анализе зависимости от цены суммарных расходов потребителей *R(P) = PD(P)* на приобретение данного товара.

Формула (5) (см. МП, II) показывает, что *Ε*p[R] = *Ε*p[D] + 1. Это значит, что при *Ε*p[D] >-1 (т. е. при низкой эластичности, η < 1) затраты возрастают при увеличении цены, а при *Ε*p[D] < -1 (т. е. при высокой эластичности, *η* > 1) - убывают: резкая реакция покупателей на возрастание цены приводит к сокращению объема спроса более значительному, чем вызвавшее его повышение цены.

Таблица 2

Общие расходы при изменениях цен

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Εp[D]* | η | Характер спроса | *dR*/*dP* | Изменение общих расходов | |
| При уменьшении цены | При увеличении цены |
| *Εp[D]*< -1 | >1 | Эластичный | <0 | Возрастают | Уменьшаются |
| *Εp[D]*=1 | =1 | Единичная эластичность | 0 | Не изменяются | Не изменяются |
| *Εp[D]*> -1 | <1 | Неэластичный | >0 | Уменьшаются | Возрастают |

Постоянной эластичностью *n = 1* обладает степенная функция с показателем степени - 1 (см. МП, II, формула (9) и упражнение 3), т. е. обратная пропорциональность *D(P) = а / Р*. Непосредственно видно, что для такой функции спроса справедливо равенство

*R(P) = P·a/p = a* ,

т. е. суммарные расходы на приобретение товара не зависят от его цены.

Если эластичность спроса на товар - переменная величина, то суммарные расходы будут возрастающей функцией цены на участках с низкой эластичностью и убывающей - на участках с высокой эластичностью. Максимумам суммарных расходов (переходам от возрастания к убыванию) и минимумам (обратным переходам) соответствуют цены, при которых *η* = 1.

В качестве иллюстрации рассмотрим линейную функцию спроса (рис. 2,а).

Эта функция имеет постоянную производную, но ее эластичность изменяется во всем диапазоне возможных значений: когда цена стремится к нулю, эластичность также стремится к нулю, по мере приближения к цене *P0* эластичность стремится к бесконечности. В середине этого интервала, т. е. при *Р =P0 / 2*, выполняется равенство *η* = 1 (см. МП, II, упражнение 1), и суммарные расходы принимают наибольшее значение. На рис. 2,б представлен график функции суммарных расходов *R(P)* и показано положение максимума.

Читатель может самостоятельно в качестве упражнения представить функцию спроса в аналитической форме и после необходимых выкладок убедиться в том, что суммарные расходы будут максимальными в указанной на рисунке точке.

|  |
| --- |
| 50_7_f2 |
| **Рис. 2.** Линейная функция спроса (а) и функция суммарных расходов (б). |

До сих пор мы интересовались зависимостью объема спроса на определенный товар от цены на этот товар. В действительности же спрос зависит от многих факторов. В качестве важнейших из них можно выделить цены на другие товары и доходы потребителей. При анализе зависимости спроса от этих факторов также широко используется аппарат эластичности.

Мерой реакции спроса на данный товар на изменение цены некоторого другого товара служит *перекрестная* (или *взаимная*) *эластичность* спроса по цене. Для ее определения может быть использована уже знакомая нам формула (1), с тем лишь отличием, что объем спроса (*Q*) относится к одному товару, а цена (*Р*) - к другому.

Спрос на данный товар при увеличении цены на другой товар может и возрастать, и убывать - в зависимости от отношения потребителя к совместному использованию того и другого товара. Например, рост цены на бензин должен снижать спрос на автомобили;

в то же время повышение цены на хозяйственное мыло увеличивает спрос на стиральный порошок. Таким образом, перекрестная эластичность может быть и положительной, и отрицательной, и ее знак представляет не меньший интерес, чем абсолютная величина. Первый пример относился к взаимодополняемым товарам; для них характерна отрицательная перекрестная эластичность. Во втором примере речь идет о взаимозамещаемых товарах; здесь мы обычно сталкиваемся с положительной перекрестной эластичностью. Теперь обратимся к эластичности спроса по доходам. Ее можно определить аналогично эластичности спроса по цене:

|  |  |
| --- | --- |
| 50_7_e6, | (4) |

Здесь *Q* - объем спроса на определенный товар, *I* - доход потребителя, символ *δ*, как и раньше, обозначает относительные приращения. Такие зависимости обычно изучают путем сопоставления спроса в группах потребителей, каждая из которых более или менее однородна по уровню дохода.

Рост дохода увеличивает возможность совершения покупок, так что спрос на большинство товаров с увеличением дохода возрастает, и эластичность спроса по доходам оказывается положительной. Но по абсолютной величине эти эластичности могут резко различаться. Эластичность спроса на товары первой необходимости весьма мала, а на предметы роскоши - велика. Кроме того, существуют товары, которые при достаточно высоком уровне доходов вытесняются лучшими товарами-заменителями, и спрос на них при дальнейшем увеличении дохода падает. На этом участке эластичность оказывается отрицательной. Такие товары называют *низшими благами* (рис. 3).

|  |
| --- |
| 50_7_f3 |
| **Рис. 3.** Зависимости спроса (Q) от доходов (I).  1 - товары первой необходимости (*Ε*I <1); 2 - предметы роскоши (*Ε*I > 1); 3 - низшие блага (*Ε*I<0 при больших доходах). |

Итак, мы видим, что такой показатель, как эластичность спроса, служит весьма полезным инструментом выявления отношения потребителей к различным товарам. Но этот же инструмент может быть использован и для анализа предложения.

Эластичность предложения по цене

|  |  |
| --- | --- |
| 50_7_e7, | (5) |

определяется аналогично эластичности спроса, но здесь *Q* - объем предложения, связанный с ценой функцией *Q = S(P)* (рис. 4). Так как объем предложения - неубывающая функция цены, эластичность предложения в обычных случаях - неотрицательная величина. В лекции 6 отмечался различный характер функции предложения в различных периодах. Это различие находит свое отражение в эластичности:

а) для мгновенного предложения, когда продукт уже произведен, его количество является величиной постоянной, *Εp[S]* = 0;

б) в коротком периоде предложение может в некоторой степени приспособиться к изменяющейся цене и на значительной части кривой предложения *Εp[S] = 0* ; однако при этом возможности производства не безграничны, и по мере приближения к предельно возможному объему *Q\** (рис. 4) эластичность снижается, стремясь к нулю;

в) в длительном периоде возможности приспособления еще шире, а коэффициент эластичности больше, чем в среднем периоде. Ограниченность возможностей предложения при этом обычно не играет существенной роли.

|  |
| --- |
| 50_7_f4 |
| **Рис. 4.** Кривые предложения в различных периодах:мгновенном (IS), коротком (SS) и длительном (LS). |

# ЛЕКЦИЯ. Эластичность спроса и предложения

**Эластичность: общее понятие. Эластичность спроса по цене: понятие, измерение, виды, факторы. Точечная и дуговая эластичность.** Эластичность показывает на сколько процентов изменится одна переменная экономическая величина при изменении другой на 1%.

Эластичность спроса – это измеритель силы влияния какого-либо фактора н величину спроса. Основными видами эластичности спроса являются:

эластичность спроса по цене;

эластичность спроса по доходу;

перекрестная эластичность, то есть эластичность спроса по цене других товаров.

Эластичность спроса по цене – это степень изменения величины спроса в ответ на изменение рыночной цены на один процент.

Эластичность спроса по цене измеряется с помощью коэффициента эластичности. Измерять реакцию величины спроса на изменение цены простым отношением приращения спроса к приращению цены (DQd  : DP) нельзя. Одна из причин – масштаб цен. Если цены вырастут в 10 раз, то отношение DQd  : DP уменьшится в 10 раз. Аналогичным образом этот показатель будет зависеть от единицы измерения величины Q. Хотя на самом деле реакция спроса могла остаться той же самой. Для измерения отношений спроса в зависимости от изменения цены в экономической теории используют относительные приращения. Отсюда и использование двух методов расчета эластичности: точечная и дуговая эластичность.

Точечная эластичность применяется при малых приращениях (обычно до 5%) или в абстрактных задачах, где задаются непрерывные функции спроса:

R2-7-1_image002

В тех случаях, когда приращение величин превышает 5%, а также, если у нас недостаточно данных и удалось, например, замерить две более или менее близкие точки на кривой спроса, то применяют для расчета коэффициент дуговой эластичности:

R2-7-1_image003

Qd - покупаемое количество блага;

Р – цена этого блага.

Эластичность спроса по цене будет всегда отрицательной величиной, так как при увеличении цены величина спроса уменьшается (числитель и знаменатель коэффициента эластичности имеют разные знаки). Однако для экономистов важно абсолютное значение этого коэффициента - Edp, поэтому в начале формулы присутствует знак минус.

Эластичный спрос. Если Edp > 1., то спрос на товар является эластичным, то есть в значительной мере зависит от цены. Такая ситуация характерна для высококонкурентных рынков, когда покупатель легко может выбрать другого продавца с более низкой ценой. Например, спрос летом и осенью на овощи и фрукты или спрос на неквалифицированный труд. Продавца эта ситуация заставляет снижать цену, только так он может продать больше товара и увеличить выручку (сезонное снижение цен на сельскохозяйственные товары).

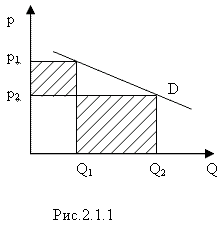
Неэластичный спрос. Если Edp < 1, то спрос на товар является неэластичным по цене, то есть при изменении цены величина спроса изменяется незначительно. Товарами и услугами, имеющими неэластичный спрос, являются, например, товары первой необходимости, большинство медицинских товаров и медицинских услуг, коммунальные услуги. Также чем меньше заменителей у товара, тем спрос на него менее эластичен.

Единичная эластичность. Если Edp = 1, то эластичность спроса по цене называется единичной. Угол наклона кривой предложения в этом случае равен 45 градусов.

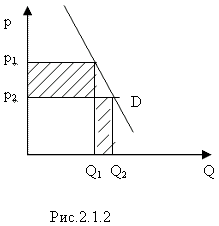
Абсолютная неэластичность. Если Edp = 0, то спрос совершенно неэластичен по цене. При изменении цены спрос на товар остается неизменным. Так, например, необходимость в жизненно важной хирургической операции не меняется в зависимости от цены на нее.

Абсолютная эластичность. Если Edp = ∞, то спрос совершенно эластичен по цене. Такая ситуация возможна, когда на рынке однородного товара цена устанавливается в результате взаимодействия множества продавцов и покупателей. При этом спрос на продукцию одного из продавцов можно считать совершенно эластичным: по этой цене он может продать любое количество товара, которое готов предложить. Таким образом, абсолютно эластичным предполагается спрос на рынке совершенной конкуренции, который будет рассмотрен в следующих темах.

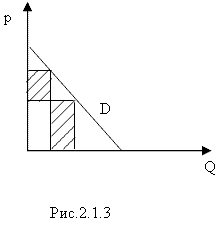
Графики эластичности спроса по цене.



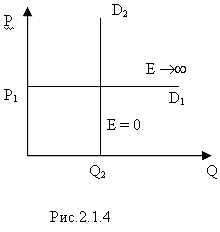
1. Edp > 1 – сильное изменение величины спроса по цене. Снижение цены с р1 до р2 вызывает значительное увеличение спроса с Q1 до Q2 ,а общая выручка РхQ возрастает.



2. Edp < 1 – слабое изменение величины спроса по цене. Снижение цены вызывает незначительный рост спроса, при этом общая выручка РхQ падает.



3. Edp = 1– единичная эластичность спроса по цене. Снижение цены в точности компенсируется соответствующим ростом величины спроса. Общая выручка остается неизменной.



4. На этом графике показаны крайние противоположные варианты: кривая спроса D1 показывает абсолютно эластичный спрос, кривая D2 – абсолютно неэластичный спрос.

На эластичность спроса по цене влияют следующие основные факторы:

1) Наличие товаров знаменателей: спрос на товар, имеющий близкие заменители, имеет тенденцию быть более эластичным.

2) Временные рамки, в пределах которых принимается решение о покупке: спрос на коротком промежутке времени менее эластичен, чем на длинном.

3) Значимость товара для потребителя: спрос на товары первой необходимости является малоэластичным.

4) Удельный вес товара в доходе потребителя: чем больший объем затрат в бюджете потребителя приходится на приобретение данного товара или услуги, тем выше будет эластичность спроса на него при прочих равных условиях.

**Взаимосвязь рынков. Перекрестная эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу.** Взаимосвязь рынков разных товаров и услуг носит универсальный характер. В самом простом случае, если потребители станут тратить больше денег на каком-либо одном рынке, то, значит, на другие рынки останется меньше денег. Существуют также и более тесные и конкретные взаимосвязи – это зависимость между рынками взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров.

Взаимодополняющими обычно являются сопутствующие друг другу товары, которые используются совместно. Механизм взаимодействия рынков взаимодополняющих товаров таков, что увеличение цены на один товар при неизменной кривой спроса приводит к падению величины спроса на этот товар и результате этого снижается спрос на взаимодополняющий товар (кривая спроса смещается влево) и, соответственно, снижается его цена.

Взаимозаменяемыми товарами являются такие, которые в той или иной мере удовлетворяют одну и ту же потребность. Снижение цены на один взаимозаменяемый товар при неизменной кривой спроса на него приводит к росту величины спроса на него и, соответственно, к уменьшению спроса (смещению кривой спроса влево) на товары-заменители. В результате снижается цены товаров-заменителей.

Однако возможна и другая ситуация: если цена исходного товара меняется за счет сдвига самой кривой спроса. Если, к примеру, спрос на исходный товар вырос, то цена на него также должна увеличиться. Но в этом случае спрос на взаимодополняющие товары также вырастет, а на взаимозаменяемые снизится.

Таким образом, спрос на некоторые товары испытывает влияние динамики цен на другие товары и измерить значимость этого взаимного влияния позволяет расчет перекрестной эластичности спроса.

Перекрестная эластичность спроса по цене – это процентное изменение величины спроса на один товар при изменении цены другого товара.

R2-7-2_image001

1.      Если х и у – независимые товары, то ЕР у = 0;

2.      Если х и у – взаимозаменяемые товары, то ЕР у > 0;

3.      Если х и у – взаимодополняющие товары, то ЕР у < 0.

Эластичость спроса по доходу – это процентное изменение величины спроса, вызванное увеличением дохода.

R2-7-3_image001

Эластичность спроса по доходу существенно зависит от качественной характеристики товара:

-         Если EdI > 0, то товар относится к категории «нормального или качественного» товара;

-         Если EdI < 0, то речь идет о неполноценных благах;

-         EdI = 0 – для нейтральных товаров.

Эластичность спроса по доходу для нормальных товаров зависит от степени значимости товара для потребителя:

-         для товаров первой необходимости значение эластичности меньше единицы, то есть 0 < EdI < 1;

-         для товаров второй необходимости или повседневного спроса - EdI = 1;

-         для товаров длительного пользования и предметов роскоши EdI > 1.

**Эластичность предложения: понятие, измерение, факторы. Три периода эластичности предложения во времени.** Так же как и спрос, предложение описывается эластичностью, показывающей силу влияния какого-либо фактора на величину предложения. Чаще всего применяется эластичность предложения по цене (также как и со спросом: точечная и дуговая). Расчет коэффициентов эластичности предложения аналогичен формулам эластичности спроса, только без знака минус, так как при увеличении цены предложение увеличивается.

Эластичность предложения по цене – это процентное измерение величины предложения товара в ответ на однопроцентное изменение его цены.

R2-7-3_image002

Также как и спрос предложение может быть эластичным и неэластичным. Реакция предложения на изменение цены может быть:

а) сильная – 1 < Esp < 1- предложение эластично (рис. 2.3.1);

б) слабая - 0 < Esp < 1 – предложение неэластично (рис. 2.3.2);

в) единичная реакция предложения по цене - Esp = 1 (рис. 2.3.3).



Возможны два крайних случая:

1.      Esp = 0 – предложение абсолютно неэластично по цене. Кривая предложения строго вертикальна.

2.      Esp =  - предложение абсолютно эластично по цене. Кривая предложения строго горизонтальна.

Основными факторами, влияющими на эластичность предложения по цене, являются:

1.      наличие избыточных мощностей;

2.      наличие запасов товара у продавцов;

3.      мобильность ресурсов, то есть способность нарастить объемы производства;

4.      время.

В отличие от спроса, при анализе динамики предложения существенную роль играет фактор времени. Если спрос в зависимости от цен, доходов и других факторов меняется, как правило, достаточно быстро, то для существенного изменения предложения требуется привлечение значительных ресурсов и реорганизация производства.

Со времен А. Маршала при оценке эластичности предложения рассматриваются три временных периода – кратчайший (или мгновенный) период, краткосрочный и долгосрочный.

В условиях кратчайшего периода не удается изменить предложение, несмотря на изменение цен, потому что по определению кратчайшего периода факторы производства в течение этого периода неизменны. Таким образом, предложение совершенно неэластично Esp = 0. Следует отметить, что для разных товаров возможность увеличить производство и, соответственно, длительность кратчайшего периода может варьироваться в довольно широких пределах.

В условиях краткосрочного периода хотя бы один фактор производства остается неизменным. Поэтому в этот период возможности изменения производства ограничены. Как правило, в краткосрочном периоде считают неизменными технологию и оборудование, а материальные и трудовые ресурсы рассматриваются в качестве переменных.

Долгосрочный период позволяет все факторы рассматривать как переменные. Он предполагает изменение производственных мощностей фирмы, а также изменение количества фирм в отрасли. Возможно, также и изменение технологии производства, которое позволит существенно повысить производство товара. Поэтому в долгосрочном периоде эластичность предложения выше, чем в двух предыдущих случаях.

***Практическое использование концепции эластичности спроса и предложения***

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

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

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

**Теория эластичности и налоговая политика государства .** Другое применение теория эластичности находит при определении налоговой политики государства.

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

Разрабатывая  налоговую  политику,  руководители  государства  должны решать ряд проблем.

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

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

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

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

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

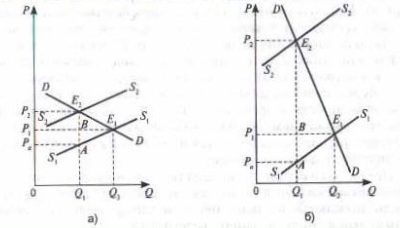
Предположим,  что  правительство  приняло  решение  о  введении косвенного  налога  на  велосипеды. Допустим,  что  велосипеды  продаются  по цене 100  р.  и  что  устанавливается  косвенный  налог 10  р.  с  одного велосипеда.

Рассмотрим, каковы будут последствия введения этого налога.

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

Последствия  введения  косвенного  налога  при  эластичном  спросе показаны  на  рис. 4-9,  а.  Точка  пересечения  кривой  спроса  DD  и  кривой предложения S1S1 — E1,. Эта точка показывает, что при выпуске товара Q1 и цене  Р1  на  рынке  устанавливается  равновесие  спроса  и  предложения. Введение  косвенного  налога  вызовет  повышение  цены  и  сокращение объема  спроса,  что  приведет  к  сдвигу  кривой S1S1и  установлению  нового равновесия спроса и предложения в точке E2 — точке пересечения кривой DD   
и нового положения кривой S2S2.

Рисунок 4-9,  а,  показывает,  что  для  покупателя  расходы  на  велосипед повысились с уровня цены Р1 до цены Р2 в, следовательно, отрезок Р1Р2 — сумма косвенного  налога  с  единицы  продукции,  оплачиваемая  покупателем. Производитель,  который  повысил  цену  до  Р2,  выплачивает  косвенный  налог, выраженный  на  графике  отрезком  АЕ2.  Но  так  как  часть  этого  налога производители  переложили  на  покупателей путем  повышения  цены,  то  для  них введение  косвенного  налога  равносильно  снижению  цены  до  уровня  Р2,  т.  е. косвенный налог, выплаченный производителями, равен отрезку РаР1 или отрезку ВА.



Заметим,  что  площадь  прямоугольника  АРаР1В  показывает  сумму косвенных  налогов,  которые  поступили  в  государственный  бюджет  за  счет доходов  производителей,  а  площадь  прямоугольника  ВР1Р2E2 —  сумму косвенных налогов, которые производители переложили на покупателей.

Как  повлияло  бы  повышение  эластичности  спроса  на  распределение косвенного налога? Для того чтобы ответить на этот вопрос, достаточно провести кривую DD,  которая  имела  бы  угол  наклона  по  отношению  к  оси  абсцисс меньший, чем угол наклона кривой спроса на рис. 4-9, а. В этом случае отрезок Р1Р2  оказался  бы меньше,  а  отрезок  Р1Р2  остался  бы  прежним. Это  показывает, что  чем  выше  эластичность  спроса,  тем  меньше  доля  покупателей  в  оплате косвенного налога и тем больше доля производителей.

Если  мы  обратимся  к  случаю,  когда  спрос  на  товар  неэластичен,  то увидим, что введение косвенного налога окажется тем бременем, которое ляжет преимущественно  на  покупателей.  На  рисунке 4-9, 6,  общая  величина  налога определяется  прямоугольником  АРаР2Е2.  Мы  видим,  что  его  площадь  больше, чем площадь прямоугольника АРаР2Е2 на рис. 4-9, а. Следовательно, абсолютный размер  налога  при  неэластичном  спросе  будет  выше,  чем  при  эластичном. Площадь  прямоугольника  АРаР1В  показывает  сумму  налога,  уплачиваемую производителем,  а  прямоугольник  ВР1Р2Е2 —  сумму  налога,  которую  платит покупатель, и она значительно превосходит первую. Здесь отрезок Р1Р2 (или ВЕ2) показывает  величину  налога,  оплачиваемого  покупателем,  в  единице  товара,  а отрезок РаР1 (или  АВ) - производителем этого товара.

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

# ЛЕКЦИЯ. Теория потребительского поведения

**Свобода выбора и суверенитет.** Почему же мы начинаем обстоятельное изложение экономической теории с изучения поведения потребителя, а не поведения производителя? Ведь именно могучие производители - металлургические комбинаты и угольные шахты, атомные электростанции и кораблестроительные верфи - являются, как может показаться на первый взгляд, "главными действующими лицами" в экономике. Разве может отдельный потребитель оказать какое-то влияние на поведение этих гигантов?

Но присмотримся внимательнее к поведению производителей: каким образом, откуда они получают указание о том, какие товары и в каких количествах производить. Как мы знаем, для производителя, работающего в условиях рыночной экономики, целью является получение прибыли. В этих условиях допустимо производство лишь такого товара, который может быть продан на рынке по цене, превышающей затраты на производство этого товара. Здесь-то и происходит апелляция производителя к потребителю как к "высшей и последней инстанции", оценивающей работу производителя. Отдал потребитель за товар свои кровные денежки, да причем столько, чтобы покрыть затраты, - производитель получает прибыль и деятельность его признается успешной. Не купил потребитель предлагаемый товар - производитель разоряется и, значит, он лишь попусту переводил ресурсы.

Конечно, отдельный потребитель, как правило, не столь силен, чтобы вынести приговор производителю. Этот приговор (будь то оправдательный или обвинительный) - общее решение потребителей. Однако для вынесения приговора потребители не собираются вместе, заслушивая прокурора и адвоката. Каждый из потребителей принимает *личное, самостоятельное* решение, а в подтверждение ответственности этого решения отдает производителю за понравившийся товар некоторое количество "голосов" (рублей, долларов и т. д.). Собрав все попавшие к нему голоса, производитель может сам увидеть, насколько его деятельность признается успешной и каким образом ему следует вести себя в дальнейшем.

Сказанное выше, конечно же, относится не только к производителям потребительских товаров, но в равной мере и к производителям сырья и средств производства. Ведь производство нефти или, например, карусельных станков не может являться самоцелью. Функции этих продуктов сводятся в конечном счете к возможности их применения для производства товаров, удовлетворяющих запросы потребителя и, следовательно, имеющих шанс быть проданными ему. Таким образом, нефтяные промыслы и станкостроительные заводы приводятся в движение чьими-то желаниями послушать музыку, припудрить нос или выпить чашку горячего кофе.

По этой причине экономисты говорят *о суверенитете потребителя* (от *фр*. souverain - носитель верховной власти). Суверенитет потребителя состоит в его способности воздействовать на производителя описанным выше способом.

Необходимым условием суверенитета потребителя является *свобода потребительского выбора*. В действительности, однако, такая свобода существует далеко не всегда. Ограничения свободы выбора могут быть весьма различны по масштабам и формам - от введения карточной системы (т. е. нормирования потребления некоторых, а иногда даже всех товаров) до законодательного запрещения производства и потребления каких-либо товаров. Мотивы этих ограничений также могут быть различны: чрезвычайные обстоятельства (война, голод, стихийное бедствие и т. д.); желание уберечь потребителя от "плохого" с точки зрения общества товара (наркотиков, алкоголя, табака) и предоставить потребителю больше "хорошего" товара (театров, музыки, книг), чем он выбрал бы самостоятельно; стремление обеспечить людям равенство в потреблении, чтобы добиться гармонии в отношениях и "всеобщего счастья".

Вообще говоря, свобода в той или иной степени ограничивается в любом обществе (так, везде запрещены производство и продажа наркотиков). Не дело экономистов советовать обществу, что такое "хорошо" и что такое "плохо". Однако экономисты должны предупредить общество, что ограничение свободы выбора - весьма опасное оружие, которым нужно пользоваться очень осторожно, полностью отдавая себе отчет о неизбежных последствиях его применения.

Такое ограничение оправдано лишь как временное средство в чрезвычайных ситуациях или как вынужденная мера по защите от очевидного (с точки зрения общества) зла. В том же случае, когда ограничение свободы выбора является составной частью претворения на практике основанных на благих намерениях уравнительных теорий, следует задуматься о том, что результатом этого ограничения явится разрыв связи потребителя и производителя. Потребитель уже не сможет сигнализировать производителю свое отношение к продукту и передать производителю ту сумму денежных средств, которую сочтет нужной. Производитель в свою очередь не сможет расширить производство тех продуктов за которые проголосовал бы потребитель (и сократить производство других продуктов). Все решения о производстве будут приниматься административными органами, исходя из их представлений, что нужно и что не нужно производить. Таким образом, одних продуктов будет производиться больше, чем того хотели бы потребители, а других - меньше. Потребители, вероятно, окажутся менее удовлетворенными продуктами такого производства, чем в том случае, когда им было бы позволено, осуществляя свой суверенитет, самим влиять на производственные планы. Результатом ограничения свободы выбора будет структурный кризис в экономике и производство ради производства.

Отметим, однако, что свобода потребительского выбора еще не гарантирует суверенитета потребителя. Этот суверенитет может быть ограничен и другими способами. Рассмотрим советскую экономику 70-х. Потребитель в значительной мере мог пользоваться свободой выбора. Однако существенного влияния на производителя потребитель все же не оказывал, поскольку производственные программы определялись не потребностями рынка, а указаниями вышестоящих органов. Даже если потребитель и покупал товар втридорога на черном рынке, то производитель, зная об этом результате "голосования" потребителя, не мог воспользоваться плодами этого голосования, т.е. взять деньги у потребителя и приобрести на эти деньги дополнительные ресурсы и расширить производство.

Другим способом ограничения суверенитета является потоварный налог: если вы заплатили за товар 1000 руб., из которых производителю достались 500 руб., а остальные пятьсот рублей ушли в казну, то и в этом случае производитель не может пустить ваши деньги на увеличение объема производства. К подобному же результату приводит механизм дотаций производителю - производство сохраняется на прежнем уровне или даже расширяется, но не на деньги потребителя, а значит, не по его указанию.

**Рациональность.** Итак, мы обсудили понятие суверенитета потребителя. Теперь понятно, почему нужно изучать поведение потребителя. Присмотримся же к этому поведению повнимательнее: почему потребитель покупает некоторые товары? Очевидно, эти товары удовлетворяют какие-то его потребности. Да, но почему из всех товаров он покупает именно эти товары и притом именно в таких количествах? Экономисты полагают, что потребитель выбирает некоторый "лучший" набор товаров из тех, что можно приобрести на его доход. "Лучший"? Но в каком смысле? Как можно сравнивать разные товары? Что, например, "лучше" - бутерброд с колбасой, булочка с изюмом, яблоко или чашка бульона? Понятно, что общего, универсального ответа на этот вопрос быть просто не может. Ответ зависит от обстоятельств и от вкусов выбирающего.

Заметим, что разные люди, имея одинаковый доход, тратят этот доход по-разному. Представьте, что у вас на руках миллион и подумайте, как бы вы свой миллион истратили. Предложите теперь этот вопрос вашим друзьям и знакомым - наверняка узнаете много интересного.

Так может ли потребитель в этих условиях выбрать какой-то лучший набор товаров? Экономическая теория предполагает, что может. Потребитель .выбирает лучший *со своей точки зрения* набор товаров. Экономисты исходят из того, что не существует некой объективной шкалы, позволяющей определять, какой товар "лучше", а какой - "хуже". Но экономисты предполагают, что каждый потребитель имеет свою субъективную шкалу предпочтений, т.е. знает, что ему нравится больше, а что меньше. Причем потребитель стремится выбрать наиболее предпочтительный для себя набор товаров (конечно, в пределах своего дохода).

Это предположение носит название *гипотезы о* *рациональности потребителя*. Слово "рациональность" в названии гипотезы не следует толковать в том смысле, что человек, истративший всю зарплату на букет цветов любимому актеру, "нерационален", а его коллега, отложивший половину зарплаты на черный день, "рационален". С точки зрения экономиста, поведение и того, и другого является рациональным, если они только действительно выбрали самые предпочтительные для себя варианты. Экономист не оценивает шкалу предпочтений потребителя; для экономиста важно лишь то, что такая шкала существует и потребитель стремится получить на свои деньги максимум удовлетворения. Если мы назовем это удовлетворение словом "полезность", то гипотеза о рациональном поведении может быть сформулирована следующим образом: потребитель ведет себя так, чтобы максимизировать полезность при ограниченном доходе.

Трудно переоценить значение гипотезы о рациональности потребителя для экономической науки. Ведь именно на основе этой гипотезы удалось построить последовательную и непротиворечивую теорию потребления, которая и будет рассмотрена в настоящем выпуске.

Споры о реалистичности рассматриваемой гипотезы ведутся и по сей день. Действительно, в состоянии ли человек, подобно электронно-вычислительной машине, мгновенно сравнивать множество вариантов и выбирать самый предпочтительный из всех предлагаемых современной цивилизацией (да еще зачастую в условиях неполноты информации)? Не поддается данная гипотеза и экспериментальной проверке: ведь если человек следует в выборе своей индивидуальной системе предпочтений, то сторонний наблюдатель не может оценить рациональность этого выбора.

Представляется все же, что гипотеза о рациональности верно отражает главное содержание потребительского выбора - желание израсходовать свои деньги самым эффективным способом. Идеального рационального потребителя называют *экономическим человеком* (Homo oeconomicus). Как писал известный французский экономист и историк экономической науки Ш. Жид, "Homo oeconomicus - это скелет, но это тот скелет, который позволяет экономической науке ходить".

**Общая и предельная полезность.** Рассмотрим пример. Предположим, что наш потребитель способен измерить в некоторых условных единицах полезность, или удовлетворение, от потребления определенного количества сахара в неделю. При этом сахар он может употреблять различным образом:

*А* - добавляя в чай; *В* - для выпечки торта или печенья; *С* - для приготовления варенья из ягод и фруктов; *D* - подслащивания для творога со сметаной.

Результаты его "измерений" сведены в таблицу.

*Общая и предельная полезность сахара*

|  |  |
| --- | --- |
| Объем потребленя,г/нед. | Виды использования |
| A | B | C | D |
| MU | TU | MU | TU | MU | TU | MU | TU |
| 100 200 300 400 500 600 | 10 8 6 4 2 0 | 10 18 24 28 30 30 | 8 6 4 2 0 - | 8 14 18 20 20 - | 6 4 2 0 - - | 6 10 12 12 - - | 4 2 0 - - - | 4 6 6 - - - |

Измеримость полезности предполагает, что потребитель может измерить полезность любой дополнительной единицы сахара (в нашем примере - 100 г в неделю). Полезность, которую потребитель извлекает из дополнительной единицы блага, называют *предельной полезностью* (MU). В свою очередь сумма предельных полезностей дает *общую полезность* (TU) некоторого количества сахара. Так, в нашем примере общая полезность 300 г сахара в неделю, если они полностью растворяются в чае, будет складываться из трех предельных полезностей (24 = 10 + 8 + 6).

Теперь рассмотрим, какие правила положены в основу составления таблицы.

**Правило 1**. *Предельная полезность "по вертикали" везде падает.* Иначе говоря, как бы ни использовал потребитель сахар, очередная дополнительная порция всегда принесет меньше полезности, чем предыдущая. Таким образом, вторая ложка сахара, брошенная в стакан чая, придаст ему меньше "дополнительного" вкуса, чем первая. Утверждение, что *предельная полезность убывает с увеличением общего объема блага, которым располагает потребитель*, называют законом *убывающей предельной полезности*. Кавычки выражают гипотетический характер этого закона, его аксиоматическую сущность. Хотя иногда в качестве доказательства или обоснования этого закона используют психофизиологические свойства человека. Например, дополнительное увеличение освещенности будет тем меньше восприниматься органами зрения, чем больше общая освещенность; способность мышц оценить дополнительную нагрузку тем меньше, чем больше общая нагрузка, и т. д.

**Правило 2**. *Предельная полезность "по горизонтали" также падает*. Смысл принятого нами порядка в следующем: потребности, удовлетворяемые человеком при использовании некоторого блага, в данном случае сахара, имеют для него различную значимость и их можно упорядочить по мере ее убывания (от *А* к *D*). Таким образом, потребитель переходит от удовлетворения более настоятельных потребностей к удовлетворению менее настоятельных.

Наш следующий шаг заключается в том, чтобы связать общую и предельную полезность с поведением потребителя. Для этого сформулируем цель, к которой стремится рациональный потребитель, или, иными словами, критерий рациональности его поведения: *потребитель стремится к достижению максимума общей полезности*.

Вернемся теперь к таблице и посмотрим, как должен выбирать потребитель, чтобы получить наибольшую общую полезность. Предположим, что потребитель располагает только 100 г сахара в неделю. Ясно, что все они будут положены в чай. Допустим, что он получил возможность расходовать еще 200 г. Наибольшее увеличение общей полезности будет при использовании дополнительных 100 г для подслащивания чая и еще 100 г для выпечки торта. Общая полезность 300 г в неделю будет равна 26 единицам (10 + 8 + 8). Следующие 300 г можно с одинаковым успехом использовать для целей *А, В* и *С*. При этом общая полезность 600 г будет равна 44 (26 + 6 + 6 + 6). Как видим, предельная полезность играет роль путеводителя, указывающего наилучший "маршрут" использования блага: дополнительная порция сахара используется там, где она приносит наибольшую предельную полезность.

Ранее мы рассмотрели модель потребительского выбора, основанную на законе убывающей предельной полезности при условии, что потребитель стремится к максимуму общей полезности.

В данном разделе наша задача - провести связь между предельной полезностью и индивидуальным спросом.

В нашем примере потребитель измерял полезность в условных единицах. В обыденной жизни мы в конечном счете оцениваем полезность в денежных единицах. В этом случае мы будем считать общей, или предельной, полезностью блага максимальную сумму денег, которую мы готовы отдать соответственно за некоторое количество блага или его дополнительную единицу. Таким образом, если мы согласны отдать за дополнительные 100 г сахара 6 руб., то эта сумма и будет выражать предельную полезность.

В таблице можно заменить условные единицы денежными, если принять, что 1 усл. ед. = 1 руб.

Выражение предельной полезности в денежных единицах дает возможность потребителю сопоставить ее с ценой товара. Предположим, что цена сахара равна 10 руб. за 100 г. Тогда потребитель ограничится покупкой 100 г, поскольку при покупке еще 100 г он уже получит субъективный "убыток" в 2 руб. (8-10), в то время как потребление первой порции не принесет ни "убытка", ни "прибыли" (10-10).

|  |  |
| --- | --- |
| Цена (*Р*),руб./100 г | Объем спроса (*Q*),г/нед. |
| 10 8 6 4 2 | 100 300 600 1000 1400 |

Полагая последовательно цену равной 8, 6, 4 и 2 руб., можно определить, какое максимальное количество согласится купить наш потребитель: Но это и есть не что иное, как функция спроса от цены, представленная в табличной форме.

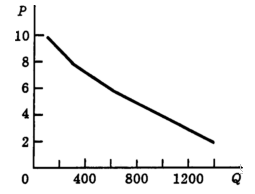


Рис. 1. График индивидуального спроса

По этим данным построим кривую спроса потребителя (рис. 1). Кривая индивидуального спроса имеет отрицательный наклон. Следовательно, покупатель выражает желание увеличить объем спроса только при снижении цены. Закон убывающей предельной полезности превращается в закон индивидуального спроса, который формулируется следующим образом: *при прочих равных условиях объем спроса увеличивается (уменьшается) с уменьшением (увеличением) цены товара.*

**Законы Госсена.** В 1854 г. в книжных лавках Германии появилась книга с длинным названием "Развитие законов общественного обмена и вытекающих отсюда правил человеческой деятельности". Ее автором был Герман Генрих Госсен. Книга была написана тяжелым языком, переполнена многочисленными формулами и утомительными примерами. Произведение Госсена долго не раскупалось, и в 1858 г. огорченный неудачей автор почти полностью изъял из обращения тираж и уничтожил его. Лишь спустя четверть века, после того как увидели свет работы У. Джевонса, К. Менгера и Л. Вальраса, она получила широкую известность. В 1878 г. после четырехлетних поисков экземпляр книги Госсена был найден в библиотеке Британского музея другом У. Джевонса профессором Адамсом. В 1889 и 1927 гг. книга Госсена была вновь переиздана.

Работа Госсена открыла новое направление экономической мысли, и автор это хорошо осознавал. В сокровищницу экономической мысли вошли два постулата, которые впоследствии, по инициативе Ф. Визера и В. Лексиса, стали называться первым и вторым законами Госсена. Посредством этих законов Госсен описал правила рационального поведения субъекта, стремящегося извлечь максимум полезности из своей хозяйственной деятельности.

Первый вопрос, возникающий при решении данной задачи, - чем определяется величина полезности? Госсен обратил внимание на то, что полезность зависит не только от потребительских свойств блага, но и от процесса его потребления. Смысл первого закона Госсена выражается в двух положениях, сформулированных автором:

- в одном непрерывном акте потребления полезность последующей единицы потребляемого блага убывает;

- при повторном акте потребления полезность каждой единицы блага уменьшается по сравнению с ее полезностью при первоначальном потреблении.

Наглядно суть этих положений представлена на рис. 2.

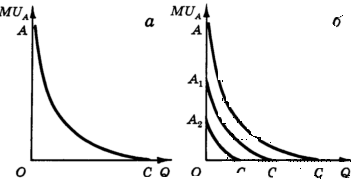


Рис. 2. Убывание полезности в одном непрерывном акте потребления (*а*) и при повторных актах потребления (*б*).

Откладывая по оси абсцисс единицы какого-нибудь блага, а по оси ординат их полезности, нетрудно построить кривую *АС* (рис. 2а), которая и будет выражать убывание полезности в течении одного акта потребления. Кривые *АС*, *А*1*С*1, *А*2*С*2 (рис. 2,*б*) будут соответственно выражать убывание полезности единиц блага в последующих актах потребления.

На этом основании Госсен делает вывод: "Единичные атомы одного и того же потребительского блага имеют очень различную ценность".

Значение первого закона Госсена для экономической науки состоит, во-первых, в том, что он позволяет различать общую полезность некоторого запаса блага и *предельную* полезность данного блага. Благодаря этому получил разрешение давно мучивший экономистов вопрос: почему "практически бесполезный" алмаз дороже одного из "наиболее полезных" благ - воды?

Во-вторых, постулат об убывании предельной полезности блага является необходимым условием достижения экономическим субъектом состояния равновесия, т.е. такого состояния, при котором он извлекает максимум полезности из имеющихся в его распоряжении ресурсов.

Достигнуть состояния равновесия субъект сможет в том случае, если будет руководствоваться вторым законом Госсена, который в формулировке автора звучит так: "Индивид, обладающий свободой выбора между некоторым числом разных видов потребления, но не имеющий достаточно времени использовать все их сполна, в целях достижения максимума своего наслаждения, как бы различна ни была абсолютная величина отдельных наслаждений, должен, прежде чем использовать полностью наибольшее из них, использовать все их частично, и притом в таком соотношении, чтобы размер каждого наслаждения в момент прекращения его использования у всех видов потребления оставался равным". Современным языком этот закон можно сформулировать следующим образом: чтобы получить максимум полезности от потребления заданного набора благ за ограниченный период времени, нужно каждое из них потребить в таких количествах, при которых предельная полезность всех потребляемых благ будет равна одной и той же величине. Если такого равенства нет, то за счет перераспределения времени, выделенного на потребление отдельных благ, можно увеличить общую полезность.

Рекомендацию Госсена по оптимизации на примере двух благ мы можем представить графически (рис. 3).

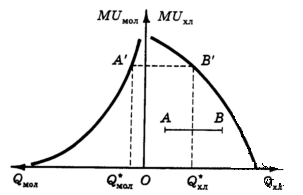
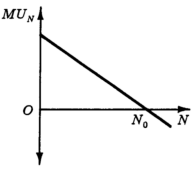


Рис. 3. Графическая иллюстрация закона Госсена. Взаимосвязь между предельной полезностью хлеба и молока.

В первом квадранте изображен график предельной полезности хлеба, во втором - молока. При этом единицы измерения натуральных количеств обоих продуктов выбраны таким образом, чтобы в единицу времени можно было потребить либо единицу хлеба, либо единицу молока. Отрезок *АВ* представляет количество времени, которым располагает субъект для потребления выбранных продуктов питания. Чтобы определить равновесную структуру потребления, потребителю достаточно поднять "планку" *АВ* (сохраняя ее горизонтальное положение) до "упора", чтобы она заняла положение *A`B`*. Проекции точек "упора" на ось абсцисс укажут искомый набор потребляемых благ: *Q*хл\*, *Q*мол\*.

  
Рис. 4. Убывание предельной полезности труда.

Госсен применяет свой инструментарий для исследования поведения экономических субъектов не только при формировании их потребительских планов, но и при планировании производства благ. Труд Госсен рассматривает в качестве особого блага, полезность которого изменяется в полном соответствии с первым законом. Но в отличие от обычных благ предельная полезность труда может достигать отрицательных значений. "Всякое движение, - пишет Госсен, - после того как мы в течение долгого времени отдыхали, доставляет нам вначале наслаждение. При продолжении своем наслаждение это подчиняется вышеизложенному закону падения. Если же, продолжаясь, оно упало до нуля, то при этом не только прекращается наслаждение, но необходимость продолжения затраты собственной силы доставляет ощущение, обратное наслаждению". На рис. 4 *N*0 часов работы - "в радость", дальнейшее же продолжение труда - "в тягость". При определении оптимального соотношения между свободным и рабочим временем Госсен рекомендует придерживаться следующего правила: "Для того чтобы достигнуть в жизни наибольшего наслаждения, человек должен распределить свое время и силы при достижении различного рода наслаждения таким образом, чтобы ценность предельного атома каждого получаемого наслаждения равнялась бы усталости, которую он претерпел, если бы он достиг этого атома в последний момент затраты своей энергии". Иллюстрирует это правило рис. 5, где по оси абсцисс откладывается количество единиц хлеба (за единицу берется такое количество хлеба, которое можно произвести за единицу времени), а по оси ординат - предельная полезность хлеба (верхняя часть) и предельная полезность труда (нижняя часть). Отрезок *CD* одновременно представляет предельную полезность хлеба и предельную тягость труда: значит, оптимальный объем производства хлеба равен *Q*хл\*.

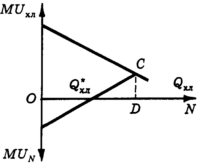


Рис. 5. Взаимосвязь между предельной полезностью хлеба и труда.

Методология, использованная Госсеном при описании поведения экономических субъектов, вошла в экономическую науку в качестве классической логики принятия решений, на основе которой объясняются действия агентов рыночного хозяйства.

**Проблема потребительского выбора.** Теория спроса, должна в конечном счете дать ответ на следующие важнейшие вопросы: *сколько* единиц каждого товара будет закупать потребитель при тех или иных условиях (данном доходе и данных ценах) и *как* будет изменяться объем закупок потребителя при изменении этих условий (дохода и цен)? Мы предположили ранее, что суверенный потребитель самостоятельно принимает решения о том, что покупать, а что нет. Следовательно, чтобы ответить на поставленные выше вопросы, экономисты должны вначале обратиться к поведению потребителя и описать каким-то образом механизм *потребительского выбора*.

Вообще говоря, каждый из нас постоянно и ежедневно сталкивается с множеством самых различных, связанных с выбором ситуаций (причем не только в области потребления) от относительно простых (как провести свободный вечер? каким способом добраться до работы? брать ли на улицу зонтик? и т. д.) до значительно более сложных. Самым сложным посвящена немалая часть шедевров мировой художественной литературы:

*Быть или не быть, вот в чем вопрос.*

*Достойно ли смиряться под ударами судьбы*

*Иль надо оказать сопротивленье*

*И в смертной схватке с целым морем бед*

*Покончить с ними?*

*В. Шекспир*

Конечно, часто выбор является нелегкой задачей это мы знаем и из литературы (вспомним судьбу литературного героя, чей монолог мы цитировали выше), и из собственного опыта. Но все же немногие, наверное, согласились бы добровольно отказаться от права выбора, уступив это право кому-либо другому. Попробуем теперь обобщить наши представления о ситуациях выбора с тем, чтобы выявить в них некоторые общие элементы и составить формальное описание (модель) ситуаций такого рода.

Во-первых, ситуация выбора предполагает, что есть *из чего выбирать,* или, иными словами, имеются несколько (по крайней мере два) возможных вариантов выбора. Вариантов выбора может быть очень много, однако лишь в сказках, когда добрый волшебник предлагает герою исполнение любого желания, возможности выбора могут быть безграничны. В действительности наши возможности всегда ограничены тем или иным образом, а следовательно, ограничено и множество доступных вариантов выбора. Так, для человека, выбирающего профессию, отсутствие слуха делает недоступной профессию музыканта, а слабое зрение профессию шофера. Если у вас в распоряжении три часа свободного времени, то имей вы хоть миллиард долларов в кармане, вам все равно не удастся совершить кругосветное путешествие.

Очевидно, что и в потребительском выборе множество доступных потребителю наборов благ ограничено доходом потребителя и ценами благ.

Во-вторых, ситуация выбора подразумевает, что из всего множества доступных вариантов необходимо выбрать какой-либо *один вариант*, тем самым отвергнув остальные. Задача эта, как мы отмечали, в общем нелегка и в принципе может быть решена двумя способами: либо выбирающий, имея в голове некий *критерий выбора*, сравнивает все доступные альтернативные варианты и выбирает вариант, самый предпочтительный по этому критерию; либо он, не имея критерия выбора или не будучи способен сравнить доступные варианты, вынужден совершить выбор каким-либо случайным образом (бросить монетку или ткнуть пальцем в карту, чтобы решить, куда поехать в отпуск). Так каким же способом принимает решения потребитель? Призовем на помощь наш опыт, а заодно вспомним аксиому рациональности потребителя, которая как раз и предполагает, что потребитель знает, чего хочет, может сравнивать доступные ему наборы благ и выбирает из них некоторый наиболее предпочтительный (самый "лучший") набор. Как же поведет себя потребитель, если окажется, что среди доступных ему наборов имеется не один, а два или еще больше "наилучших" и все они для него равноценны? Реальный потребитель в конце концов выберет какой-то один под влиянием трудно учитываемых мелочей, и не окажется в положении Буриданова осла. Как мы увидим дальше, допущения о потребительских предпочтениях, которыми оперирует теория, позволяют исключить подобные ситуации.

Итак, потребитель выбирает самый предпочтительный для себя набор благ из всего множества доступных ему наборов (которое определяется доходом потребителя и ценами благ). Предположим теперь, что вкусы потребителя остались неизменными, но при этом изменились границы множества доступных наборов (т. е. изменились цены или доход). Что произойдет в этом случае? Каким образом изменится выбор потребителя? Ответив на этот вопрос, мы сможем объяснить характер зависимости объема спроса от цены товара и от располагаемого дохода.

В заключение попробуем сформулировать задачи, которые стоят перед экономической теорией поведения потребителя (в том порядке, в каком они будут рассматриваться далее).

1. Описать систему предпочтений потребителя.

2. Описать множество доступных потребителю наборов благ.

3. Описать механизм потребительского выбора и свойства лучшего из доступных наборов (при этом желательно, чтобы такой набор оказался единственным).

4. Выяснить, как изменяется выбор потребителя при изменении множества доступных наборов.

**Полезность и предпочтения. Количественная и порядковая теории полезности.** Экономисты XIX в. (У. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас) предположили, что потребитель способен оценивать потребляемые им блага с точки зрения величины полезности, приносимой этими благами, причем целью потребителя является максимизация полезности. Полезность это не объективное свойство благ, а субъективное отношение людей к благам (величину полезности может определить только сам потребитель, а полезность одного и того же блага для разных людей различна). Приведем для иллюстрации этой мысли еще одну цитату из классики: "...сами по себе вещи не бывают ни хорошими, ни дурными, а только в нашей оценке" (В. Шекспир).

Даже полезность одинаковых порций одного и того же блага для потребителя может быть различной. В предыдущей лекции мы рассматривали полезность, извлекаемую потребителем из потребления некоторого отдельно взятого блага. Полезность от потребления этого блага (например, воды) зависит, по нашему предположению, лишь от количества потребляемых единиц данного блага (стаканов или глотков воды). Это утверждение можно записать следующим образом:

|  |  |
| --- | --- |
| *ui* = *f*(*xi*), | (1) |

где *ui* полезность, получаемая потребителем от потребления некоторого количества блага; *xi* количество потребляемых единиц блага.

Мы сделали также несколько весьма существенных предположений о свойствах функции (1). Во-первых, мы предположили, что эта функция имеет возрастающий характер, т. е. каждая дополнительная единица блага увеличивает общую полезность (по крайней мере, до некоторой точки насыщения), а во-вторых, что каждая следующая единица блага приносит меньшее увеличение общей полезности, чем предыдущая, т. е. приращение общей полезности (предельная полезность) уменьшается с увеличением количества потребляемых единиц блага.

Понятно, что функция (1) позволяет полностью описать систему предпочтений потребителя в том только случае, если все потребление ограничивается одним единственным благом (правда, тогда и задача выбора была бы весьма проста потребитель приобретал бы этого блага так много, как это возможно, если бы только не достигал ранее точки насыщения).

К счастью, в действительности наши возможности выбора значительно богаче. Утолить жажду можно не только водой, но и чаем, кофе и пепси-колой, а выпить это можно с хлебом, пирожками, вареньем или конфетами, причем как сосуды для питья могут быть использованы эмалированная кружка, граненый стакан или фарфоровая чашка. Следовательно, потребитель должен определить общую полезность всего набора потребляемых им благ и максимизировать именно эту общую полезность. Первопроходцы теории полезности (У. Джевонс и др.) представляли себе полезность как простую сумму полезностей всех входящих в некоторый набор благ (при этом полезность, извлекаемая из потребления каждого отдельного блага, по-прежнему зависит лишь от объема потребления этого блага):

|  |  |
| --- | --- |
| *U* = *u*1(*x*1) + *u*2(*x*2) + … +*un*(*xn*) | (2) |

где *U* - общая полезность от всего набора потребляемых благ; *u*1, *u*2,..., *un* - полезности от потребления благ: 1, 2,.... *n*; *x*1, *x*2,..., *xn* - объемы потребления блага 1, 2,..., *n*.

Отметим, что такой подход покоится на неявной предпосылке о независимости полезностей отдельных блага. В самом деле, только при предположении о независимости полезности, например, куска хлеба от количества съеденных бифштексов, можно рассматривать полезность хлеба и бифштексов отдельно, а потом складывать эти полезности друг с другом. В действительности многие товары взаимосвязаны в процессе потребления: некоторые могут потребляться совместно (взаимодополняющие товары), другие, напротив, служить удовлетворению одной и той же потребности (товары-заменители). Это обстоятельство вызвало резкую критику рассмотренного выше подхода к функции полезности (2). В результате развернувшейся дискуссии экономисты пришли к единому мнению: бессмысленно говорить о полезности трех пирожных, не зная, съедены ли они всухомятку, со стаканом кипятка или с чашкой кофе, так же, как бессмысленно говорить о полезности стакана воды, не зная, сколько стаканов пепси-колы в распоряжении потребителя. Иными словами, необходимо рассматривать не полезность от потребления некоторого отдельно взятого товара, а полезность от всего набора потребляемых благ. Следовательно, функция полезности принимает вид

|  |  |
| --- | --- |
| *U = f*(*x*1,*x*2,…*xn*) | (3) |

или (для упрощения записи):

|  |  |
| --- | --- |
| *U = f*(*X*) | (4) |

где *X* = (*x*1,*x*2,…*xn*) — набор благ 1, 2,..., *n*.

Отказ экономистов от функций полезности (1) и (2) и переход к функции полезности (3) ярко обнажил еще одно весьма уязвимое место в ранней теории полезности. Эта теория основывалась на *кардиналистском* (количественном) подходе к полезности, предполагавшем теоретическую возможность измеримости полезности подобно измеримости массы, расстояния и т. д. Большинство экономистов соглашались, что потребитель способен сравнивать различные наборы благ с точки зрения отношения предпочтения и безразличия, но предпосылка о том, что потребитель может с точностью сказать, сколько единиц полезности он получил от того или иного набора благ, казалась многим экономистам явно нереалистичной.

В противоположность кардиналистскому был выдвинут *ординалистский* (порядковый) подход, не предполагающий возможности измерения полезности и основанный на простой возможности сравнения и упорядочения потребителем товарных наборов с точки зрения их предпочтительности. Этот подход, требующий от теории поведения потребителя значительно менее жестких допущений, чем количественный подход, выглядел в глазах экономистов и более близким к реальности. Очевидно, однако, что первой жертвой отказа от предположения об измеримости полезности должна была пасть предельная полезность, а следовательно, и вся теория спроса, рассмотренная нами в предыдущей лекции. Все же после того, как была построена теория спроса, основывающаяся на порядковом подходе к функции полезности, количественный подход уступил место порядковому. Первые шаги в этом направлении были сделаны в начале XX в. итальянским экономистом В. Парето и российским экономистом и математиком Е. Е. Слуцким (1915 г.), а окончательное оформление теория спроса, базирующаяся на ординалистском подходе, получила в статье английских экономистов Аллена Р. и Хикса Дж. (1934 г.) (*Хикс Дж. Р., АлленР. Г. Д.* Пересмотр теории стоимости // Теория потребительского поведения и спроса. СПб., 1993. (Вехи экономической мысли ; Вып. 1).) и в более поздней работе Дж. Хикса "Стоимость и капитал" (1939 г.). Однако прежде чем перейти к изложению этой теории, поговорим немного о том, что такое, вообще говоря, количественные и порядковые величины.

Начнем с величин количественных. Прежде всего, не следует отождествлять измеримость с наличием некоторой единственной единицы измерения. Так, расстояние может быть с равным успехом измерено в километрах, милях, верстах, саженях или локтях, а вес в килограммах, пудах или фунтах. Отметим, правда, что все единицы измерений какой-либо величины (веса, например) должны быть связаны между собой некоторыми соотношениями (так, 1 пуд  16 кг; 1 кг  2.5 фунта и т. д.).

Вообще говоря, мы можем изобрести множество единиц измерения, умножая некоторую известную нам единицу на любое положительное число (предположить, например, что 15 кг = 1 "буму" и в дальнейшем измерять вес исключительно в "бумах"). Понятно, что применение различных единиц измерения приведет нас к одним и тем же ответам на следующие вопросы: что тяжелее — грузовик или записная книжка? что выше — гора Эверест или дом, в котором мы живем? Менее очевидно другое весьма важное свойство количественных величин. Рассмотрим табл. 1, где приведены данные о рек, измеренной в километрах и верстах.

Таблица 1

Длина российских рек

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Река | Длина | |
| в километрах | в верстах |
| Лена Волга Нева | 4599 3392 75 | 4311 3180 70 |

Из табл. 1 видно, что Лена длиннее Волги, а Волга длиннее Невы как в верстах, так и в километрах. Но это еще не вся информация, которую мы можем извлечь из зафиксированных в таблице результатов измерений. Заметим, что Лена длиннее Волги на 4599 км — 3392 км = 1207 км, или на 4311 верст — 3180 верст = 1131 версту, а Волга в свою очередь длиннее Невы на 3317 км или на 3110 верст. Таким образом, разница в длине Лены и Волги меньше разницы в длине Волги и Невы и в километрах, и в верстах:

1207 км < 333317 км, 1131 верста < 3110 верст.

Самое интересное, что в каких бы единицах мы ни измеряли длину рассматриваемых рек — результат все равно получился бы таким же. Итак, мы подошли к фундаментальному свойству количественно измеримых величин: количественная измеримость предполагает не только возможность сравнения, например, длины или веса различных объектов наблюдения, но и возможность сравнения *разницы*, в весе и длине объектов. Иными словами, мы можем не только определить, что Эверест выше нашей комнаты, но ответить на вопрос: насколько он выше?

Вернемся теперь к кардиналистской функции полезности. Этот подход, рассматривающий полезность как количественную величину, предполагает не только возможность упорядочения наборов благ с точки зрения возрастания их полезности

|  |  |
| --- | --- |
| *U(X`) < U(X``) < U(X```) < U(X````)* |  |

но и возможность сравнения разницы в полезности различных наборов благ: *U(X``) – U(X`)* и *U(X````) – U(X```)*. При этом *U(X``) – U(X`)* может быть больше, меньше или равно *U(X````) – U(X```)*. На возможности такого сравнения, собственно, и основана предпосылка об уменьшении предельной полезности - ведь последняя есть не что иное, как приращение полезности при переходе от одного набора благ к другому.

Заметим, что существование функции количественной полезности вовсе не требует единственности этой функции: ведь нами могут быть изменены единицы измерения (путем умножения принятой единицы измерения на любое положительное число) и даже "точка отсчета". Вообще говоря, если *U*(*X*) представляет собой функцию количественной полезности, то и любая функция *V*(*X*), такая, что

|  |  |
| --- | --- |
| *V*(*X*) = *a + bU*(*X*),   *b* > 0, | (5) |

также является функцией полезности.

Рассмотрим теперь ординалистский (порядковый) подход к полезности. Как уже отмечалось ранее, этот подход основан на значительно менее жестких допущениях, чем кардиналистский, - мы отказываемся от предположения о том, что потребитель способен "измерять полезность, извлекаемую из некоторого набора товаров, и предполагаем, что потребитель просто может сравнить и упорядочить различные наборы товаров с точки зрения их предпочтительности. При этом, естественно, более предпочтительны наборы товаров, имеющие более высокий уровень полезности, и равноценны наборы, имеющие одинаковый уровень полезности.

Заметим прежде всего, что порядковый подход вовсе не исключает возможности присвоения полезностям наборов благ некоторых численных значений.

Пусть, например, потребитель, столкнувшись с тремя наборами благ, сумел сравнить эти наборы и расположить их в порядке возрастания полезности следующим образом: *, X``, X```*. Тогда ничто не мешает нам принять порядковый номер набора благ в этом упорядоченном множестве за численное выражение полезности данного товарного набора, т. е.

|  |  |
| --- | --- |
| *U(X`)* = 1,   *U(X``)* = 2,   *U(X```)* = 3. |  |

Предположим теперь, что появился еще один набор благ, , равноценный с точки зрения потребителя набору . Как определить полезность этого набора? Понятно, что полезности равноценных наборов должны быть равны, т. е.:

|  |  |
| --- | --- |
| *U(X```)* = *U(X``)* = 2 |  |

Очевидно, однако, что численные значения, присвоенные нами полезности наборов благ, не внесут в этом случае никакой информации, помимо ответа на простой вопрос: является ли некоторый набор благ более предпочтительным, менее предпочтительным или равноценным какому-либо другому набору. По этой причине функцией порядковой полезности может служить любая функция *U*(*X*), отвечающая следующему требованию: эта функция принимает большие значения для тех наборов благ, которые предпочтительнее ("лучше") с точки зрения потребителя, и одинаковые значения для равноценных наборов благ.

В табл. 2 приведены несколько вариантов, отвечающих этому требованию функций полезности для рассматриваемого нами примера.

Таблица 2.Функции полезности различных наборов товаров

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Набор благ | U1*(X)* | U2*(X)* | U3*(X)* |
| X` X`` X``` X```` | 1 2 2 3 | 1 90 90 100 | 1 4 4 50 |

Из табл. 2 легко увидеть важнейшее различие между кардиналистским и ординалистским подходами. Функция порядковой полезности в противоположность количественной позволяет лишь судить о том, какой из наборов благ предпочтительнее, и отнюдь не дает возможности оценивать и сравнивать разницу в полезности наборов (насколько один набор предпочтительнее другого), что, кстати, и делает бессмысленным при ординалистском подходе понятие предельной полезности.

Вообще говоря, если *U*(*X*) - ординалистская функция полезности, а *Т*(*U*) - любая монотонно возрастающая функция, то функция вида

|  |  |
| --- | --- |
| *V*(*X*) = *T*(*U*(*X*)) | (6) |

также является функцией полезности.

Как видим, по сравнению с кардиналистским ординалистский подход допускает значительно больший произвол в присвоении числовых значений различным полезностям: функция *T*(*U*) не обязательно должна быть линейной. Важно лишь, чтобы большим значениям ее аргумента соответствовали большие значения функции.

Основные предположения ординалистской теории полезности

До сих пор, говоря об ординалистском подходе, мы считали, что возможность упорядочения потребителем наборов благ по степени их предпочтения и существование функции порядковой полезности есть нечто само собой разумеющееся. На самом деле, однако, такое утверждение требует от нас принятия некоторых предположений аксиоматического характера о свойствах отношений предпочтения и безразличия, не выходящих, впрочем, за рамки простого здравого смысла.

**I. Предположение о сравнимости**. Потребитель способен сравнить любые два возможные набора благ и в результате этого сравнения приходит к одному (и только одному) из следующих трех возможных заключений:

или *X` > X``* (набор *X`* предпочтительнее, чем набор *X``*); или *X` < X``* (набор *X`* менее предпочтителен, чем набор *X``*); или *X` ~ X``* (набор *X`* столь же предпочтителен, как и набор *X``* - потребитель безразличен в выборе между и ).

Заметим, что мы не даем здесь какого-либо специального определения понятиям "предпочтение" и "безразличие", считая, что смысл этих понятий достаточно ясен. Подчеркнем лишь, что безразличие в выборе ни в коем случае не означает "не могу сравнить". Потребитель безразличен в выборе между двумя равно желаемыми наборами, имеющими одинаковый уровень полезности.

Предположение I в целом кажется вполне разумным и не противоречащим действительности. Конечно, вкусы, а значит, и предпочтения потребителей могут изменяться во времени, однако это вовсе не исключает однозначной определенности предпочтений в каждый конкретный момент времени. Экономистам же в конечном счете для построения теории спроса важно определить, как изменяется потребительский выбор при изменении экономических переменных (цены и дохода), а вовсе не при изменении потребительских вкусов.

**II. Предположение о транзитивности отношений предпочтения и безразличия**. Если потребитель предпочитает набор *X`* набору *X``*, а набор *X``* набору *X```*, то он предпочитает набор *X`* набору *X```*, т. е.

если *X` > X``* и *X`` > X```*, то *X` > X```*.

Точно так же

если *X` > X``* и *X`` ~ X```* или *X` ~ X``* и *X`` > X```*, то *X` > X```*,

а также

если *X` ~ X``* и *X`` ~ X```*, то *X` ~ X```*.

Вообще говоря, справедливость предположений I и II обеспечивает возможность упорядочения потребителем всего множества наборов благ и присвоения полезностям этих наборов численных значений.

**III. Предположение о ненасыщаемости.** Если набор *X`* содержит не меньшее количество единиц каждого блага, чем набор *X``*, то набор *X`* предпочтительнее или безразличен набору *X``*. Если же только набор *X`* содержит при этом больше единиц хотя бы одного блага, чем набор *X``*, то набор *X`* предпочтительнее набора *X``*.

Это предположение, соответствующее интуитивному представлению о том, что "больше - лучше, чем меньше", охватывает практически все случаи, представляющие интерес для общей теории. Ситуации типа "больше некуда" встречаются редко; к тому же потребитель всегда может отказаться от дополнительного количества блага, если оно не увеличивает полезности.

Теперь, когда после всех сделанных выше предположений мы принимаем допущение о возможности упорядочения потребителем всего множества наборов благ с точки зрения их предпочтительности и существования порядковой функции полезности, мы могли бы в принципе вести дальнейший анализ с помощью математических методов, рассматривая задачу потребительского выбора как стандартную оптимизационную задачу максимизации функции полезности при некотором ограничении (задаваемом доходом потребителя и ценами благ). Однако, как мы не раз уже убеждались, применение графических методов исследования в экономике приводит к более наглядным результатам, причем более доступным путем (по крайней мере для читателя, не имеющего специальной математической подготовки). Попробуем представить систему предпочтений потребителя с помощью широко распространенного и играющего в экономике весьма важную роль инструментария кривых безразличия.

**Кривые безразличия.** Прежде всего, очевидно, нам необходимо создать некий графический образ *пространства благ*, чтобы обеспечить возможность графического изображения любого из возможных наборов благ. Заметим, что графические методы наряду со своими неоспоримыми достоинствами имеют и один весьма существенный недостаток: эти методы ограничивают исследователя двумерным пространством. Оказывается, однако, что основные выводы, полученные для случая двух благ, без труда могут быть распространены и на случай сколь угодно большого числа благ.

Именно последнее обстоятельство и дает нам возможность "пожертвовать" количеством благ с целью большей наглядности и доступности изложения.

Итак, пусть потребитель сталкивается только с двумя благами, *Х* и *У*. Тогда любая из возможных комбинаций благ (например, комбинация А, содержащая х, единиц блага *Х* и *у*1 единиц благ *Y*) может быть представлена в виде точки на графике (рис. 6), где по оси абсцисс откладывается количество единиц блага *X*, а по оси ординат - количество единиц блага *Y.*

****

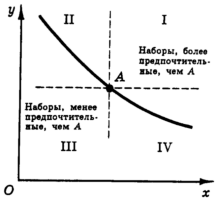
Рис. 6 Пространство благ

Основная идея графического представления системы предпочтений (функции полезности) потребителя с помощью кривых безразличия (впервые примененных английским экономистом Ф. Эджуортом в 1881 г.) весьма проста: соединим все точки, характеризующие наборы благ, имеющие некоторый определенный уровень полезности (для потребителя но, какой их этих наборов выбирать), и назовем полученную линию равной полезности *кривой безразличия*. Повторим теперь то же самое с наборами благ, имеющими какой-либо иной уровень полезности. Проделав эту операцию со всеми возможными наборами благ, получим *карту безразличия* - множество кривых безразличия, соответствующих всем возможным уровням полезности для данного потребителя. Очевидно, карта безразличия есть не что иное, как графическое изображение шкалы предпочтений потребителя.

Рассмотрим теперь некоторые свойства кривых безразличия.

**Свойство 1**. Кривые безразличия имеют отрицательный наклон.

Попробуем определить, в какой области лежат точки, характеризующие комбинации благ, имеющие такой же уровень полезности, как и набор *А* (рис. 7). Для этого проведем параллельно осям координат две перпендикулярные прямые линии, пересекающиеся в точке *А*. Эти линии разделяют пространство благ на четыре квадранта. Очевидно, что в соответствии с предположением III ординалистской теории полезности ("больше - лучше, чем меньше") любой набор благ из квадранта *I* предпочтительнее набора *А*. По этой же причине набор *А* предпочтительнее любого набора из квадранта *III*. Следовательно, все наборы благ, имеющие равный с набором *А* уровень полезности, должны лежать в квадрантах *II* и *IV*. Иными словами, кривая безразличия имеет отрицательный наклон. Это обстоятельство вполне понятно - ведь чтобы сохранить тот же общий уровень полезности набора при уменьшении потребления благ *X*, потребитель должен компенсировать это уменьшение увеличением потребления благ *Y*.

  
Рис. 7. Кривые безразличия имеют отрицательный наклон

Предположение III приводит нас к еще одному важному выводу: все точки, лежащие выше данной кривой безразличия, характеризуют наборы благ, имеющие более высокий уровень полезности, чем лежащие на этой кривой безразличия, а точки, лежащие ниже данной кривой безразличия, — наборы, имеющие более низкий уровень полезности. (Предоставим доказательство читателю).

**Свойство 2**. Две кривые безразличия не могут пересекаться.

Предположим, что две кривые безразличия пересекаются в точке *А* (рис. 8).

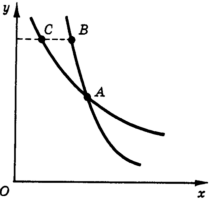
****

Рис. 8. Кривые безразличия не могут пересекаться

Тогда (по определению кривой безразличия) *B ~ A, C ~ A.*

Следовательно, по предположению II (транзитивности) должно быть *B ~ C*

Но это неверно. На самом деле (по предположению III) *B > C*.

Следовательно, две кривые безразличия не могут иметь общую точку, так как один набор благ не может характеризоваться двумя различными уровнями полезности.

**Свойство 3**. Кривая безразличия может быть проведена через каждую точку в пространстве благ (по предположению I о сравнимости). Таким образом, мы получаем множество кривых безразличия - карту безразличия (рис. 9), содержащую полную информацию о системе предпочтений потребителя.

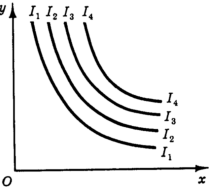
****

Рис. 9. Карта безразличия

Обращаем внимание, что мы до сих пор изображали кривые безразличия выпуклыми к началу координат, ничем не аргументируя принятие такой формы кривых безразличия. Заметим также, что выпуклость не может быть обоснована предположениями I-III ординалистской теории полезности, т. е. требует от нас некоторых дополнительных предположений.

Попробуем теперь объяснить, почему мы изображаем кривые безразличия выпуклыми к началу координат.

Пусть *x*1*x*2 = *x*3*x*4 (рис. 10). Тогда при переходе из точки *А* в точку *В* потребитель сохранил общую полезность набора благ при увеличении потребления блага *Х* на *x*1*x*2 единиц и уменьшении потребления блага *Y* на *y*1*y*2 единиц. При переходе из точки *С* в точку *D* потребитель сохранил общую полезность при увеличении потребления блага *Х* на *x*3*x*4 = *x*1*x*2 единиц и уменьшении потребления блага *Y* на *y*3*y*4 единиц; при этом *y*1*y*2 > *y*3*y*4.

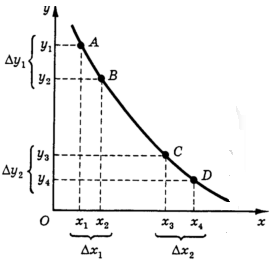
****

Рис. 10. Уменьшение нормы замены при движении по кривой безразличия

Введем теперь понятие нормы замены. *Нормой замены* блага *Y* благом *Х* называется то количество блага *Y*, которое потребитель согласен уступить "в обмен" на увеличение количества блага *Х* на единицу с тем, чтобы общий уровень удовлетворения остался неизменным:

|  |  |
| --- | --- |
| *RS* = - *y*/*x*. | (7) |

Из рис. 10 видно, что норма замены уменьшается при движении вдоль кривой безразличия, что, впрочем, вполне объяснимо логически: с увеличением количества блага *Х* и, соответственно, уменьшением количества блага *Y* потребитель все больше ценит ставшее относительно более дефицитным благо *Y* и, следовательно, готов отдать все меньшее количество единиц этого блага в обмен на каждую следующую единицу блага *X*.

При приближении точки *В* к точке *А* мы получаем *предельную норму замены*:

|  |  |
| --- | --- |
| *RS* = - *y*/*x*. | (8) |

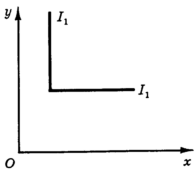
Очевидно, что предельная норма замены в этом случае равна угловому коэффициенту наклона касательной к кривой безразличия в точке *А*.

Таким образом, предположение о падении предельной нормы замены при движении вдоль кривой безразличия приводит нас к утверждению о выпуклости кривой безразличия: если верно первое, то верно и второе.

Итак, сформулируем еще одно свойство кривых безразличия.

**Свойство 4**. Предельная норма замены уменьшается при движении вдоль кривой безразличия. Кривые безразличия выпуклы к началу координат.

Строго говоря, это условие может иногда не соблюдаться. Рассмотрим два следующих случая: жесткая взаимодополняемость благ (правый и левый ботинок) и совершенная взаимозаменяемость (например, два сорта аспирина для потребителя, не видящего разницы между этими сортами).

  
Рис. 11. Жесткая взаимодополняемость *MRS* = 0

На рис. 11 изображена кривая безразличия в случае жесткой взаимодополняемости, когда благ связаны в потреблении жестким соотношением и MRS = 0. На рис. 12 представлен случай совершенной взаимозаменяемости, когда оба блага воспринимаются потребителем как один, и *MRS* - постоянная величина.

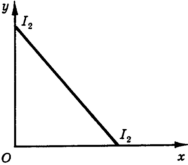
****

Рис. 12. Совершенная взаимозаменяемость *MRS* = const.

Все же мы считаем, что большинство реальных кривых безразличия лежит между этими двумя крайними случаями (при этом чем более взаимозаменяемы блага, тем менее выпуклы кривые безразличия), и четвертое свойство кривых безразличия справедливо.

Итак, карта безразличия - множество кривых безразличия (отвечающих свойствам 1-4) - дает нам полную информацию о системе предпочтений потребителя (не требуя даже присвоения полезностям наборов благ каких-либо численных значений).

**Множество допустимых возможностей потребителя. Бюджетная линия.** Ранее мы описали систему предпочтений потребителя. Рассмотрим теперь множество его возможностей, т.е. множество всех доступных потребителю товарных наборов.

Представим, прежде всего, что потребитель располагает в данный период денежной суммой, например, в 1000 руб. Понятно, что истратить эту сумму в принципе можно весьма различными способами: можно купить на все деньги жевательной резинки, можно - учебников по экономике, а можно купить один учебник (конечно, тот, который вы держите сейчас в руках), одну пачку резинки, а на остальные деньги еще чего-нибудь, что душа пожелает. Иными словами, наш потребитель может купить любой набор товаров, удовлетворяющий лишь одному простому требованию: общие расходы на данный набор *не превышают* суммы денег, находящейся в распоряжении потребителя - 1000 руб.

Сформулируем это правило в более общем виде. Пусть потребитель располагает в единицу времени некоторым доходом *М*. Отметим, что экономиста в данном случае совершенно не интересует источник этого дохода (были ли деньги заработаны, взяты в долг или выручены от продажи имущества), важно лишь, что потребитель в течение данного периода не может расходовать свыше *М* денежных единиц. Тогда, как уже говорилось выше, потребитель может приобрести любой набор товаров *Х* = (*x*1, *x*2, ..., *xn*), удовлетворяющий следующему условию:

|  |  |
| --- | --- |
| *P*1 *x*1 + *P*2*x*2 + … + *Pnxn*  *M* | (9) |

где *x*1, *x*2, ..., *xn*— количество единиц товаров 1, 2,..., *n*, приобретаемых потребителем; , *P*2,..., *Pn* — цены этих товаров; *М* — располагаемый доход потребителя.

Выражение (9) называется *бюджетным ограничением* потребителя. Вспомним, что графические методы анализа заставляют нас рассматривать случай, когда потребительский выбор ограничен двумя товарами (назовем их товар *Х* и *Y*). Тогда бюджетное ограничение имеет вид

|  |  |
| --- | --- |
| *PXx* + *PYy*  *M* | (10) |

Для того чтобы представить множество товарных наборов, удовлетворяющих ограничению (10) в графическом пространстве товаров, нам необходимо, очевидно, отобразить в пространстве товаров границу этого множества, т.е. линию

|  |  |
| --- | --- |
| *PXx* + *PYy*  *M*. | (11) |

Линия, описываемая уравнением (11), носит название *бюджетной линии*.

Примем теперь очень важное предположение:

предположим, что отдельный потребитель не может повлиять на цену какого-либо товара, сколь значительно бы этот потребитель не изменял свой объем потребления данного товара (иными словами, на рынке существует совершенная конкуренция на стороне спроса). В самом деле, трудно себе представить, чтобы доля отдельного потребителя на рынке некоторых потребительских товаров (продуктов питания, одежды, обуви, бытовой техники и т.д.) была столь велика, чтобы изменение спроса *одного лишь потребителя*, например, на мясные продукты или магнитофонные кассеты могло бы привести к изменению цены на эти товары. Таким образом, цены товаров выступают для потребителя как некие внешние, заданные рынком величины.

Вернемся теперь к уравнению (11) и попробуем представить бюджетную линию графически. Заметим, что уравнение (11) легко преобразуется в уравнение

|  |  |
| --- | --- |
| *y* = *M*/*PY* – (*PX*/*PY)x*. | (12) |

Поскольку величины *М*, *РX* и *РY*, по нашему предположению, постоянны, уравнение (12) представляет собой уравнение прямой линии (типа *y = ax + b*), где *М/РY* — свободный член, а –*РX/РY* — коэффициент при переменной *х*. Бюджетная линия соответственно представляет собой прямую линию типа линии *АВ*, изображенной на рис. 1.

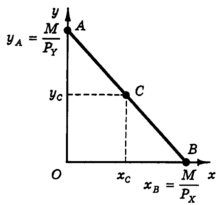
****

Рис. 13. Бюджетная линия

Координаты точек *А* и *В* (точки пересечения бюджетной линии с осями координат) характеризуют максимальные количества товаров *Х* и *Y*, которые может приобрести потребитель, истратив весь свой доход только на товар Х или только на товар *Y*. Так, ордината точки *А* *yA* = *М/РY*. Именно столько товара *Y* может купить потребитель, вовсе отказавшись от приобретения товара *X*. Аналогичным образом абсцисса точки *В* *xB* = *= М/РX*. Любой другой находящийся на бюджетной линии набор товаров *С* = (*xc*, *yc*) имеет для потребителя точно такую же стоимость *М*, что и наборы *А* = (0, *М/РY*) и *В* = (*М/РX*, 0). Вообще говоря, бюджетная линия - это геометрическое место точек, характеризующих все наборы товаров, которые может приобрести потребитель, *полностью израсходовав* свой доход *М* при данных ценах товаров *РX* и *РY*.

Как видно из рис. 13, бюджетная линия имеет отрицательный наклон. Такое свойство бюджетной линии вполне объяснимо: поскольку наборы товаров, находящиеся на бюджетной линии, имеют одинаковую стоимость, увеличение объема закупок одного товара возможно лишь за счет сокращения потребления другого товара. Вспомним, что наклон прямой линии характеризуется коэффициентом при переменной *х* в уравнении этой прямой. Следовательно, наклон бюджетной линии характеризуется величиной *РX*/*РY* (см. (12)). Знак “минус” как раз и указывает на отрицательный наклон бюджетной линии (так как цены товаров — положительные величины, т. е. *РX* > 0, *РY* > 0, то величина *РX*/*РY* отрицательная). Наклон бюджетной линии равен, таким образом, соотношению цен товаров, взятому с противоположным знаком. Наклон этот, как видно, является постоянной величиной, поскольку мы предположили ранее, что отдельный потребитель не способен повлиять на рыночные цены товаров.

Теперь, когда мы уже знаем свойства бюджетной линии, представим графически множество всех наборов товаров, удовлетворяющих бюджетному ограничению.. Поскольку объемы потребления не могут быть отрицательными величинами (*x* 0, *y* 0), доступное множество представляет собой заштрихованный на рис. 14 треугольник *ОАВ*, ограниченный бюджетной линией и осями координат.

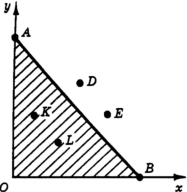
****

Рис. 14. Множество возможностей потребителя. *K* и *L* - доступные наборы, *D* и *Е* - недоступные.

Поскольку конечной целью нашего анализа является изучение реакции потребителя на изменение цен и дохода, нам необходимо, очевидно, рассмотреть, как изменяются при изменении цен и доходов границы доступного множества. Начнем с изменения дохода. Пусть первоначально доход потребителя составлял *М*1. Тогда бюджетная линия описывается уравнением (линия *АВ* на рис. 15)

|  |  |
| --- | --- |
| *y* = *M*1/*PY* – (*PX*/*PY)x*. | (13) |

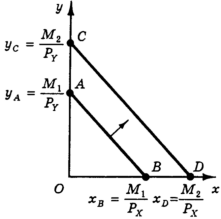
****

Рис. 15. Сдвиг бюджетной линии при изменении дохода

Предположим теперь, что доход потребителя увеличился с *М*1 до а цены товаров остались неизменными. Тогда уравнение новой бюджетной линии имеет вид

|  |  |
| --- | --- |
| *y* = *M*2/*PY* – (*PX*/*PY)x*. | (14) |

Простое сравнение показывает, что коэффициент при переменной *х* в уравнении (14) остался таким же, как и в уравнении (13), а значит, не изменился наклон бюджетной линии, который определяется соотношением цен. Зато изменились координаты точек пересечения бюджетной линии с осями координат: новая бюджетная линия пересекает ось *y* в точке *С* с ординатой *yc* = *М*2/*PY*, а ось *x* — в точке *D* с абсциссой *xD =* = *М*2/*PX*. Таким образом, увеличение дохода при неизменных ценах приводит к параллельному сдвигу бюджетной линии вверх (а снижение дохода соответственно к *параллельному сдвигу* бюджетной линии вниз, доказательство чего предоставим читателю).

Вернемся теперь к первоначальной бюджетной линии *АВ*, описываемой уравнением (13), и рассмотрим еще одну весьма важную в экономике ситуацию: пусть теперь изменится цена лишь одного товара *Х* (например, уменьшится с *PX* до *PX*1), в то время как цена товара *Y* и доход потребителя останутся неизменными. Тогда новое бюджетное ограничение примет вид

|  |  |
| --- | --- |
| *y* = *M*1/*PY* – (*PX*1/*PY)x*. | (15) |

В этом случае коэффициент при переменной *х* изменится с –*PX*/*PY* на –*PX*1/*PY*, а следовательно, изменится и наклон бюджетной линии. Неизменной останется точка пересечения бюджетной линии с осью *y* — точка *А*. Поскольку доход *М*1, и цена *PY* не изменились, максимально возможный объем закупок потребителем товара *Y* по-прежнему составляет *М*1/*PY* единиц товара *Y*. В то же время точка пересечения бюджетной линии с осью *х* сместилась вправо (рис. 16).

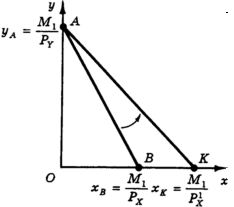
****

Рис. 16. Поворот бюджетной линии при изменении дохода

Если первоначальная бюджетная линия пересекает ось *х* в точке В с абсциссой *xB* = *М*1/*PY*, то “новая” бюджетная линия (при цене *PX*1 < *PX* пересекает ось *х* в точке *K* с абсциссой *xk* = *М*1/*PX*1. Иными словами, поскольку цена товара *Х* уменьшилась, потребитель может теперь, израсходовав весь свой доход на товар *X*, купить большее количество единиц этого товара. Таким образом, уменьшение цены товара *Х* приводит к повороту бюджетной линии *против часовой стрелки* вокруг точки пересечения бюджетной линии с осью *y* (а увеличение цены товара *Х* — к аналогичному повороту *по часовой стрелке*).

**Оптимум потребителя.** Попробуем теперь с помощью уже известного нам инструментария кривых безразличия и бюджетных линий построить модель потребительского выбора с тем, чтобы определить: какими же свойствами обладает тот набор товаров, который выбирает потребитель из множества доступных ему товарных наборов при данных ценах товаров и доходе?

Итак, пусть потребитель располагает некоторым доходом, который он может тратить на приобретение двух товаров, причем цены этих товаров не зависят от объемов закупок данного потребителя. Тогда множество доступных потребителю товарных наборов может быть представлено графически с помощью бюджетной линии, свойства которой описаны выше. Пусть при этом система предпочтений потребителя удовлетворяет предположениям I-III ординалистской теории полезности и, следовательно, эта система предпочтений может быть представлена в графическом пространстве товаров в виде карты безразличия данного потребителя Изобразим теперь карту безразличия и бюджетную линию на одном графике (рис. 17). Какой набор товаров выберет наш потребитель при данных бюджетном ограничении и карте безразличия?

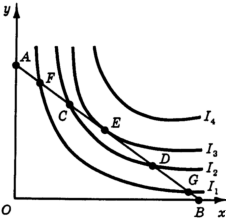
****

Рис. 17. Оптимум потребителя

Прежде всего мы должны, очевидно, сформировать критерий потребительского выбора. Критерий этот, впрочем, нам уже известен из предыдущего обсуждения: потребитель, по нашему предположению, стремится максимизировать получаемую им полезность, т.е. выбирает наиболее предпочтительный для себя набор товаров из множества доступных ему наборов.

На графике (рис. 17) множество доступных нашему потребителю товарных наборов отображается треугольником *ОАВ*.

Представим себе вначале, что точка потребительского выбора в доступном множестве лежит ниже бюджетной линии *АВ*. Это означает, что некоторая часть потребительского дохода осталась неизрасходованной. В рамках нашей модели, однако, доход может тратиться лишь на приобретение двух товаров, причем возможность сбережений не предусматривается. В этих условиях дополнительные закупки товаров на неизрасходованные денежные средства, очевидно, будут увеличивать извлекаемую потребителем полезность, что следует из предположения III ординалистской теории полезности — “больше — лучше, чем меньше”. Иными словами, точка потребительского выбора обязательно должна лежать на бюджетной линии *АВ*.

Какая же из точек на бюджетной линии соответствует оптимальному, с точки зрения потребителя, набору товаров? Рассмотрим точку *F*. Точка *F* лежит на пересечении бюджетной линии *АВ* и кривой безразличия *I*1. Кривая безразличия *I*1 пересекает бюджетную линию также в точке *G*. Очевидно, что точки *F* и *G* не являются наиболее предпочтительными для потребителя, поскольку при движении вниз по бюджетной линии от точки *F* и вверх по бюджетной линии от точки *G* потребитель переходит на более высоко расположенные кривые безразличия и, следовательно, на более высокий уровень полезности. Рассмотрим теперь точку *С*, более предпочтительную, чем точка *F*. Точка *С* лежит на кривой безразличия *I*2 пересекающей бюджетную линию в точке *D*. Точки *С* и *D* не являются точками оптимального потребительского выбора по тем же причинам, что и точки *F* и *G*. Вообще говоря, из свойств кривых безразличия и из рис. 17 очевидно, что если некоторая кривая безразличия пересекает бюджетную линию в двух точках, то все точки бюджетной линии между ними будут более предпочтительны для потребителя. И лишь в том только случае, если кривая безразличия имеет одну и только одну общую точку с бюджетной линией (точка *Е* на рис. 17), эта точка соответствует наиболее предпочтительному для потребителя набору товаров из всего множества доступных этому потребителю наборов. Точка *Е* называется *точкой потребительского оптимума*, поскольку расположена на наиболее высоко лежащей из доступных потребителю кривых безразличия, т.е. соответствует наиболее высокому уровню удовлетворения при данных доходе потребителя и ценах товаров.

Как известно, наклоны двух линий в точке их касания равны. Следовательно, в точке *Е* наклон бюджетной линии равен наклону кривой безразличия.

Вспомним теперь, что наклон кривой безразличия в данной точке равен предельной норме замены MRS, а наклон бюджетной линии - соотношению цен товаров *PX*/*PY*. Следовательно, в точке потребительского оптимума *Е*

|  |  |
| --- | --- |
| MRS = *PX*/*PY* | (16) |

Это свойство оптимального набора может быть легко объяснено логически. В самом деле, предельная норма замены *MRS* отражает то соотношение, в котором потребитель желает обменивать товар *Y* на товар *X*, точнее говоря, *MRS* показывает, какое количество единиц товара У потребитель согласен отдать, чтобы получить одну дополнительную единицу товара *X*. С другой стороны, соотношение цен *PX*/*PY* характеризует пропорцию, в которой потребитель в действительности может обменивать товар *Y* на товар *X*, т. е. показывает, сколькими единицами товара *Y* должен пожертвовать потребитель, чтобы приобрести на рынке одну дополнительную единицу товара *X*.

Представим себе теперь, что в некоторой точке *MRS*> *PX*/*PY*, т. е. потребитель готов отдать за дополнительную единицу товара *Х* больше единиц товара *Y*, чем это требует рынок. Эта точка не может быть точкой потребительского оптимума, поскольку потребитель будет стремиться увеличить уровень своего удовлетворения, замещая товар *Y* товаром *X*. Аналогичным образом, если *MRS* < *PX*/*PY*, потребитель будет стремиться замещать товар *Х* товаром *Y*. И только в точках, подобных точке *Е* (рис. 17), где *MRS* =*PX*/*PY*, а значит, индивидуальная норма замещения равна рыночной норме замещения, потребитель не имеет стимулов для изменения соотношения товаров в потребляемом наборе. Любое отклонение от этого состояния ведет к снижению уровня удовлетворения потребителя. По этой причине точку потребительского оптимума часто называют *точкой равновесия потребителя*.

Всегда ли, однако, точка потребительского оптимума характеризуется выражением (16)? Для ответа на этот вопрос нам придется рассмотреть различные типы карт безразличия.

1. Кривые безразличия не достигают осей координат, а асимптотически приближаются к ним или к иным прямым, параллельным осям координат (рис. 18). Это означает, что сколь бы ни был велик объем потребления одного из товаров, он все же не может компенсировать полное отсутствие другого товара в наборе (иначе говоря, ни один из товаров не может быть полностью заменен другим, т. е. потребитель не может обойтись без какого-то количества каждого из товаров).

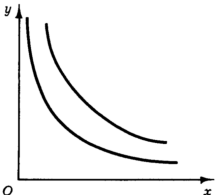
****

Рис. 18. Кривые безразличия не касаются осей координат

В этом случае при движении вдоль кривой безразличия норма замещения изменяется от нуля до бесконечности, и каково бы ни было соотношение цен *PX*/*PY*, точка равновесия будет отвечать условию (16).

2. Кривые безразличия имеют общие точки с одной или обеими осями координат (рис. 19), т. е. потребитель может полностью отказаться от некоторого товара, компенсируя этот отказ увеличенным потреблением другого. При этом может оказаться, что на всей кривой безразличия *MRS* > *PX*/*PY* или *MRS* < *PX*/*PY*.

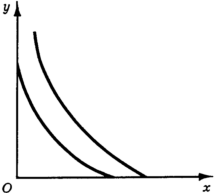
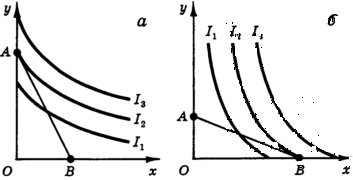
****

Рис. 19. Кривые безразличия имеют общие точки с осями координат

Где же будет в этих случаях располагаться точка потребительского оптимума? Рассмотрим рис. 20,*а*.

****

**Рис. 20.** Угловые положения потребительского оптимума

Очевидно, что потребитель достигает наивысшей из доступных кривых безразличия в точке А, где *MRS* < *PX*/*PY*, и расходует все свои денежные средства исключительно на приобретение товара *Y* (*х* = 0). Товар *Х* оказывается слишком дорогим для данного потребителя. На рис. 20,*б* показан случай, когда потребитель расходует все денежные средства на товар *X*, и в точке потребительского оптимума *MRS* > *PX*/*PY*.

Точки *А* (рис. 20,*а*) и В (рис. 20,*б*) носят название *углового решения* задачи потребительского выбора в противоположность *внутреннему решению* (точка *Е* на рис. 17). Отметим, что если для двухтоварного случая угловое решение является некой особой ситуацией, то для случая достаточно большого числа товаров угловое решение представляет собой скорее правило, чем исключение: ведь никто в самом деле не приобретает все те товары, которые предлагает ему рынок. Все же, оставаясь в рамках двухтоварной модели, мы будем в дальнейшем рассматривать главным образом внутреннее решение, считая выражение (16) условием оптимума потребителя.

Далее мы перейдем к решению следующей задачи, стоящей перед теорией поведения потребителя, — изучить, как изменяется оптимум потребителя при изменении границ множества доступных данному потребителю наборов товаров, т. е. при изменении дохода и цен.

**От порядковой полезности к количественной. Что нужно для количественного измерения.** После классических работ Дж. Хикса и Р. Аллена ординалистский подход к полезности завоевал признание экономистов-теоретиков; они утвердились в мнении о том, что поведение потребителя можно достаточно полно описать на основе допущения о наличии у него предпочтений одних наборов благ перед другими.

Какие факты могли бы свидетельствовать о существовании количественной полезности? Таким фактом, если бы его удалось обнаружить, было бы умение потребителя сопоставлять не только наборы благ, но и различия между парами наборов. Скажем, А > В и С > D. Если потребитель сможет определить, какое из преимуществ — *А* перед *B* или *С* перед *D* — значительнее, либо же сможет сказать, что оба преимущества равноценны, то эта способность, проявляясь в актах потребительского выбора, могла бы служить основой для построения количественной шкалы измерений.

Действительно, допустим, что А > В и что нам удалось найти такой набор С (А > С > В), что преимущество *А* перед *С* равнозначно преимуществу *С* перед *В*. Это позволяет утверждать, что полезность набора *С* расположена “точно в середине” между полезностями *A* и *B*, И если мы придали какие-то количественные значения полезности *U*(*А*) и *U*(*B*), то мы должны полезности набора *С* приписать значение

|  |  |
| --- | --- |
| *U(C)* = *(U(A)* + *U(B))*/2. |  |

Затем мы можем разделить интервал полезностей между *А* и *С* еще раз пополам и продолжить этот процесс сколь угодно далеко, построив шкалу полезностей с любой нужной точностью.

Но мы могли бы построить шкалу не только для полезностей, промежуточных между *A* и *B*. Допустим, мы нашли набор *D*(А > В > D), такой, что превосходство *А* перед *В* равнозначно превосходству *В* перед *D*. Теперь уже полезность *В* располагается посредине между *А* и *D*, и поэтому

|  |  |
| --- | --- |
| *U(B)* = *(U(A)* + *U(D))*/2, |  |

так что

|  |  |
| --- | --- |
| *U(D) = 2U(B) – U(A)*. |  |

Таким образом, умея сравнивать пары наборов по степени предпочтительности и задав численные значения полезностям двух наборов, мы однозначно определили бы численные значения полезностей любых наборов.

Подобные ситуации возникали и в естественных науках. Примером может служить установление количественной шкалы температур. Человек по своим ощущениям может установить отношения “теплее”, “холоднее” — это не количественное, а лишь порядковое отношение. При контакте двух по-разному нагретых тел одно из них нагревается, другое — охлаждается до выравнивания температуры. “Тепло” (смысл этого понятия до поры до времени был неясен, поэтому мы и берем это слово в кавычки) всегда перетекает от более нагретого тела к более холодному. Но и эти факты не выводят за пределы порядковой шкалы температур.

Положение изменилось, когда появилась концепция, связывающая передачу “тепла” с изменением температуры. Для построения количественной шкалы оказалось достаточно двух принципов: 1) при контакте двух тел общее количество “тепла” в них не изменяется; 2) равные количества “тепла”, переданные одинаковым телам, вызывают одинаковые изменения температуры.

Если мы, смешав воду из сосудов*А* и *В* в равных количествах, получили воду точно такой же температуры, что и в сосуде *С*, у нас есть основания считать, что разность температур между *А* и *С* такая же, как между *С* и *В*. Если в сосуде *А* только что растаял лед и мы приняли его температуру за 0, а в сосуде В вода кипела, и мы приняли ее температуру за 100, то мы должны придать значение 50 для температуры воды в сосуде *С*. Теперь мы можем отградуировать термометр. Значения 0 и 100 мы приняли произвольно. Поступив таким образом, мы построили температурную шкалу Цельсия. Задавая другие значения, мы изменили бы начало отсчета и единицу температуры; при соответствующем выборе мы могли бы получить температурные шкалы Реомюра или Фаренгейта. Переход от одной из них к другой выражается соотношением

|  |  |
| --- | --- |
| *t*1 = *a + bt*2. |  |

Свободный член *а* характеризует перенос начала отсчета, а коэффициент *b* — соотношение единиц.

Вильфредо Парето, анализируя сложившуюся к последнему десятилетию XIX в. количественную теорию полезности, увидел в ней слабое звено. Поскольку, по мнению Парето, поведение потребителя не обнаруживает его способности сопоставлять одну пару наборов с другой, гипотеза о существовании количественной меры полезности не вытекала из наблюдаемых фактов и ее отрицание не входило в противоречие с опытом. Значит, она “лишняя”, и нужно строить теорию предпочтения, обходясь без нее. аков был методологический принцип, уже на протяжении веков утвердившийся в науке и получивший название “бритва Оккама”.

Позднее Дж. Хикс и Р. Аллен построили развитую теорию потребления, базирующуюся лишь на порядковых шкалах индивидуальных предпочтений.

Между тем факты потребительского поведения, для описания которых порядковое представление о полезности недостаточно, существовали. Но они относились к таким аспектам потребительского выбора, которые в то время не привлекали внимания экономистов-теоретиков.

**Случайные полезности.** Homo oeconomicus, совершая тот или иной выбор, не всегда с полной определенностью знает его последствия. Это относится и к потребительскому выбору. Вы приобрели фарфоровую чашку и желаете насладиться ее красотой, но назавтра после покупки случайно поставили ее мимо стола, и покупка оказалась “менее полезной”, чем вы рассчитывали. Или вы купили арбуз, и он оказался гораздо вкуснее, чем можно было подумать по его виду. Но все могло случиться по-иному: чашка могла бы служить вам много лет и ее ценность повышалась бы, а арбуз мог оказаться невкусным. Полезность покупки могла оказаться той или иной и из-за изменения условий ее использования (классический пример в новелле О’Генри “Дары волхвов”).

Помимо этих эпизодов человек сознательно совершает ряд действий, результаты которых носят случайный характер. Он участвует в лотереях и играет в азартные игры. Он страхует свою жизнь и свое имущество, регулярно внося страховую плату и надеясь, что с ним не произойдет “страховой случай”, но не исключая такой возможности.

Теория игр, созданная в 20-е гг. одним из самых блестящих ученых XX в. Джоном фон Нейманом, рассматривала поведение “игрока” в условиях, когда последствия его “хода” полностью не определяются его выбором. Более того, оказалось, что игрок, стремящийся к максимальному выигрышу, при определенных условиях должен делать случайные ходы.

Теория игр породила новые подходы к анализу поведения экономического субъекта. Основные теоретические результаты в этом направлении были изложены Джоном фон Нейманом и Оскаром Моргенштерном в фундаментальном труде “Теория игр и экономическое поведение”, вышедшем в свет в 1943 г. (в русском переводе в 1970 г.).

Основное допущение, принятое Дж. фон Нейманом и О. Моргенштерном, состоит в том, что потребитель и в случайных ситуациях ведет себя рационально. А это значит, что, производя свой выбор, он сопоставляет не только варианты с однозначными исходами, но и такие варианты, исходы которых имеют случайную полезность. В последнем случае потребитель должен знать как все возможные исходы, так и их вероятности.

Оказалось, что в таком допущении содержится все необходимое для существования количественной меры полезности.

Авторы приводят такой пример. Некто предпочитает стакан чая (Ч) чашке кофе (К), а чашку кофе — стакану молока (М). Допустим, что он поставлен перед выбором: чашка кофе или стакан с неизвестным содержимым, которое с *равными вероятностями* может оказаться чаем и молоком. Если субъект выбрал кофе, это значит, что из двух предпочтений (Ч > К) и (К > М) второе оказалось более значимым. Следовательно, по своей полезности кофе ближе к чаю, чем к молоку. Если бы он выбрал стакан с неизвестным содержимым, это позволило бы сделать противоположный вывод. Если, наконец, ему безразлично, какую из двух возможностей выбрать, то это означает, что оба предпочтения, Ч > К и К > М, для него равноценны и полезность чашки кофе находится ровно посредине между полезностями стакана чая и стакана молока. Как мы уже видели, возможность сравнивать пары благ или их наборов — это уже основание для построения количественной шкалы полезностей.

Как могут сравниваться между собой численные значения полезностей решений, если каждое из них может иметь *различные* исходы с *разными* вероятностями?

Рассмотрим самый простой случай. Допустим, что некоторый выбор влечет за собой два возможных исхода, дающих выигрыш в размере *u*1 и *u*2 соответственно. Вероятности исходов могут быть неодинаковыми. Допустим, что выбор был произведен *N* раз, и при этом *N*1 раз наступил первый исход, а *N*2 = *N – N*1— второй. Тогда общая сумма выигрыша равна *N*1*u*1 + *N*2*u*2 а для одного акта выбора выигрыш в среднем равен

|  |  |
| --- | --- |
| *u* = (*N*1*u*1 + *N*2*u*2)/*N* = *u*1 + (1 – )*u*2, |  |

где  = *N*1/*N*— доля первого исхода, 1 –  = *N*1/*N*— доля второго исхода. При большом числе повторений и мало отличаются от вероятностей каждого исхода. Взяв величину равной вероятности первого исхода, мы можем рассматривать величину и как меру *случайного выигрыша*. Например, если величины выигрыша равнялись 20 и 10 единиц с вероятностями 0.6 и 0.4, то и = 0.6 • 20 + 0.4 • 10= = 16 единицам.

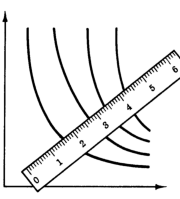
В более общем случае, если *m* возможных исходов дают выигрыши *u*1, *u*2, ..., *um* с вероятностями (так что ), в качестве числовой меры случайного выигрыша мы могли бы принять

|  |  |
| --- | --- |
| *u* = 1*u*1 + 2*u*2 + … +*mum*. |  |

Показатель такого вида называется *математическим ожиданием* и играет важную роль в теории вероятностей.

Заметим, что математическое ожидание случайного выигрыша зависит и от *выигрышей* при различных исходах, и от *вероятностей* каждого из них. Если, как и раньше, выигрыши равны 20 и 10 единицам, а вероятность а пробегает все значения от 0 до 1, то математическое ожидание принимает все значения от 10 до 20 единиц. И если у нас есть вариант выбора с фиксированным (не случайным) промежуточным выигрышем, скажем, 14 единиц, то можно подобрать такую вероятность , что случайный выигрыш окажется равноценным рассматриваемому фиксированному (как легко проверить, в данном случае  = 0.4).

**Лотерея как средство измерения полезности.** Как мы видели, ординалистский подход к полезности вовсе не запрещает ее количественного выражения; он допускает большое разнообразие шкал, требуя от них лишь взаимной монотонности. Именно этот произвол в выборе шкал, при котором требуется лишь, чтобы переход от одной шкалы к другой не нарушал порядка (т. е. чтобы деления на линейках рис. 21 не были перепутаны), и означает, что мы имели дело с порядковой полезностью.

  
Рис. 21. Ординалистская функция полезности.

Кривым безразличия могут быть присвоены числовые значения с помощью любой монотонной шкалы. Все изображенные на рисунке линейки в равной степени пригодны для этой цели.

Допустим ли такой же произвол в случае, когда наш выбор может иметь случайные исходы, а в качестве числовой меры случайного исхода используется показатель типа математического ожидания? Легко убедиться, что нет.

Сравним два варианта выбора. Первый приводит к случайному результату с двумя исходами *А* и *В* (рис. 22), имеющими равные вероятности 0.5 и 0.5; второй — к промежуточному (по предпочтениям) неслучайному результату *С*.

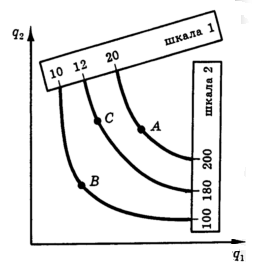
****

Рис. 22. Случайная полезность в разных шкалах

Допустим, что в некоторой шкале *u*1(*А*) = 20, *u*1(*B*)= = 10 и *u*1(*С*) = 12. Полезность первого варианта выбора определяется величиной 0.5•20 + 0.5•10= =15, и он предпочтительнее второго, полезность которого в этой шкале всего 12 единиц.

Теперь рассмотрим иную шкалу, в которой *u*1(*А*) = 200, *u*2(*В*) = 100 и *u*2(*С*) = 180. Порядковые отношения, устанавливаемые этой шкалой, совпадают с предыдущей. Но в ней полезность первого выбора равна 0.5•200 + 0.5•100=150 единиц, и в этой шкале он уступает второму.

Мы пришли к противоречивому результату, а это значит, что, имея дело со случайными последствиями решений и используя для их оценки математические ожидания полезностей, мы не можем выбирать для измерения полезностей шкалы, согласованные друг с другом только в отношении порядка. Какая-то из рассмотренных нами шкал, а может быть, и обе, не годятся для представления случайных полезностей.

Дж. фон Нейман и О. Моргенштерн разработали систему аксиом количественной полезности. Из этих аксиом следует *существование такой функции полезности, математическое ожидание значений которой согласовано с предпочтениями субъекта*.

А раз такая функция существует, можно представить себе инструмент для измерения ее значений.

Всякое измерение есть сравнение с эталоном. В нашем случае в качестве эталона следовало бы выбрать такую вещь, приобретение которой вело бы к случайным результатам, сильно различающимся по полезности. Идеальным примером подобной вещи служит лотерейный билет: покупатель, изучив условия лотереи, знает, какие в ней разыгрываются призы и может оценить вероятность получения каждого из них. Единственное, чего он не знает, достанется ли ему выигрыш.

Ситуация, рассмотренная нами выше и иллюстрируемая рис. 22, может рассматриваться как дилемма, стоящая перед потребителем: купить ли ему вполне определенный набор благ С или билет беспроигрышной лотереи, в которой разыгрывается поровну “хороших” наборов *А* и наборов “похуже” *В*. Аксиома рациональности в теории Неймана—Моргенштерна утверждает, что потребитель в состоянии решить, какой из покупок — набору *С* или лотерейному билету — он отдает предпочтение.

Рассмотрим теперь лотерею, в которой разыгрываются два приза: соответствующий самому высокому уровню удовлетворения потребностей субъекта Х (“хороший”) и самому низкому П (“плохой”). Произвольно установим значения функции полезности *U*(П) = 10, *U*(X) = 20. Оказывается, мы тем самым однозначно установили значения функции полезности для всех наборов благ.

Допустим, что потребитель сравнивает приобретение некоторого конкретного набора благ с участием в такой лотерее. Если вероятность выигрыша Х велика (а вероятность 1 — выигрыша П мала), то он, пожалуй, предпочтет лотерею. Если же величина слишком мала, то он откажется от лотереи в пользу набора *С*. При некотором промежуточном значении вероятности, обозначим его , оба варианта окажутся равноценными. Если считать, что *U*(*Q*) —та самая функция полезности, существование которой следует из принятых аксиом, то должно выполняться равенство

|  |  |
| --- | --- |
| *U*(*C*) = *CU*(*X*) + (1 – *C*)*U*(П) = 20*C* + 10(1 – *C*), |  |

а это значит, что мы однозначно определили полезность набора *С*. Так, если *C* = 0.6, то *U*(*C*) = 16, как в одном из рассмотренных выше примеров. Мы выбрали призы Х и П таким образом, что любой набор благ окажется промежуточным (в смысле порядка). Поэтому для любого набора благ можно подобрать соответствующее значение вероятности , при котором лотерея с точки зрения субъекта не лучше и не хуже этого набора, и описанная нами процедура однозначно определила бы числовое значение полезности любого набора.

Напомним, что значения *U*(*X*) и *U*(П) мы назначили произвольно. Но, закрепив их, мы уже однозначно задали всю шкалу полезностей. Придавая произвольное значение *U*(П) =  и любое, но обязательно большее, значение *U*(*X*) = *а* + *b*, мы для набора *С* получили бы значение полезности

|  |  |
| --- | --- |
| *U*(*C*) = *C*(*a* + *b*) + (1 – *C*)*a* = *a* + *b**C*. |  |

Таким образом, все шкалы различаются между собой только значением свободного члена *а* (это может быть любое число) и коэффициента пропорциональности *b* (это может быть любое положительное число). Иными словами, любая шкала полезности по Нейману—Моргенштерну может быть получена из любой другой с помощью линейного преобразования — изменения начала отсчета и масштаба. Наиболее естественной представляется шкала, в которой *U*(П) = 0, *U*(X) = 1. Здесь полезность любого набора совпадает с вероятностью выигрыша “хорошего” приза в “безразличной” лотерее, *U*(*C*) = *C*.

Теория полезности Неймана-Моргенштерна возникла тогда, когда в экономической науке уже утвердилось представление о том, что порядковая полезность достаточно полно описывает поведение потребителя. Новый взгляд, требовавший возврата (хотя и на ином уровне) к количественной полезности, естественно, вызвал активную дискуссию в ученом мире. К настоящему времени сферы применения обоих подходов в основном разделились. Там, где имеется *однозначная* связь между выбором и его последствиями, вполне достаточен ординалистский подход, и в наших дальнейших лекциях мы ограничимся порядковой полезностью. Но в тех задачах, где нужно учесть *случайный* характер этой связи, требуется количественное измерение полезности.

**Реакция потребителя на изменение дохода и цен.** Итак, при некотором заданном доходе и заданных ценах потребитель однозначно определяет свои расходы - выбирает на бюджетной линии точку, которая соответствует самой "полезной" кривой безразличия. А что произойдет, если изменится доход и, следовательно, изменятся покупательные возможности потребителя? При неизменных ценах это выразится в параллельном сдвиге бюджетной линии. В случае увеличения дохода она отодвинется от начала координат и потребителю станут доступны более далекие кривые безразличия, а в случае уменьшения приблизится к началу координат и потребителю придется перейти на меньший уровень полезности.

На каждом уровне дохода потребитель будет выбирать самый полезный набор благ, и можно сказать, что каждой бюджетной линии соответствует своя оптимальная точка. Если мы рассмотрим все возможные уровни дохода и соединим все точки выбора, соответствующие каждому уровню, то мы получим линию *доход-потребление*. По ней движется потребитель при изменении своего дохода (рис. 23).

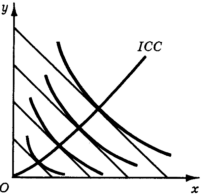
****

Рис. 23. Кривая доход-потребление *х* - питание, а *y* - одежда

На основании линии доход-потребление можно построить график *доход-расходы* для отдельного блага. На горизонтальной оси будем откладывать величину дохода, а на вертикальной - денежную сумму расходов на данное благо (рис. 24). Кривые такого типа называют *кривыми Энгеля* - по имени немецкого статистика XIX в. По характеру кривых Энгеля можно судить об отношении потребителя к благам: c ростом дохода кривая расходов на питание теряет наклон - спрос насыщается, а кривая расходов на одежду становится все круче - почти все приращение дохода уходит на одежду. Эта зависимость была видна на линии доход-потребление (рис. 1).

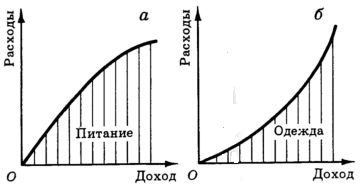
****

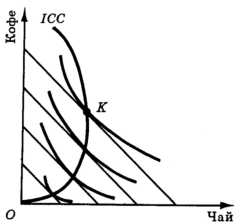
Рис. 24. Кривые доход-расходы на питание (*а*) и одежду (*б*).

Отметим, однако, что с увеличением дохода потребитель покупает больше и пищи, и одежды. В таких случаях экономисты говорят, что продукты питания и одежда являются *нормальными товарами* с точки зрения потребителя.

Если же объем закупок некоторого товара падает при увеличении потребительского дохода, то такой товар носит название низшего блага (*англ.* interior good). Например, большинство хозяек с увеличением дохода предпочитают использовать при приготовлении пищи все меньше дешевого маргарина, заменяя его более дорогим (но, по общему мнению, и более привлекательным) сливочным маслом.

Следует подчеркнуть, что один и тот же товар может быть низшим благом для одного потребителя и нормальным товаром для другого. Так, если потребитель рассматривает чай лишь как дешевый заменитель кофе, то с ростом дохода он будет, естественно, сокращать закупки чая, заменяя его кофе, и чай окажется низшим благом. В то же время для другого потребителя, который пьет чай потому, что ему это нравится, чай не будет низшим благом.

Но даже и для одного потребителя один и тот же товар может являться нормальным при одном уровне дохода и низшим благом при другом уровне. Рассмотрим потребителя, который любит и кофе, и чай, но все же в некоторой степени предпочитает кофе: при небольшом уровне дохода чай будет являться для этого потребителя нормальным товаром, однако с ростом дохода, когда кошелек сможет выдержать переход потребителя на кофе, чай рискует оказаться низшим благом

  
**Рис. 25.** Линия доход-потребление (чай - низшее благо).

На рис. 25 представлена линия доход-потребление некоторого потребителя для случая чай-кофе. Легко заметить, что эта линия на участке выше точки К поворачивает в направлении уменьшения потребления чая (в отличие от линий доход-потребление для пищи и одежды, изображенной на рис. 24). Такой поворот линии доход-потребление на рис. 25 означает, что при уровне дохода потребителя, превышающем уровень, для которого оптимальной комбинацией кофе и чая является набор *K*, чай становится низшим благом. На основе рис. 25 можно построить кривую Энгеля для расходов на чай (рис. 26).

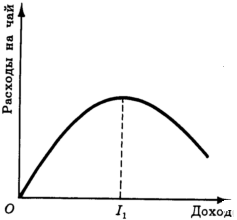
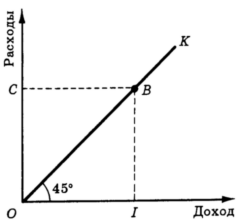


Рис. 26. Чай - нормальный товар при доходе меньшем, чем *I*1, низшее благо при доходе выше *I*1.

Перейдем теперь к весьма важному свойству кривых Энгеля: оказывается, кривые расходов на все потребляемые товары могут быть представлены на одном графике. Как это сделать? Проведем на плоскости доход-расходы линию, на которой расходы равны доходу. Как известно из курса математики, эта линия - биссектриса центрального угла (рис. 27). На рис. 28 эта линия показана прерывистой линией. Так как мы считаем, что потребитель весь свой доход тратит на приобретение товаров, данная линия представляет собой линию суммарных расходов потребителя на все приобретаемые товары.

  
Рис. 27. Биссектриса координатного угла.

Пусть потребитель (как и в начале настоящего раздела) покупает два продукта - пищу и одежду. Изобразим на рис. 28 кривую расходов на питание. Ордината любой точки на этой кривой показывает, как известно, величину расходов на питание при данном уровне дохода потребителя. Так, *I*1*F*1 - расходы на питание при доходе *I*1. В то же время *I*1*G*1, - величина суммарных расходов потребителя при доходе *I*1, (исходя из рассмотренных свойств линии *ОK*). Тогда что же показывает отрезок *F*1*G*1? Очевидно, *F*1*G*1 = *I*1*G*1 - *I*1*F*1 -величина расходов потребителя на одежду. Аналогичные рассуждения можно провести для любого уровня потребительского дохода (например, для дохода *I*2: *I*2*F*2 - расходы на питание; *I*2*G*2 - суммарные расходы; *F*2*G*2 - расходы на одежду). Таким образом, на рис. 28 мы можем одновременно видеть, как изменяются при изменении дохода и расходы на питание, и расходы на одежду.

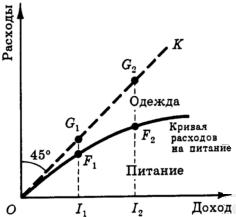
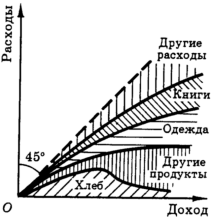
****

Рис. 28. Расходы на питание, одежду и суммарные расходы потребителя.

А что если выйти за рамки нашего двухмерного случая в реальный мир, где потребитель покупает не два, а гораздо большее число товаров? И в этом случае расходы на все товары могут быть представлены на одном графике (рис. 29), построенном по тому же принципу, что и рис. 28.

  
Рис. 29. Распределение потребительских расходов по статьям.

Заметим, что в теории потребления мы все время предполагаем, что потребитель весь свой доход тратит на приобретение различных товаров. В действительности же потребитель при некотором уровне дохода может делать сбережения. В этом случае доходы потребителя будут превышать расходы на величину сбережений (рис. 30). С другой стороны, при низком уровне дохода потребитель вынужден брать деньги в долг, чтобы свести концы с концами. Эта ситуация представлена на рис. 31.

|  |  |
| --- | --- |
| 50_15_f8 Рис. 30**.** Появление сбережений после некоторого уровня дохода. | Рис. 31. При низком доходе потребитель вынужден занимать, при высоком - может сберегать. |

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Реакция потребителя на изменение цен.** Если изменение дохода при постоянных ценах выражалось в параллельных сдвигах бюджетной линии (рис. 23), то изменение цены на один из товаров при постоянстве дохода и цены другого товара будет выглядеть как поворот бюджетной линии (рис. 32). Таким образом, каждому значению цены товара Х будет соответствовать своя бюджетная линия, а каждой бюджетной линии - своя точка касания с какой-нибудь кривой безразличия. Соединив все эти точки выбора, как в предыдущем разделе, мы получим *линию цена-потребление* товара *X*.  50_15_f10 Рис. 32**.** Построение линии цена-потребление товара *Х*.  То же самое можно проделать и для цены другого товара, появится линия цена-потребление товара *Y* (рис. 33). Обе линии характеризуют изменение потребительского выбора при изменении цен товаров *Х* и *Y*, по ним потребитель движется при повышении или понижении цены одного из товаров. Но каким образом происходит это движение? Необходимо помнить, что потребитель всегда находится на пересечении этих линий в точке *А* (рис. 34). Но обе эти линии не просто пересекаются, они "выходят" из это точки. Это гипотетические дорожки, по которым будет двигаться потребитель в случае изменения одной из цен. Причем, когда он будет перемещаться по одной линии, другая в это время будет двигаться за ним как приклеенная (рис. 35). Обе линии всегда должны выходить из той точки, где находится потребитель.    Рис. 34. Кривые цена-потребление для товара *Х* (I), товара *Y* (II) и кривая доход-потребление (III).  50_15_f13 Рис. 35. Движение по одной из кривых цена-потребление.  Необходимо также отметить, что линия доход-потребление тоже выходит из этой точки (рис. 34). Это третья дорожка возможного движения потребителя при прочих равных. По ней он начнет перемещаться в случае изменения дохода. Но в реальной действительности эти траектории могут никогда не реализоваться, всегда существуя гипотетически.  На основе линии цена-потребление (где изменяется цена товара *X*) можно построить график зависимости объема потребления товара *Х* от его цены (рис. 36, *а*). Это есть не что иное, как кривая спроса. Аналогичным способом можно построить кривую спроса на товар *Y* (рис. 36, *б*). При повышении или снижении цены одного товара будет изменяться потребление не только этого, но и других товаров. Эту связь между кривыми спроса разберем на примере падения одной из цен, а именно снижения цены товара *Х* при постоянстве цены товара *Y*.    Рис. 36. Кривая спроса для товара *Х* (*а*) и для товара *Y* (б). Площадь заштрихованного прямоугольника обозначает сумму расходов на товар.  Итак, потребитель находится в точке *А* (рис. 37, *а*), покупая в единицу времени *x*0 товара *Х* по цене и *y*0 товара *Y* по цене (рис. 37, *б*). Когда цена *Х* внезапно падает с до , у потребителя появляется лишняя сумма денег, которой он может распорядиться. Этот выигрыш потребителя не зависит от формы кривой спроса, он полностью определяется исходным объемом потребления *x0* и величиной падения цены (-). Но кривая спроса показывает, как он распределит высвободившуюся сумму. Посмотрите на рис. 37, *а*. Потребитель увеличивает расходы на товар *X*, переходя по кривой спроса из точки *А* в точку *В*. Заштрихованные площади на рис. 37, *а* показывают уменьшение расходов из-за снижения цены и их увеличение, связанное с покупкой дополнительного количества товара *X*.    Рис. 37. Последствия снижения цены товара *X*: движение вдоль кривой спроса на товар *X* (*а*) и сдвиг кривой спроса на товар *Y* (*б*). Случай низкоэластичного спроса на товар *X*.  А как это изменение изобразится на втором графике (рис. 37,*б*)?  Это выразится не в движении вдоль кривой спроса на товар *Y* - его цена остается прежней. Изменение цены на товар *Х* изображается *сдвигом* кривой спроса на товар *Y*. Но в какую сторону?  Если эластичность спроса на товар *Х* по абсолютной величине меньше единицы, то расходы потребителя на приобретение дополнительного количества товара *Х* меньше его выигрыша за счет снижения цены, и в целом его расходы на приобретение товара *Х* уменьшатся. Остальная часть его выигрыша пойдет на увеличение покупки товара *Y*, и кривая спроса сместится вправо. Площадь заштрихованного прямоугольника на рис. 37*,б* показывает дополнительные расходы на товар *Y*.  Но если спрос на товар *Х* высокоэластичен (эластичность по абсолютной величине больше единицы), то произойдет иначе. Расходы на покупку товара *Х* возрастут, и потребителю придется сократить расходы на покупку товара *Y*, а следовательно, уменьшить объем его потребления. Кривая спроса сместится влево (рис. 38,*б*).  50_15_f16  Рис. 38. Тот же процесс, что и на рис. 37.  Случай высокоэластичного спроса на товар *Х*.  Но эластичность не остается постоянной на всем протяжении кривой спроса. На рис. 17 показана линейная функция спроса на товар *X*. Участок I характеризуется высокой эластичностью, и при снижении цены товара *Х* на этом участке кривая спроса на товар *Y* сдвигается влево. Но в точке *В* эластичность становится единичной и при дальнейшем движении продолжает снижаться, а кривая спроса на товар *Y* начинает смещаться вправо (участок II).    Рис. 39**.** Кривая спроса на товар *Х* имеет высокую эластичность на участке I и низкую эластичность на участке II. Тот же процесс, что на рис. 37,38.  Аналогично можно рассмотреть падение цены другого товара и повышение каждой из цен. | |

**Кривые Энгеля.** Распределение потребителем своего бюджета можно исследовать не только исходя из теоретических предпосылок (как мы это делали раньше), но и эмпирически - проследить, какие решения принимают в тех или иных случаях реальные потребители.

Как это сделать? В принципе можно просто попросить их мысленно оценить свой выбор в тех или иных условиях (при меняющихся доходе или ценах) и на основе их ответов построить кривые типа "если-то", характеризующие предпочтения конкретных потребителей. Но здесь есть серьезное препятствие. Совпадет ли мысленная оценка с выбором в реальных условиях? Попробуйте ответить на вопрос: как бы вы распределили свой доход, если бы он вырос в два, пять, десять раз?

Для получения правильных данных и построения кривых Энгеля или кривых спроса нужно провести эксперимент. Однако искусственные эксперименты такого рода тоже весьма трудно осуществимы. Представьте себе, что в вашем городе нужно методично и спокойно повышать каждую неделю цену на хлеб или каждый месяц уменьшать доходы и смотреть, как мечутся и волнуются потребители ради нашего научного любопытства. Или понижать цену на молоко и повышать доходы, а на самом интересном месте объявить, что эксперимент закончился!

Но если мы посмотрим повнимательнее, мы можем увидеть, что все-таки один "эксперимент" уже произошел сам собой, естественным образом, и позволяет нам построить кривые Энгеля.

Если выбрать несколько потребителей, которые сталкиваются с одинаковыми продуктами и ценами, но имеют разные доходы, и зафиксировать их расходы, то у нас появится возможность исследовать изменение потребления в связи с изменением дохода.

"Почему? - может спросить читатель, - ведь это разные люди, и никакого изменения дохода ни у одного из них не происходит".

Да потому, что их можно рассматривать как одного и того же потребителя, помещаемого в одну и ту же систему, но каждый раз с другим доходом. Поэтому, нанеся их расходы на питание, одежду и т. д. на график, можно получить кривые Энгеля. А если мы во время исследования постараемся захватить представителей разных имущественных слоев, у нас получится как бы вертикальный срез целого общества (рис. 29) - картинка, показывающая, кто, сколько и чего потребляет в момент исследования, и изображающая реакцию людей на изменение дохода.

"Но все-таки - это разные люди, которые в одной и той же ситуации не будут вести себя одинаково. Для них не может существовать одинаковых кривых Энгеля",-скажет читатель и, строго говоря, будет прав.

Но в этих кривых есть свой смысл. Самым разным людям присущи общие культурные и психологические закономерности поведения. И подобные исследования позволяют сделать общие выводы о характере потребления "среднего" человека при данном ассортименте продуктов и системе цен. А насколько эти общие тенденции свойственны каждому из людей - тема для интересной дискуссии.

Обратившись к истории, увидим, что изучение потребления на основе бюджетной статистики началось задолго до появления графического аппарата его анализа.

Сама бюджетная статистика, как сбор фактического материала, зародилась в Англии в самом конце XVIII в., хотя ученые того времени не подозревали, какое развитие может получить эта тема в дальнейшем. Первые исследования были связаны с голодом и бедствиями рабочих после неурожая 1794-1795 гг.: нужно было узнать, как живут люди. Под влиянием этой же причины стали появляться бюджетные исследования и в других странах Западной Европы. Но еще полстолетия это был только сбор статистического материала, пусть все более и более хорошо организованный. Вопросы теоретического изучения потребления людей еще очень долго не ставились, и первыми, кто это сделал, были немецкие статистики. Эрнст Энгель, работая над статистическими данными разных лет и разных стран, заметил постепенное уменьшение относительной доли расходов на питание в бюджете по мере его роста. Приведем его слова: "Исследование различных бюджетов показало не только то, что чем меньше доход, тем бульшая часть его тратится на питание, но также, что питание, кроме того, ухудшается; оно показало далее, что чем меньше доход, тем бульшая часть его приходится на физическое содержание и меньше остается для духовного развития" (*Engel Е*. Das Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirt-schaftleben der Nation. Berlin, 1881. S. 39).

Вероятно, это было самое первое теоретическое заключение о характере потребления в зависимости от дохода. Отсюда также вытекало, что по доле бюджета, идущей на питание, можно судить об уровне благосостояния человека. Этот показатель используется и сейчас в международной статистике (семья считается бедной, если она тратит более 50 % своего дохода на питание).

Позже другой немецкий статистик, Адольф Швабе, распространил эту зависимость и на жилищные расходы. С тех пор эти два закона известны как законы Энгеля и Швабе. Кривые, связывающие доходы и расходы, стали называть кривыми Энгеля. И хотя сам Энгель графиками не пользовался, это название вполне оправдано, так как он изучал те же самые зависимости.

Российские статистики тоже проводили аналогичные исследования. Они хорошо знали законы Энгеля и Швабе и часто подвергали их проверке. Особенно следует выделить Владимира Федоровича Арнольда, который в начале XX в. проводил бюджетные обследования семей в Воронежской губернии и выразил наблюдаемые им тенденции в алгебраической форме. Это был еще один шаг в области теоретического анализа потребления (*Арнольд В*. Законы соотношения главнейших элементов хозяйственных бюджетов // Народное хозяйство. 1903. Кн. 1. С. 36). Арнольд обнаружил, что увеличение потребления отдельных благ по мере роста благосостояния семей хорошо описывается формулой

|  |  |
| --- | --- |
| *R = а + bB*, |  |

где *R* - расход на потребляемое благо; *В* - общий денежный бюджет крестьянского хозяйства; *а* и *b* - константы, различающиеся по группам семей разного достатка. При этом, однако, Арнольд сделал исключение для повседневных продуктов питания и водки. Динамика потребления этих продуктов весьма точно выражалась формулой

|  |  |
| --- | --- |
| *R = а + bB + cB*2, |  |

причем для водки *b* оказалось равным нулю.

А графический аппарат для анализа появился позже, одновременно с изобретением кривых безразличия. Линии доход-потребление ввел в экономическую науку Дж. Хикс в 20-е гг.

Спустя еще десять лет эта тема получила дальнейшее развитие в книге Джона Мейнарда Кейнса "Общая теория занятости, процента и денег" (1936 г.). Кейнсу нужно было определить форму зависимости между величиной дохода и его частью, которая тратится на потребление в целом. В конечном счете он говорил о закономерностях распределения совокупного дохода в обществе, но в основе лежало именно представление о реакции отдельного потребителя на увеличение дохода. Эта реакция была у него описана как "основной психологический закон": "Люди склонны, как правило, увеличивать свое потребление с ростом дохода, но не в той же мере, в какой растет доход".

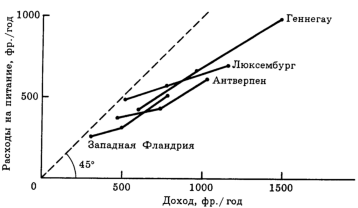
Формально кейнсианская функция потребления имеет вид

|  |  |
| --- | --- |
| *С = С0 + сY*, |  |

где *С0* - минимальный независимый от уровня дохода объем потребления; *с* - предельная склонность к потреблению: отношение приращения потребления к приращению дохода; *Y* - величина дохода.

Очевидно, что убывание доли потребления в соответствии с психологическим законом Кейнса, подобно убыванию доли расходов на питание, отмеченному Энгелем, отражает общую закономерность распределения потребителем возрастающего дохода. Кейнс, как, впрочем, и Энгель, не изображал графически функцию потребления, и в 1945 г. П. Самуэльсон ввел в научный оборот график доходы-расходы 45 градусной линией для изображения потребительской функции, чем сделал очень удобным изображение и кривых Энгеля. Представим теперь читателю кривые Энгеля, построенные нами по данным бюджетной статистики разных лет.

На рис. 40 (Бельгия) и рис. 41 (Саксония) на язык кривых переведены данные, которыми пользовался Энгель. Это результаты одного из самых первых исследований.

  
Рис. 40. Кривые Энгеля для Бельгии, 1853 г. Исследованием было охвачено девять областей страны. Мы же для большей четкости нанесли данные только для четырех из них. Несмотря на отклонения, эти кривые имеют четко выраженное направление Источник: *Щербина Ф*. Крестьянский бюджет. Воронеж, 1900. С. 403-405.

****

Рис. 41. Кривые Энгеля для Саксонии, 1857 г Источник:*Маршалл А*. Принципы политической экономии. М., 1983. Т. 1. С. 182.

На рис. 42 данные первого американского исследования, которое провел К. Райт в 1875 г.

Ну а на рис. 43 данные для бывшего СССР 1988 г., взятые из советской бюджетной статистики.

|  |  |
| --- | --- |
|  | |
| Рис. 42. Кривые Энгеля для Америки, 1875 г. Здесь, как и на предыдущем графике, расходы на питание занимают еще довольно большую часть общих расходов, но уже видны небольшие сбережения при росте дохода, а также "дефицитное" потребление при очень маленьком его уровне. **Источник:** *Engel Е*. Das Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirtschaftleben der Nation. Berlin, 1881. S. 41-42. | Рис. 43. Кривые Энгеля для CCCР, 1988 г. **Источник:** *Белова Н. Ф., Дмитричев И. И.* Семейный бюджет. М., 1990. С. 68. |

# ЛЕКЦИЯ. Основы теории производства

В микроэкономике основное внимание уделяется технологической стороне производства.

Под *технологией* понимают методы обработки, изготовления, преобразования форм и свойств ресурсов в процессе производства. Зависимость между количеством и структурой использованных ресурсов и максимально возможным количеством продукции, который фирма способна произвести в течение определенного периода времени называется *производственной функцией*.

Производственная функция может быть представлена в виде таблицы, графика и аналитически в виде уравнения:

R9_image001

где *Q* – выпуск продукции,

*Xi* – объем  *i*-го ресурса.

Можно выделить следующие свойства производственной функции:

1. Каждая производственная функция характеризует ту или иную *эффективную (или оптимальную) технологию*, которая позволяет при определенных объемах использованных ресурсов произвести максимально возможное количество продукции или заданный объем выпуска с минимальным объемом факторов производства. Изменение технологии предполагает изменение производственной функции.

2. Если отсутствует хотя бы один из факторов производства, то выпуск продукции невозможен.

3. Если фирма увеличивает применение одного ресурса при неизменном объеме других ресурсов либо применяет в больших объемах все ресурсы, то она расширяет производство и увеличивает выпуск, используя данную технологию.

4. Производственная функция характеризует технологию с непрерывной заменяемостью факторов, по крайней мере, в некотором диапазоне их изменений. Это позволяет использовать математический аппарат дифференциальных исчислений.

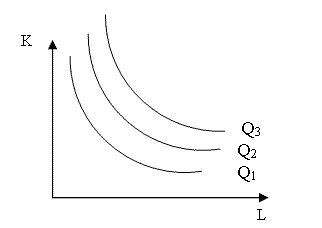
Фирма может произвести одно и то же количество продукции, используя разные комбинации факторов производства, то есть разные способы производства по данной технологии. *Технологический выбор фирмы* означает выбор из множества способов производства одного в пределах данной технологии. *Экономический выбор фирмы* зависит от соотношения цен экономических ресурсов и влияет на технологический выбор.

Для выявления основных экономических закономерностей обычно используют двухфакторную производственную функцию, которую можно представить как зависимость между объемом производства (Q) и затратами факторов производства (труда L, капитала К):

*Q = f (K, L)*.

В графической форме производственная функция фирмы может быть представлена группой изоквант. *Изокванта* представляет собой кривую, которая показывает все сочетания производственных факторов, дающих определенный объем выпуска продукции. Таким образом, каждая изокванта отражает какой-то конкретный объем производства для данной технологии (например, объем выпуска – 1000 единиц продукции). И тогда производственная функция фирмы – это *карта изоквант* с различными уровнями объема производства.

Q1; Q2; Q3 - карта изоквант.



Можно выделить следующие свойства изоквант:

1.    Чем дальше изокванта от начала координат, тем больше объем выпуска продукции.

2.   Нисходящий и вогнутый характер изакванты определяется тем, что при движении по кривой уменьшение потребления капитала (*K*) требует увеличения потребления труда (*L*), чтобы не допустить изменения объема производства (*Q*).

3.   Вогнутая форма изокванты определяется *предельной нормой технологического замещения*:

R9_image003

*Предельная норма технологического замещения* показывает какое количество капитала может заменить одна дополнительная единица труда, при условии что объем выпуска останется неизменным. Графически она может быть представлена как касательная к изокванте в данной точке. И угол наклона этой касательной соответствует *MRTS*.

**Динамика производства в краткосрочном периоде и закон убывающей отдачи**

В теории производства используют понятия общего, среднего и предельного продукта.

*Общий продукт*, *ТР* (total product) – это одно и то же, что и общий объем выпуска .

*Средний продукт* характеризует среднюю производительность всех единиц ресурса (труда, капитала), *предельный продукт* – производительность последней дополнительной единицы ресурса.

*Средний продукт труда*, *АРL* (average product of labour) показывает количество общего продукта, которое приходится на единицу труда:

R9_image004

Средний продукт труда также называют производительностью труда.

*Средний продукт капитала*, *АРK* (average product of capital) показывает количество общего продукта, которое приходится на единицу капитала:

R9_image005

Средний продукт капитала называют также капиталоотдачей.

*Предельный продукт труда*, *МРL* (marginal product of labour) показывает, на сколько изменится общий продукт при изменении труда на одну единицу, если объем используемого капитала не изменится:

R9_image006

*Предельный продукт капитала*, *МРK* (marginal product of capital) показывает, на сколько изменится общий продукт при изменении капитала на одну единицу, если объем используемого труда не изменится:

R9_image007

Как уже было отмечено в предыдущих темах краткосрочный период (*SR*) предполагает тот факт, что, по крайней мере, один из факторов производства остается фиксированным. Используя двухфакторную модель производства, предположим, что капитал (*К*) является постоянным фактором, а труд (*L*) – переменным. Изменение общего, среднего и предельного продукта труда можно рассмотреть на следующем графике.

На графике видно, что динамику производства в краткосрочном периоде можно представить в виде трех стадий.

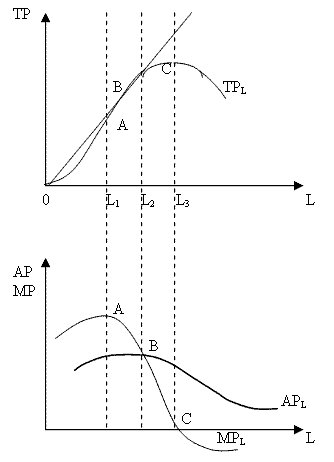
**Стадия 1** – от 0 до *L2* , где *АРL = max*. Эта стадия связана с началом производства. Капитал здесь является избыточным фактором по сравнению с трудом, а увеличение применения труда увеличивает совокупный и средний продукт труда (*TP, APL*).

**Стадия 2** – от *L2* до *L3*, где *МРL* = 0.

*Совокупный продукт на этой стадии увеличивается и достигает своего максимума в точке С. Средний и предельный продукт труда при этом убывают.*

**Стадия 3** – от L3 и далее. На этой стадии, когда предельный продукт труда становится отрицательным, совокупный продукт при увеличении использования труда убывает. Использование труда  в такой ситуации становится избыточным.

Таким образом, при невозможности увеличить использование одного из факторов (в данном случае - капитала) оптимальном для фирмы будет стадия 2 с максимальным возможным выпуском С.



Другим важным выводом является то, что вовлечение в производство все новых работников при неизменном объеме капитала сначала приводит к положительному приросту общего продукта, затем к снижению прироста выпуска. Это связано с действием основного закона, характеризующего производство в краткосрочном периоде, - *закона убывающей отдачи*:

*Закон убывающей отдачи* показывает, что в краткосрочном периоде а, начиная с некоторого момента, увеличение использования переменного ресурса при неизменном объеме другого приводит к уменьшению предельного продукта переменного фактора (MPL).

**Динамика производства в долгосрочном периоде. Эффект масштаба**

Долгосрочный период (*LR*) в деятельности фирмы достаточен для изменения всех вовлекаемых ресурсов. Поэтому в долгосрочном периоде все факторы производства предполагаются как переменные.

Долгосрочную стратегию фирмы можно рассматривать в двух аспектах:

**Первый аспект**. Труд и капитал изменяются одновременно, но в разных направлениях при неизменном объеме выпуска, что выражается через изокванту. *MRTS* определяет величину капитала, которую может заменить каждая единица труда при *Q* – const.

*MRTS* зависит от предельного продукта, рассчитанного для отдельных факторов производства (*K* и *L*). Чем больше предельный продукт труда, тем меньше его надо для замещения капитала, т.е. существует обратная зависимость между *MRTS* и предельными продуктами факторов производства. Таким образом, мы получаем следующую зависимость:

R9_image009

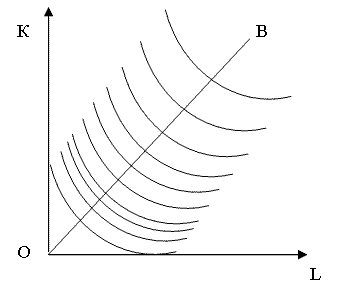
**Второй аспект**. Труд и капитал изменяются одновременно и в одном направлении. Зависимость между увеличением факторов производства и объемом выпуска характеризуется *эффектом масштаба*:

1) Положительный эффект масштаба – когда объем выпуска продукции увеличивается в большей степени, чем затраты ресурсов;

2) Постоянный эффект масштаба – когда объем выпуска продукции увеличивается в той же пропорции, что и затраты ресурсов;

3) Отрицательный эффект масштаба – когда объем выпуска продукции увеличивается в меньшей степени, чем затраты ресурсов.

Эффект масштаба графически может быть показан на карте изоквант:



Чем ближе изокванты друг к другу, тем больше проявляется положительный эффект масштаба. Стабильное расстояние между кривыми характеризует постоянный эффект масштаба. Чем больше расстояние между изоквантами, тем больше отрицательный эффект масштаба.

Таким образом, если в краткосрочном периоде для фирмы важно найти оптимальное соотношение факторов производства (*K* *,L*), то в долгосрочном периоде фирмой решается задача выбора необходимого масштаба деятельности фирмы.

**Изокоста. Равновесие производителя**

Как и в теории потребительского выбора в теории производства также важно определить при каких условиях можно говорить о равновесии производителя. Для этого необходимо сопоставить производственную функция с затратами фирмы на производство, причем в разрезе затрат на различные факторы производства. Совокупные (общие) издержки в двухфакторной модели можно представить следующим уравнением:

R9_image011

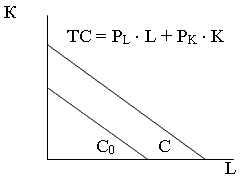
где       *ТС* (total costs) – совокупные издержки,

*w* - ставка заработной платы (другой вариант написания - PL),

*r* - цена (процент) использования капитала (другой вариант написания - PK),

*L, K* - количество труда и капитала.

Информация об уровне издержек позволяет графически построить *изокосту* (линию равных затрат).



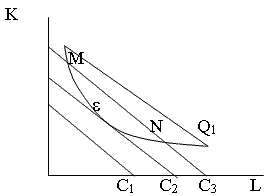
*Изокоста* включает в себя все возможные сочетания труда и капитала, которые имеют одну и ту же суммарную стоимость, то есть все сочетания факторов производства с равными валовыми издержками.

Изокоста графически представляет собой прямую линию, которая определяется двумя предельными точками – максимальным количеством труда и капитала, которое может приобрести фирма.

Изокоста имеет угловой коэффициент, равный отношению цен факторов производства, взятому с отрицательным знаком R9_image013.

Это следует из уравнения изокосты: R9_image014

Используя изокосту, можно определить какой набор факторов производства обеспечивает заданный выпуск с наименьшими совокупными издержками (ТС). Решение данной проблемы – в точке касания () изокосты с изоквантой, которая отражает *равновесие производителя*.



В точке  углы наклона изокванты и изокосты одинаковы, то есть:

R9_image016

Выше было отмечено, что предельная норма технологического замещения соответствует углу наклона касательной к изокванте, а в ситуации равновесия изокоста является касательной, таким образом, ее угол наклона соответствует *MRTS*.

R9_image017

Наконец, из этого уравнения следует, что отношение предельного продукта каждого из факторов производства к их цене в точке  должны быть равны.

R9_image018

Это отношение отражает ситуацию равновесия производителя.

# ЛЕКЦИЯ. Фирма: цели, издержки, выпуск

**Теории фирмы. Цели фирмы.** Хозяйствующие субъекты, осуществляющие преобразование факторов производства в конечный продукт, называются *фирмами*. Следует отметить, что в экономической теории существует несколько фундаментальных и прикладных концепций теории фирмы:

* *технологическая концепция фирмы* основана на неоклассической теории, которая основное внимание уделяет технологии, производственному процессу, изучению зависимости поведения фирмы от изменения цен на ресурсы и конечный продукт;
* *менеджеристская концепция* , которая изучает разделение интересов внутри фирмы и взаимодействие собственником, менеджеров и работников предприятия;
* *институциональная теория фирмы* выявляет роль контрактов, как основы внутрифирменного и межфирменного взаимодействия, трансакционных издержек, общих и специфических ресурсов;
* *эволюционная концепция фирмы* делает акцент на множественности вариантов выбора и широкий спектр критериев оптимальности принимаемых решений, на влияние внешней среды (традиций, обычаев, рутины) на поведение фирмы;
* *теория игр* предлагает математический аппарат для разработки стратегии в условиях неопределенности, принятия стратегических решений с учетом возможных действий конкурентов.

Таким образом, альтернативные варианты теории фирмы представляют различные грани широкого понятия «фирма» и ее поведения в конкурентном пространстве.

Отметим наиболее важные положения неоклассической теории, которые имеют значение для настоящей темы:

* Фирма рассматривается как «черный ящик», на «вход» которого поступают факторы производства, на «выходе» получают продукцию.
* Неоклассическая теория абстрагируется от внутренней структуры фирмы, ее организации, интересов собственников, управляющих, наемных работников, инвесторов, поставщиков и т.п.
* Фирма представляется как действующая производственная функция.
* Считается, что экономической целью фирмы как экономического агента является ***максимизация (экономической) прибыли***.

Однако следует отметить, что в отличие от неоклассической теории, где единственной целью производства для всех хозяйствующих субъектов подразумевается максимизация прибыли, другие концепции фирмы считают допустимым существование различных целей фирм в зависимости от их размеров, власти, структуры и квалификации работников. Другой важной целью является ***рост фирмы***, так как только при этом условии могут быть достигнуты отдельные частные цели различных фирм, среди которых выделяют:

* *защитные цели* , которые включат защиту интересов фирмы от конкуренции, достижение наибольших доходов, прибыли, заработной платы;
* *позитивные цели* , которые предполагают достижение определенных финансовых результатов, повышение по службе, улучшение условий труда и т.д.;
* *сочетание конечных результатов с действиями* , которые обеспечили бы этот рост;
* постоянная и долгосрочная *демонстрация стабильности* или еще лучше роста доходов, свидетельствующая об устойчивом положении фирмы в условиях конкуренции, чтобы вызвать к ней доверие;
* *технический прогресс* для отдельных фирм, имеющих достаточное количество квалифицированной рабочей силы.

**Совокупный, средний и предельный доход фирмы.** Прибыль представляет собой разницу между доходом и издержками производства. Следовательно, чтобы определить объем производства фирмы, максимизирующий прибыль, необходимо проанализировать ее доходы.

*Совокупный доход* ( total revenue) – это объем выручки, который фирма получает от реализации товара на рынке. В общем случае фирма продает товар по разным ценам и, следовательно, совокупный доход можно представить как сумму дохода, полученного по каждой цене, который равен произведению цены продукта и количества проданных единиц товара:

0001

*Средний доход* ( average revenue) – это совокупный доход на единицу продукции:

0002

*Предельный доход* ( marginal revenue) представляет собой приращение общей выручки фирмы в результате продажи дополнительной единицы товара:

0003

Рациональная фирма сопоставляет доход, полученный от продажи определенного объема продукции на рынке, и издержки на ее производство.

**Издержки и прибыль: экономический и бухгалтерский подход.** В самом общем виде *издержки производства* ( *С*) – это затраты на производство продукции. Издержки производства являются одновременно и простой и очень сложной категорией. Простой, потому что само значение слова «издержки» подсказывает, что это то, во что обходится предпринимателю и фирме организация производства, а сложной – потому что существует ряд методологически разных подходов к определению сущности, классификации и величины издержек. Прежде всего, необходимо остановиться на особенностях бухгалтерской и экономической характеристики издержек.

Для производства товара фирма использует как *покупные*, так и *собственные экономические ресурсы*.

Денежные средства, которые фирма платит внешним поставщикам, приобретая у них факторы производства, составляют ее фактические, *явные или бухгалтерские издержки*. Бухгалтер определяет издержки как фактические затраты фирмы на приобретение факторов производства у поставщиков. Они проходят через бухгалтерские документы и этим приобретают явную форму. К ним относят оплату сырья и материалов, оплату транспортных, финансовых, юридических услуг, заработную плату наемным рабочим, налоги и прочие расходы.

С собственными экономическими ресурсами фирмы связаны ее *неявные издержки* , учет которых принципиально отличает экономический подход от бухгалтерского. Поскольку фирма отказалась от использования собственных факторов производства в альтернативных целях, то ее неявные издержки оцениваются как сумма максимального упущенного дохода от этих факторов производства в наилучшем из исключенных вариантов. Так, если собственник фирмы одновременно является ее управляющим, использует собственный капитал и принадлежащее ему помещение, то к неявным издержкам фирмы можно отнести:

* *упущенную заработную плату* , которую он мог бы получать в другой фирме в качестве наемного работника;
* *упущенный рентный доход* , который он мог бы получать, сдавая в аренду собственное помещение;
* *упущенный процентный доход* на собственный капитал, который он мог бы иметь, положив деньги в банк;
* *упущенный предпринимательский доход* , то есть прибыль, которую он мог бы получать в любой другой отрасли, организовав там свой бизнес.

Для собственника все издержки – явные и неявные – являются альтернативными, так как существуют альтернативные варианты использования ресурсов, вложенных им в фирму. *Экономические издержки* представляют собой платежи всем собственникам экономических ресурсов, достаточные для того, чтобы отвлечь эти ресурсы от альтернативных вариантов использования.

*С эк.* = *С бухг.* + *С неявн.*

Таким образом, *бухгалтерский подход* отражает традиционное понимание издержек, но он не отражает того важного обстоятельства, что экономические ресурсы редки и ограниченны, а, следовательно, не учитывает необходимость их эффективного использования. *Экономический подход* основан на выявлении того, какой максимальный доход можно было бы получить при альтернативном использовании израсходованных фирмой факторов производства.

Экономический интерес фирмы связан с *прибылью* ( profit), которая определяется как разница между доходом фирмы от продажи продукции и ее совокупными издержками:

0004

В финансовых отчетах фирмы рассчитывается *бухгалтерская прибыль*, информация о которой необходима собственникам (акционерам), управляющим, инвесторам, налоговым органам, для принятия решений. Прибыль бухгалтерская определяется как разница между валовым доходом и явными издержками фирмы:

0005

Величина экономической прибыли является ориентиром при принятии управленческих решений о целесообразности деятельности фирмы в данной отрасли. *Экономическая прибыль* считается как разница между совокупным доходом и всеми издержками фирмы:

0006

p бух. > p эк. на величину неявных издержек.

*Нормальная прибыль* – это минимальный доход, необходимый для того, чтобы удержать предпринимателя в данной отрасли. Нормальная прибыль является элементом неявных издержек. Если p эк. = 0, то это означает, что предприниматель получает только нормальную прибыль, которая позволяет удержаться ему в рамках данного направления деятельности

**Краткосрочные издержки: виды, динамика, взаимосвязь.** В краткосрочном периоде различают постоянные и переменные издержки.

*Постоянные издержки* ( *TFC*) – это денежные затраты, которые не зависят от объема выпускаемой продукции (затраты на эксплуатацию оборудования, зданий, сооружений, процент по кредиту, рентные платежи, страховые взносы, заработная плата управленцам, охрана и т.д.)

Постоянные издержки являются обязательными и сохраняются даже если фирма ничего не производит, поэтому на графике постоянные издержки выражаются прямой, параллельной оси абсцисс.

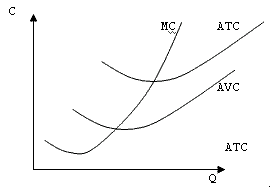
*Переменные издержки* ( *TVC*) – это денежные затраты, изменяющиеся вместе с объемом выпуска продукта. Это расходы на сырье, вспомогательные материалы, труд и т.д. Переменные издержки изменяются пропорционально выпуску продукции, поэтому на графике кривая переменных издержек – восходящая линия.

*Общие издержки* ( *T С* ) – это совокупность всех затрат предприятия на производство и реализацию продукции:

0007.

Производителя часто интересует величина *средних издержек,* то есть издержек, пересчитанных на единицу продукции.

Средние постоянные издержки – это отношение постоянных издержек к объему выпуска:



На графике они выражаются нисходящей кривой.

*Средние переменные издержки* – это отношение переменных издержек к объему выпуска продукции: 0010.

График средних переменных издержек имеет U -образную форму в соответствии с законом убывающей отдачи. Когда отдача от данного переменного фактора производства в стадии возрастания, всё меньше количества дополнительных переменных ресурсов требуется для производства дополнительных единиц продукции. Следовательно, в расчете на эту единицу сокращаются переменные издержки. Этим объясняется отрицательная ветвь. На стадии убывающей отдачи картина противоположная – средние переменные издержки возрастают.

*Средние общие издержки* можно вычислять по формулам: 0011. Кривая средних общих издержек является суммой кривых средних постоянных и средних переменных издержек и имеет U -образную форму.

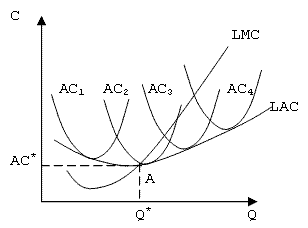
Дополнительные издержки, связанные с увеличением производства продукции на единицу, называются *предельными издержками*: 0012. Поскольку TFC = const , то взаимосвязи между постоянными и предельными издержками нет. Поэтому предельные издержки можно выразить формулой: 0013.

График предельных издержек пересекает кривые средних переменных и средних общих издержек в точках минимума последних. Если предельные издержки больше средних издержек, то производство дополнительной единицы продукции вызовет увеличение средних издержек. И наоборот: если MC < AC , то при увеличении объемов производства средние издержки уменьшаются.

Всё это справедливо и для соотношения AVC и MC .

Пока MC < ATC и MC < AVC , последние убывают. Если MC > ATC и MC > AVC , последние возрастают. Если MC = AC , то переменные издержки достигают минимума.

**Функция издержек в долгосрочном периоде.** В любой момент времени фирма имеет определенную величину. В пределах этих размеров издержки изменяются в соответствии с моделью, описанной для краткосрочного периода времени. В условиях долгосрочного периода фирма может изменять все свои ресурсы, поэтому все факторы производства становятся переменными. Поэтому в долгосрочном периоде фирма стремится увеличить выпуск, снижая средние издержки.



Построим *долгосрочную кривую средних издержек* ( LAC ). Она строится на основе краткосрочных графиков средних издержек, которые соответствуют разным по величине фирмам. Функция долгосрочных средних издержек характеризует связь между выпуском продукции и минимально возможными затратами на её производство. Кривая LAC – это плавная опоясывающая кривая, огибающая множество краткосрочных кривых средних издержек, каждая из которых соответствует определенному размеру предприятия. Кривая LAC касается всех краткосрочных кривых средних издержек, нигде не пересекаясь с ними.

Объем Q \* соответствует минимальной величине LAC , которая обозначена AC \* . Точка А означает, что после нее идет повышение уровня средних издержек.

Форма долгосрочного графика средних издержек зависит исключительно от эффекта масштаба. Если имеет место положительный эффект масштаба, то кривая LAC имеет отрицательный наклон, т.е. AC убывает. Если имеет место постоянный эффект масштаба, то LAC горизонтальна. Если же эффект масштаба отрицательный, то средние издержки увеличиваются и кривая устремляется вверх.

В разных отраслях это происходит по-разному. Как правило, рост производства в долгосрочном периоде повышает спрос на экономические ресурсы, следовательно, растут цены на ресурсы, а это увеличивает издержки производства. Но если отрасль использует не специфические ресурсы и имеет место монопсония, то цены на ресурсы могут и не подниматься. В этом случае издержки остаются неизменными.

Что касается долгосрочной кривой предельных издержек ( LMC ), то она не является огибающей для всех краткосрочных кривых предельных издержек.

LMC – это *долгосрочные предельные издержки*. LMC – это величина изменения всех издержек при изменении объема выпуска, когда все факторы производства переменные.

Если LMC < LAC , то L средние издержки уменьшаются. Если же LMC > LAC , то средние издержки растут. Когда LAC = LMC , то средние издержки (долгосрочные) достигают минимума.

# ЛЕКЦИЯ. Конкуренция и монополия. Поведение фирмы в различных рыночных структурах

**Совершенная конкуренция. Равновесие фирмы и отрасли в коротком периоде**

Вспомним, что на рынке совершенной конкуренции:

1) за рубль покупателя конкурирует множество продавцов одного и того же товара, и доля каждого из них настолько мала, что он не в состоянии повлиять на рыночную цену;

2) желающих купить этот товар тоже много, и доля каждого из них мала;

3) всем участникам рыночных сделок равнодоступна информация о технологии, ценах и других условиях;

4) отсутствуют барьеры для входа в отрасль и выхода из нее: возможно свободное перемещение ресурсов между отраслями.

При перечисленных условиях на рынке установится единая для всех участников сделок цена. Если кто-то попытается реализовать свой товар выше сложившейся цены, то покупатели обратятся к другому продавцу; а продавать по более низкой цене он не будет потому, что он может без затруднений продать по более высокой (единой) цене.

Серьезного анализа требует и другой весьма интересный для покупателей и продавцов вопрос: *на каком же уровне* установится эта единая цена?

Как известно нашему читателю, конкретный уровень цены товара складывается в результате взаимодействия спроса и предложения в отрасли. Как формируется рыночный спрос на отдельный товар, рассказывалось в лекции 5. И читатель, вероятно, помнит, что кривая рыночного спроса получается в результате горизонтального суммирования кривых индивидуального спроса. Кривые же индивидуального спроса показывают, какое количество товара намерен купить потребитель при различных ценах на данный товар и при неизменных прочих условиях.

Точно так же кривую отраслевого предложения можно построить, произведя горизонтальное суммирование кривых предложения всех фирм данной отрасли.

Рассмотрим теперь, как образуется кривая предложения отдельной фирмы в условиях совершенной конкуренции.

Поскольку по определению совершенной конкуренции доля каждой фирмы на рынке весьма мала, рыночная цена не зависит от объема продукта, продаваемого отдельной фирмой. Это значит, что линия *спроса на продукцию данной фирмы* - прямая *Р* = const. параллельная оси абсцисс. Говорят, что спрос на продукцию конкурентной фирмы бесконечно эластичен: при любом, сколь угодно малом, повышении цены по отношению к рыночной объем спроса станет нулевым, а при любом снижении превысит производительные возможности фирмы.

Предполагается, что целью фирмы является максимизация прибыли.

Произведя продукцию в объеме *Q* и продавая ее по цене *Р*, фирма получает выручку в размере *РQ* и несет затраты *TC*(*Q*). Ее прибыль равна

|  |  |
| --- | --- |
| П = *PQ* - *TC*(*Q*). | (1) |

Как мы только что отметили, особенностью функционирования фирмы в условиях совершенной конкуренции является независимость цены от объема выпуска продукции данной фирмы. Условие максимума прибыли имеет вид

|  |  |
| --- | --- |
| *d*П / *dQ* = *P* - *dTC* / *dQ* = 0, | (2) |

следовательно

|  |  |
| --- | --- |
| *Р* = *МС*. | (3) |

На рис. 1 точки пересечения *МС* с линиями спроса укажут на тот объем предложения фирмы, который при данной цене обеспечивает максимум прибыли или сводит к минимуму возможные убытки: при цене *Р*1 это *Q*1, при цене *Р*2 это *Q*2, при цене *Р*3 это *Q*3. Продолжая таким образом наблюдать за изменением объема предложения фирмы, стремящейся максимизировать прибыль при изменении цены блага, можно убедиться в том, что кривая предельных затрат устанавливает зависимость объема предложения от цены, т. е. является одновременно и кривой предложения фирмы.

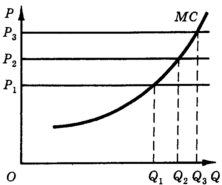
****

Рис. 1. Определение выпуска, максимизирующего прибыль фирмы в условиях совершенной конкуренции

Этот вывод нуждается, однако, в некоторых уточнениях, для разъяснения которых воспроизведем теперь кривые *АТС* и *AVC*, как это сделано на рис. 2. Отметим, что при цене выше *Р*2 при оптимальном объеме выпуска фирма получает положительную экономическую прибыль, при цене ниже *Р*3 экономическая прибыль фирмы отрицательна при любом объеме, а оптимальный объем лишь минимизирует убытки фирмы. При цене ниже *Р*1 выручка фирмы не покрывает переменных затрат и при любом положительном объеме выпуска убытки фирмы будут превышать величину постоянных затрат. Следовательно, оптимальным для фирмы будет решение о прекращении производства, так как нулевой выпуск даст возможность свести убытки к величине постоянных затрат.

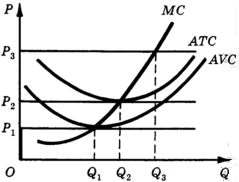
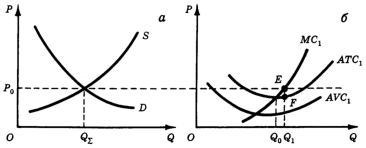
****

Рис. 2. Линия предложения фирмы в условиях совершенной конкуренция

Таким образом, не вся линия *МС*, а только ее часть над кривой *АVС* будет представлять график функции предложения фирмы в коротком периоде.

Если произвести горизонтальное сложение кривых предложения короткого периода всех фирм, выпускающих одинаковый вид продукции, то получим кривую отраслевого предложения в коротком периоде.

Теперь как будто бы есть все данные для того, чтобы узнать, на каком уровне установится цена на рынке совершенной конкуренции: точка пересечения отраслевых кривых спроса и предложения определяет цену блага (*Р*0 на рис. 3).



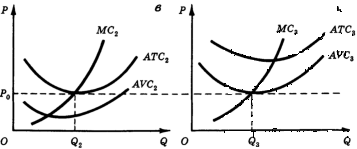


Рис. 3. Равновесие отрасли (*а*) и отдельных фирм (*б-г*) на рынке совершенной конкуренции в коротком периоде

Эта цена предстает перед каждой из фирм данной отрасли как извне заданный (экзогенный) параметр, величина которого непосредственно не зависит от выпуска фирмы.

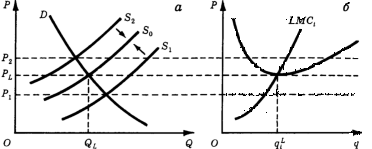
Чтобы узнать, какой объем выпуска при сложившейся цене выберет каждая из фирм, достаточно на семейство кривых затрат фирм нанести линию рыночной цены *Р*0 и точки пересечения *МС*, с *Р*0 укажут искомые объемы предложения. На рис. 3,*б-г* видно, что фирмы 1-3 предложат соответственно *Q*1 -*Q*3 единиц продукции.

Фирма 1 имеет положительную экономическую прибыль: средняя выручка от единицы продукции превышает средние затраты на нее (*EQ*1 > *FQ*1). Фирма 2 имеет нормальную прибыль, включенную в экономические затраты так, что ее экономическая прибыль равна нулю. Фирма 3 при сложившейся цене покрывает лишь переменные затраты и несет убытки в размере невозмещенных постоянных затрат. Можно предположить существование в отрасли фирм с еще более высоким, чем у фирмы 3, расположением семейства кривых затрат ("запредельных фирм"), но эти фирмы ничего не будут производить.

**Равновесие фирмы и отрасли в длительном периоде.** Является ли равновесие, установившееся в отрасли в коротком периоде, стабильным? Нет, и вот почему.

Во-первых, в длительном периоде все применяемые в производстве ресурсы являются переменными (по определению длительного периода). Кроме того, совершенная конкуренция предполагает равный доступ всех фирм к ресурсам, в том числе и к технологической информации. Следовательно, линии средних и предельных затрат всех фирм данной отрасли будут идентичны.

Во-вторых, примем во внимание, что вход на рынок совершенной конкуренции и выход с этого рынка открыт для всех фирм. Если минимум средних затрат фирмы окажется выше сложившейся на рынке цены (*Р*1 на рис. 4,*а*), то часть фирм покинет рынок, отраслевое предложение уменьшится, что приведет к повышению цены. Если же минимум средних затрат ниже рыночной цены (*Р*2), то фирмы данной отрасли получают положительную экономическую прибыль (сверхприбыль) и это будет стимулом для других фирм к переходу в данную отрасль. Вследствие этого отраслевое предложение повысится, а цена упадет.



***LАСi***

Рис. 4. Равновесие отрасли (*а*) и отдельных фирм (*б*) на рынке совершенной конкуренции в длительном периоде

Равновесие отрасли в длительном периоде установится только тогда, когда цена совпадет с минимумом средних затрат. Когда цена установится на уровне *Pl*, процесс приспособления предложения к спросу закончится и цена стабилизируется.

Поскольку в состоянии рыночного равновесия длительного периода соблюдается равенство

|  |  |
| --- | --- |
| *LMСi* = *LАСi* = *РL*, | (4) |

то, во-первых, фирмы достигли оптимальных размеров своих производственных мощностей (*LMCi* = *LACi*) и оптимального объема выпуска *LMCi* = *РL*); во-вторых, отрасль не будет привлекать капитал из других отраслей, так как при сложившейся цене в ней уже не образуется сверхприбыль (*РL* = *LACi*).

Однако при достижении долговременного отраслевого равновесия равенство (4) можно расширить:

|  |  |
| --- | --- |
| *SMCi* = *SACi* = *LMCi* = *LACi* = *РL.* | (5) |

В этом легко убедиться, взглянув на рис. 5.

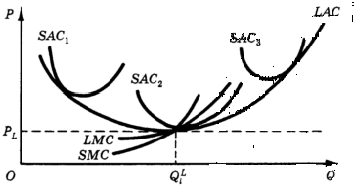
****

Рис. 5. Равновесно фирмы в условиях совершенной конкуренции в длительном периоде

Фирма, которая создала бы производственные мощности, отличные от представленных семейством кривых *АТC*2, *MС*2, оказалась бы убыточной (рис. 3,*в*).

Итак, при данной технике производства на рынке совершенной конкуренции цена товара тяготеет к минимальным средним затратам длительного периода. А это в свою очередь означает, что при достижении отраслевого равновесия длительного периода экономическая прибыль каждой из фирм будет равна нулю.

В правильности этого вывода читатель может усомниться: ведь отдельные фирмы могут использовать уникальные факторы производства, как-то: почвы повышенной плодородности, особо одаренных специалистов, дефицитные образцы новой техники, которые позволяют производить продукцию с меньшими затратами материалов и времени.

Действительно, расходы ресурсов на единицу продукции у конкурирующих фирм могут различаться, но экономические затраты при этом у них будут одинаковыми. Последнее объясняется тем, что в условиях совершенной конкуренции на рынке факторов фирма сможет приобрести фактор, обладающий повышенной производительностью, если заплатит за него цену, поднимающую затраты фирмы до общего уровня в отрасли. В противном случае этот фактор перекупит конкурент.

Если же фирма уже располагает уникальными ресурсами и конкурент их не перекупит, тем не менее повышенная цена должна быть учтена в составе альтернативных затрат, потому что по такой цене ресурс можно было бы продать.

До сих пор мы исследовали, как влияют на рыночную цену изменения, происходящие на стороне предложения. Однако в длительном периоде может измениться и спрос на продукцию отрасли. Рассмотрим последствия этого изменения, воспользовавшись рис. 6.

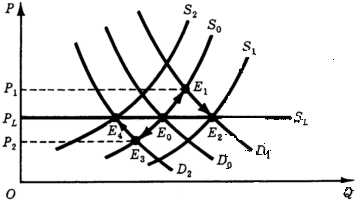
****

Рис. 6. Линия предложения отрасли при совершенной конкуренции в длительном периоде при постоянных ценах на факторы производства

Если после достижения равновесия отраслевой спрос возрастет (сдвиг *D*0  *D*1), то вначале (в коротком периоде) цена поднимется с *PL* до *P*1. При такой цене фирмы станут получать свехприбыль, что приведет к увеличению предложения в отрасли как за счет расширения производства в отдельных фирмах, так и вследствие прихода новых фирм (на рис. 6 это отразится сдвигом *S*0  *S*1). В результате цена снова снизится до *PL*, так как именно этой величине равен минимум *LAC*, фирм при данной технологии. Если же спрос сократится (*D*0  *D*1), то фирмы будут вынуждены снизить объемы производства, а часть из них уйдет из отрасли. Отраслевое равновесие переместится из точки *E*0 в точку *Е*3. При цене *P*2 фирмы окажутся в положении, представленном на рис. 3,*г*, или даже в "запредельном" положении. Некоторые фирмы станут закрываться и переходить в другие отрасли. Рыночное предложение сократится (сдвиг ), и цена возрастет с *Р*2 до *РL*.

Если соединить все возможные точки равновесия отрасли в длительном периоде при различных сочетаниях совокупного спроса и совокупного предложения (на рис. 6 это точки *Е*4, *Е*0, *E*2), то образуется линия предложения отрасли в длительном периоде - *SL*.

Поскольку мы предположили цены на факторы производства неизменными, линия *SL* проходит параллельно оси абсцисс. Это имеет место не всегда. Увеличивающийся по мере расширения производства благ отраслевой спрос на факторы может привести к их подорожанию. Тогда у фирмы возрастут затраты (сдвинется вверх семейство кривых рис. 5) и равновесие отрасли установится при более высокой цене (рис. 7,*а*).

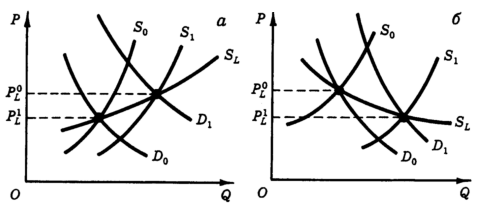
****

Рис. 7. Линия предложения отрасли при совершенной конкуренции в длительном периоде при растущих (*а*) и снижающихся (*б*) по мере расширения производства ценах на факторы

Иногда по мере увеличения объема используемого фактора производства его цена снижается. Тогда с расширением производства в отрасли может снижаться минимум средних затрат у отдельных фирм. В таких условиях рост отраслевого спроса вызовет в длительном периоде не только увеличение объема предложения, но и снижение равновесной цены (рис. 7,*б*).

Обратим также внимание на то, что характер изменения кривой средних затрат фирмы в длительном периоде (*LAC*) определяет число фирм, работающих в отрасли. Давайте выясним, сколько фирм будет на конкурентном рынке. При U-образной кривой *LАС* каждая из фирм в длительном периоде выйдет на свой технически оптимальный объем выпуска и общее число фирм в отрасли однозначно определится объемом рыночного спроса при цене, равной *LAC*.

Пусть, например, минимум *LAC*, равный рыночной цене, достигается при объеме выпуска фирмы, равном 10 единицам, а объем спроса при этой же цене равен 1000. Значит, на рынке будет действовать 1000 : 10 = 100 фирм.

Если средние затраты фирмы в длительном периоде не зависят от объема выпуска, то число фирм в отрасли нельзя определить однозначно. Для удовлетворения отраслевого спроса, например в 1000 единиц продукции, могут работать либо 1000 фирм, каждая из которых производит по одной единице, либо 10 фирм с производством 100 единиц у каждой. Возможны и другие комбинации числа фирм и объемов выпуска каждой из них.

Итак, в условиях совершенной конкуренции:

а) равновесная цена установится на уровне минимальных средних затрат длительного периода;

б) число фирм, функционирующих в отрасли в длительном периоде, определяется кривой затрат длительного периода и кривой спроса;

в) с изменением спроса на продукцию отрасли равновесная цена может остаться неизменной, снизиться или возрасти в зависимости от того, как при этом изменяются цены на факторы производства.

**Развитие понятия "совершенная конкуренция".**Слово "конкуренция" пришло в лексикон экономистов из обиходной речи, и на первых порах оно употреблялось весьма вольно, с неустоявшимся смыслом. Постепенно смысл этого слова уточнялся, становился все более и более определенным. Конкуренция вошла в круг основных понятий экономической теории.

И все же конкуренция долгое время трактовалась нестрого, как нечто очевидное в своей непосредственной данности. До 1870-х гг. ее сколько-нибудь глубокого и систематического осмысления просто не было. Лишь последующие десятилетия принесли теоретический образ (модель) конкуренции, а к началу 20-х гг. XX столетия эта модель сложилась в окончательном виде и нашла свое место в экономической науке.

Одним из первых понятие совершенной конкуренции дал А. Смит. В догадках, разбросанных по страницам "Богатства народов", просматривается группа условий, необходимых для совершенной конкуренции (у Смита - "свободной" [*Смит А*. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1993. Кн. I-III. С. 175, 176, 179-181]). Однако увидеть их стоит труда, ибо они выражены, как правило, слабо, неявно, а отчасти лишь подразумеваются. Согласно Дж. Стиглеру, у Смита таких условий пять:

"1. Конкуренты должны действовать независимо, а не в сговоре;

2. Число конкурентов, потенциальных или уже имеющихся, должно быть достаточным, чтобы исключить экстраординарные ходы;

3) экономические единицы должны обладать приемлемым знанием о рыночных возможностях

4) Должна быть свобода (от социальных ограничений) действовать в соответствии с этим знанием.

5) Нужно достаточно времени, чтобы направление и объем потока ресурсов стали отвечать желанию владельцев" (*Стиглер Дж. Дж.* Совершенная конкуренция: исторический ракурс // Теория фирмы. Спб., 1995. (Вехи экономической мысли ; Вып. 2). С. 301).

Набросок концепции конкуренции, данный автором "Богатства народов", не был ни дополнен, ни оспорен в сколько-нибудь значительной степени никем из экономистов в течение длительного времени. Лишь в русле неоклассического направления развитие концепции (модели) конкуренции нашло свое продолжение.

Это развитие было связано с изменением самого подхода к предмету. Если у Смита мир конкуренции - это чувственно воспринимаемая реальность, то у неоклассиков - реальность, мысленно представляемая (воображаемая). Иными словами, это уже не та конкуренция, которая существует в действительности и которую имел в виду Смит, но конкуренция идеальная, существующая лишь в воображении исследователя. Отсюда и определение "совершенная". Совершенная - значит возможная как ее идеальное состояние, которое обязательно (по определению) не совпадает с миром "земной конкуренции", а потому и способное объяснять его.

Первым, кто так представил конкуренцию, ее внутреннюю организацию, был Ф. Эджуорт. Автор "Математической психики" (1881 г.) попытался дать точное определение совершенной конкуренции. Анализ Эджуорта оставил глубокий след в развитии теории конкуренции, к нему восходит ее типичная интерпретация в современной литературе.

Область идеальной конкуренции, утверждает Эджуорт, будет существовать, если выполняются следующие четыре условия (Терминология Эджуорта необычна и требует, пояснения. Под "соглашением" разумеется предварительная цена, которая может быть изменена путем "пересмотра соглашения"; "предмет соглашения" - это товар. Рынок у Эджуорта - это система непрерывно пересматриваемых соглашений. "Окончательное урегулирование" не достигается "до тех пор, пока рынок не натолкнется на систему соглашений, которые не могут быть изменены с выгодой для себя всех сторон, участвующих в пересмотре" *(Edgeworth F*. Papers Relating to Political Economy. London, 1925. Vol. 2. P. 314). В у результате пересмотра соглашений рынок "совершенствуется". В сущности, Эджуорт имеет в виду то, что обычно называется конкурентным перебиванием цен.).

"I. Отдельное лицо свободно *пересмотреть соглашение* о ценах любым из неопределенного числа [лиц]...

II. Любое отдельное лицо свободно *заключить контракт* (одновременно) с неопределенным числом [лиц]... Это условие в сочетании с первым вводит неопределенную делимость каждого *предмета* контракта (если *Х* имеет дело с неопределенным числом *Y*-в, то он должен дать каждому неопределенно малую долю от *X*); из этого можно создать отдельное условие.

III. Любое лицо свободно *пересмотреть контракт* с другим независимо от третьей стороны...

IV. Любое лицо свободно *заключить* *контракт* с другим независимо от третьей стороны...

Несоблюдение первого условия влечет за собой несоблюдение второго, но *не наоборот*; третье и четвертое условия соотносятся друг с другом аналогичным образом" (Цит. по: *Стиглер Дж. Дж.* Совершенная конкуренция. С. 310).

Напрашивается вопрос: являются ли эти условия необходимыми и достаточными? Ответ Эджуорта: да, являются.

Если теперь условия Эджуорта изложить современным языком, то получится следующее. Совершенная конкуренция требует, чтобы:

1) с обеих сторон рынка было неопределенно большое число участников; 2) не было никаких ограничений, мешающих индивидуальному своекорыстному поведению; 3) была полная делимость продаваемых товаров.

Итак, круг условий очерчен, а сами они определены строго и однозначно. И практически никто из экономистов того периода не дополнил его.

Чтобы прийти к современной концепции совершенной конкуренции, условиям Эджуорта недоставало двух элементов - подвижности ресурсов и модели статической экономики. Задачу эту решил Дж. Б. Кларк.

В центре его opus magnum "Распределение богатства" - статическое состояние экономики, или, как он сам пишет, "идеальное распределение элементов общества, с которыми общество совпадало бы под влиянием конкуренции, действующей на индивидуальных людей" (*Кларк Дж. Б*. Распределение богатства. М., 1992. С. 82). Конкуренция же, говорит далее Кларк, должна "действовать с идеальным совершенством", а это в свою очередь предполагает, чтобы выполнялось условие абсолютной подвижности труда и капитала. И уточняет: когда эти ресурсы "обнаруживают *совершенную подвижность, но не движение*" (там же. С. 85, 90).

Именно совершенная подвижность ресурсов была тем условием совершенной конкуренции, которое ввел Кларк. Но объяснения этому у него нет. Можно было бы просто убрать его динамические силы, и через какое-то время равновесие установилось бы (даже с трением). Кларк знал это, но был краток: "лучше предположить", что трения нет (там же. С. 95).

Последнее слово в развитии теории совершенной конкуренции сказал Ф. Найт. В его знаменитой работе "Риск, неопределенность и прибыль", вышедшей в 1921 г., были сформулированы основные условия совершенной конкуренции. Вот они:

"2. Мы предполагаем, что члены общества действуют вполне "рационально". При этом мы не считаем, что они должны быть ангелами... мы предполагаем обычные человеческие мотивы... предполагается, что они "знают, что хотят", и добиваются этого "разумно"... Предполагается, что они знают все о результатах своих действий уже тогда, когда сами действия совершаются, и что, совершая эти действия, они рассматривают их в свете возможных последствий...

4. Мы должны также предположить, что полностью отсутствуют физические препятствия для составления, выполнения и изменения планов по собственному усмотрению; иными словами, должна быть "совершенная подвижность" во всех экономических корректировках, не должно быть никаких затрат, связанных с перемещениями или изменениями. Чтобы понять этот идеал, нужно представить себе, что все элементы, входящие в экономические расчеты, - объем работ, товары и т. д. - должны обладать постоянной изменчивостью, безграничной делимостью... Обмен товаров должен быть, в сущности, мгновенным и беззатратным.

5. Из пункта 4 следует, что имеет место совершенная конкуренция. Должна быть идеальная, непрерывная, беззатратная взаимосвязь между всеми отдельными членами общества. Каждый потенциальный покупатель имеет хорошие постоянные знания и свободу выбора среди предложений всех потенциальных продавцов, и наоборот. Каждый товар... делим на определенное число единиц, каждой из которых нужно владеть отдельно и которые будут эффективно конкурировать друг с другом.

6. Каждый член общества должен действовать только обособленно, полностью независимо от всех других лиц... Независимость действий индивидов исключает все формы тайных сговоров, все уровни монополии или тенденции к монополии...

9. Все установленные факторы и условия... должны оставаться абсолютно неизменными... Связь между этим определением и пунктом 2 (совершенная осведомленность) ясна. При статических условиях каждое лицо вскоре узнает, если оно уже не знает, все о своем положении и о среде, влияющей на его поведение.

Предположения, приведенные выше... являются идеализацией или очищением тенденций, более или менее соответствующих действительности. Они являются условиями, необходимыми для совершенной конкуренции" (*Knight F*. Risk, Uncertainty and Profit. Chicago ; London, 1971. P. 78-79).

Итак, группа условий, логическим следствием которых будет совершенная конкуренция, установлена. В изложении Найта совершенная конкуренция импонирует своей простотой, отточенностью и прозрачностью. Поэтому она сразу была принята научным сообществом экономистов. Но была и критика, причем и жесткая, упрекавшая ее, кроме всего прочего, в нереалистичности. Негативная реакция на концепцию совершенной конкуренции достигла пика в 30-е гг., когда появились теории монополистической и несовершенной конкуренции [Дж. Робинсон говорила даже о тирании условий совершенной конкуренции" (*Robinson J*. Collected Economic Papers. Cambridge, 1951. P. 20)].

Обвинение в нереалистичности - упрек весьма серьезный. Но насколько обоснован такой упрек в отношении научной теории? Ведь любая теория, претендующая на высокую степень точности и обобщения, должна быть именно абстрактной. Как раз таковой и является концепция совершенной конкуренции.

***Конкуренция и монополия. Поведение фирмы в различных рыночных структурах***

**Поведение монополии в коротком периоде**

В предыдущей лекции было подробно рассмотрено поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции, основным признаком которой является независимость рыночной цены от поведения отдельного продавца или покупателя. Причина такого положения дел состоит, как мы помним, в том, что объем покупок или продаж любого из участников рынка несоизмеримо мал по сравнению с общим рыночным объемом.

Обратимся теперь к противоположной ситуации, когда на рынке существует *только один продавец* некоторого товара, причем товар этот *не имеет* *близких заменителей*, рынки которых могли бы оказывать существенное влияние на рынок данного товара. Допустим также, что в рассматриваемой отрасли (в отличие от отрасли с совершенной конкуренцией) существуют некие *барьеры, сильно затрудняющие или вовсе не позволяющие вход в отрасль* новых фирм (наличие государственной разрешительной системы на право ведения данного вида деятельности; контроль единственной фирмы над некоторым специфическим ресурсом, необходимым для производства товара и т. д.). Такая рыночная структура называется в экономической теории чистой *монополией*. Отметим, что некоторые условия совершенной конкуренции (наличие большого числа покупателей, доля каждого из которых мала) предполагаются имеющими силу и для случая чистой монополии.

В дальнейшем, говоря об отрасли с чистой монополией, мы будем пользоваться для краткости термином "монополия", а единственного в такой отрасли производителя называть монополистом. Заметим, что чистая монополия (впрочем, как и совершенная конкуренция) на практике встречается крайне редко - ведь большинство реальных рынков занимает место где-то между этими двумя полярными типами экономических структур. Однако для того, чтобы анализировать реальные рынки, нам необходимо прежде разобраться - как ведет себя фирма в двух крайних случаях: при весьма большом числе конкурентов и при полном их отсутствии.

Перейдем теперь к анализу поведения фирмы-монополиста в коротком периоде. Поговорим вначале о спросе на продукцию монополиста и о его предельной выручке. Вспомним, что в условиях совершенной конкуренции цена на продукцию фирмы никак не зависела от объема выпуска этой фирмы, а следовательно, с точки зрения фирмы кривая спроса представала как горизонтальная линия, параллельная оси абсцисс. Более того, эта линия спроса являлась также и линией средней, и линией предельной выручки фирмы. Цена выступала для фирмы как заданная рынком величина, а выпуск каждой следующей единицы продукции увеличивал общую выручку ровно на ту же величину, что и выпуск предыдущей единицы, т. е. на величину, равную цене продукции. Именно это обстоятельство приводило, как мы помним, к тому, что максимальную прибыль фирма получала при таком объеме производства, когда величина предельных затрат равнялась цене продукции.

Иначе обстоит дело в случае монополии. Ведь для монополиста в качестве кривой спроса предстает кривая рыночного спроса на данный товар, имеющая, как обычно, отрицательный наклон (рис. 1). Монополист, таким образом, должен считаться с тем, что любое увеличение выпуска неизбежно приводит к снижению цены, а уменьшение выпуска, напротив, позволяет повысить цену. Иными словами, устанавливая тот или иной объем продаж, монополист устанавливает одновременно и цену товара. Это обстоятельство, впрочем, довольно очевидно - ведь недаром же и в разговорной речи, и в публицистике мы часто слышим, что монополист назначает такую цену, которая ему заблагорассудится. Такое высказывание в общем-то верно. Задача же экономической теории состоит в том, чтобы пойти несколько дальше с целью определить, какую же цену "заблагорассудится" назначить монополисту и от чего эта цена зависит.

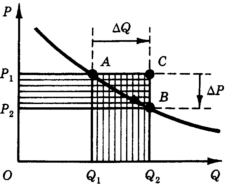


Рис. 1. Изменение общей выручки монополиста при увеличении объема выпуска

Один из основателей современной экономической теории А. Курно начал свой анализ монопольной ситуации со следующего допущения: предположим, что монополист вообще не имеет затрат. Каким в этом случае будет объем продаж монополиста? Попробуем и мы поразмышлять над этим вопросом.

Следуя аксиоме рациональности производителя, разумно предположить, что монополист выберет такой объем, при котором прибыль (а в нашем случае она равна выручке ввиду отсутствия затрат) будет максимальной. Это означает, что для ответа на поставленный Курно вопрос необходимо знать, как изменяется общая, а следовательно, и предельная (т. е. приращение общей) выручка при изменении объема выпуска.

Общая выручка равна произведению объема продаж на цену, по которой этот объем будет продан:

|  |  |
| --- | --- |
| *ТR* = *РQ*. |  |

В свою очередь цена, по которой будет продан данный объем, - это цена спроса:

|  |  |
| --- | --- |
| *P* = *PD*(*Q*). |  |

Пусть объем продаж увеличился от значения *Q*1 до *Q*2 и вследствие этого цена снизилась с *Р*1 до *Р*2. Приращение общей выручки

|  |  |
| --- | --- |
| *TR* = *P*2*Q*2 - *P*1*Q*1. | (1) |

Это изменение складывается под действием двух обстоятельств. С одной стороны, вследствие роста объема продаж выручка увеличивается на величину *P*1(*Q*2 - *Q*1). С другой стороны, снижение цены уменьшает выручку на величину *Q*2(*P*1 - *P*2). Таким образом, приращение общей выручки можно представить в виде

|  |  |
| --- | --- |
| *TR* = *P*1(*Q*2 - *Q*1) - *Q*2(*P*1 - *P*2) = *P*1*Q*1 + *P*2*Q*2. | (2) |

Эти рассуждения иллюстрирует рис. 1. Площадь прямоугольника *OP*1*AQ*1 изображает начальное значение общей выручки, а прямоугольника *OP*2*BQ*2 - ее конечное значение. Приращению выручки, вызванному ростом объема, соответствует прямоугольник *Q*1*ACQ*2, а уменьшению из-за снижения цены - прямоугольник *Р*2*Р*1*СВ*2.

Считая приращение объема малым, мы можем приближенно оценить предельную выручку отношением

|  |  |
| --- | --- |
| *MR* *TR* / *Q* = *P*1 + *Q*2*P* / *Q*. | (3) |

Точное значение *MR* получим, перейдя к пределу при или, что равносильно, выполнив дифференцирование общей выручки:

|  |  |
| --- | --- |
| *MR* = *dTR* / *dQ* = *d*(*PQ*) / *dQ*, |  |

откуда

|  |  |
| --- | --- |
| *MR* = *P* + *QdP* / *dQ*, | (4) |

Анализ выражений (3) и (4) показывает, что второе слагаемое в правой части равенств всегда будет меньше нуля, поскольку кривая спроса имеет отрицательный наклон, а следовательно, предельная выручка всегда будет меньше цены товара.

Таким образом, при увеличении объема продаж монополист получает от каждой новой проданной единицы все меньшую добавочную выручку. В какой-то момент очередное увеличение объема продажи еще на одну единицу товара уже не дает дополнительной выручки, а затем предельная выручка становится отрицательной. Кривая предельной выручки монополиста представлена на рис. 2,*а*. Эта линия пересекает ось абсцисс при *Q*max. Понятно, что при объеме выпуска *Q*max общая выручка будет максимальной (рис. 2,*б*). Иными словами, общая выручка монополиста достигает своего максимального значения, когда *МR* = 0.

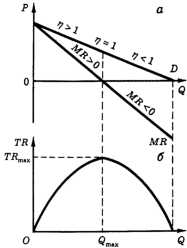
****

Рис. 2. Выручка монополиста: *а* - предельная; *б* - общая.

Для определения объема продаж, при котором достигается максимальная общая выручка, можно использовать и показатель эластичности спроса (**).

Ценовая эластичность спроса характеризуется соотношением между относительными изменениями спроса и цены:

|  |  |
| --- | --- |
| *P*[*D*] = (*dQ*/*dP*)∙*P*/*Q*. | (5) |

Для нормальной кривой спроса, когда с увеличением цены объем спроса уменьшается, всегда Однако реакцию спроса на изменение цены удобнее характеризовать положительным коэффициентом эластичности, равным абсолютной величине эластичности:

|  |  |
| --- | --- |
|  = |*P*[*D*]|. | (6) |

Если 0 <  < 1, то спрос называют неэластичным, а если  > 1, то эластичным.

В общем случае эластичность спроса является переменной величиной. Для линейной функции спроса коэффициент эластичности изменяется от +  при *Q*  0 до 0 при *P*  0 (рис. 2).

Произведя несложные преобразования формулы (4), получим

|  |  |
| --- | --- |
| *MR* = *P* + (*dP*/*dQ*)∙*Q*/*P* = *P*(1 + (*dP*/*dQ*)∙*Q*/*P*) = *P*(1 + 1/*P*[*D*]) = *P*(1 - 1/). | (7) |

Из этого выражения видно, что при  > 1, т. е. в области эластичного спроса, предельная выручка положительна, а при 1 >  > 0 она отрицательна. При  = 1 предельная выручка равна нулю, т.е. общая выручка достигает своего максимального значения.

Отбросим теперь сделанное выше предположение об отсутствии затрат и определим, какой объем выпуска выбирает максимизирующий прибыль монополист. Вообще говоря, в любой рыночной структуре фирма, стремящаяся к максимуму прибыли, достигает этого максимума, когда ее предельная выручка равна предельным затратам. Покажем это. Прибыль по определению представляет собой разность между общей выручкой и общими затратами:

|  |  |
| --- | --- |
| П(*Q*) = *TR*(*Q*) - *TC*(*Q*). | (8) |

Условием максимума функции (*Q*) является равенство ее производной нулю:

|  |  |
| --- | --- |
| *d*П/*dQ* = *dTR*/*dQ* - *dTC*/*dQ* = 0, | (9) |

т. е. при оптимальном объеме выпуска *QE*

|  |  |
| --- | --- |
| *MR*(*QE*) = *MC*(*QE*). | (10) |

Теперь понятно, что при совершенной конкуренции мы сталкивались с частным случаем условия максимума прибыли (10). Поскольку при совершенной конкуренции *MR* = *Р*, условие максимума прибыли представало перед нами в виде

|  |  |
| --- | --- |
| *P* = *MC*(*QE*). |  |

При монополии же, как отмечалось выше, *MR*(*Q*) < *P*(*Q*). Поэтому при объеме выпуска, максимизирущем прибыль монополиста,

|  |  |
| --- | --- |
| *MR* = *MC* < *P*, | (11) |

т. е. монополист всегда устанавливает цену, превышающую предельные затраты.

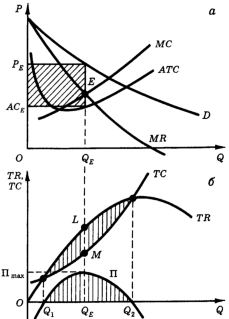
****

Рис. 3. Установление монополистом цены на свою продукцию

Проиллюстрируем эти результаты графически. На рис. 3,*а* изображены линия спроса на продукцию предприятия-монополиста, кривые его предельной выручки, средних и предельных затрат, а на рис. 3,*б* - линия общей выручки и общих затрат монополиста. Монополист получает положительную прибыль в интервале объемов выпуска *Q*1*Q*2, где линия общей выручки расположена выше линии общих затрат. Своего максимального значения, равного длине отрезка *LM*, эта прибыль достигает при объеме выпуска *QE*, когда расстояние между кривыми *TR* и *TC* максимально. Заметим, что при выпуске *QE* наклон кривой *TR* в точке *L* равен наклону кривой *ТС* в точке *М* (касательные к кривым *ТR* и *TC* в точках *L* и *М* соответственно параллельны), т. е. *МR* = *MC*. Это можно увидеть и на рис. 3,*а*, где при объеме выпуска *QE* кривые *MR* и *MC* пересекаются (*MR* = *МС*). Итак, фирма-монополист получает максимальную прибыль при выпуске *QE* единиц товара, которые реализуются на рынке по цене *РЕ* (рис. 3,*а*).

Прибыль эта соответствует площади заштрихованного прямоугольника. Отметим, впрочем, что само по себе монопольное положение еще не гарантирует фирме получения положительной прибыли. Ведь вполне возможно, что покупатели не захотят платить за продукцию монополиста такую цену, которая позволила бы ему покрыть свои затраты на производство этой продукции (рис. 4).

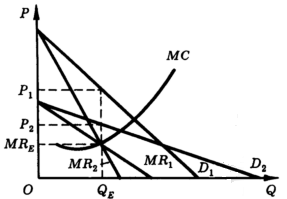
****

Рис. 4. Монополия, минимизирующая убытки

В таком случае, очевидно, объем выпуска, при котором *MR* = *MC*, обеспечивает для фирмы-монополиста не максимизацию положительной прибыли, а минимизацию убытков. Площадь заштрихованного прямоугольника - это минимально возможная величина общих убытков фирмы при данных функциях спроса на продукцию монополиста и его затрат.

Попробуем теперь определить кривую предложения фирмы-монополиста.

Вспомним вначале наш анализ поведения фирмы в условиях совершенной конкуренции. Зная принцип выбора фирмой оптимального (максимизирующего прибыль) объема производства, мы могли однозначно сказать, какой объем выпуска выберет фирма при каждом значении цены, т. е. построить кривую предложения фирмы (которой оказывалась восходящая ветвь кривой предельных затрат выше точки пересечения кривой *МС* с кривой *AVC*). Возможно ли аналогичным способом построить кривую предложения фирмы в условиях чистой монополии? Оказывается, что нет, так как в данном случае восходящая ветвь кривой *МС* показывает не то, какой объем выпуска выберет фирма в зависимости от уровня цены товара (как в случае совершенной конкуренции), а лишь то, какой объем выпуска выберет фирма в зависимости от величины предельной выручки. Рассмотрим рис. 5.

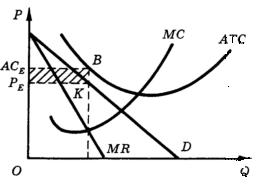
****

Рис. 5. Отсутствие кривой предложения для монополии

Предположим сначала, что монополист сталкивается с кривой спроса *D*1. Тогда монополист максимизирует свою прибыль при объеме выпуска *QE*, которому соответствует цена *P*1. Представим теперь, что кривая спроса на продукцию монополиста *D*2. Объем выпуска, максимизирующий прибыль фирмы, *QE* (как и в первом случае), однако цена реализации этого объема на рынке уже иная - *P*2. Таким образом, при различных кривых спроса различным уровням цены соответствует один и тот же оптимальный объем выпуска фирмы-монополиста (а одному и тому же уровню цены - разные оптимальные объемы выпуска), что означает невозможность построения кривой предложения такой фирмы.

**Монополия в длительном периоде.**

Итак, фирма-монополист может в коротком периоде как наслаждаться чистой экономической прибылью, так и терпеть убытки (в зависимости от условий спроса и затрат). Это же утверждение справедливо, впрочем, и для фирмы, действующей в условиях совершенной конкуренции. Рассмотрим теперь, как обстоит дело в длительном периоде.

Как мы помним, в условиях совершенной конкуренции в длительном периоде может изменяться не только масштаб производства на действующих фирмах, но и само количество фирм, функционирующих в отрасли. Совместное действие этих процессов неизбежно приведет к тому, что каждая фирма выбирает для себя такой объем производства, который обеспечивает минимально возможный при данных условиях уровень долгосрочных средних затрат, причем реализует фирма свою продукцию по цене, в точности равной минимально возможной величине долгосрочных средних затрат: *Р* = *LAC*min. Таким образом, устремление всех фирм отрасли к максимальной прибыли сводится в конечном счете всего лишь к борьбе за выживание, где самое большее, чем может довольствоваться фирма в длительном периоде, - нулевая экономическая прибыль. Это следствие свободы входа в отрасль и выхода из нее. Прибыль в данном случае играет роль лишь краткосрочного сигнала к входу в отрасль новых фирм (а убыток - к выходу из отрасли).

С совершенно иной картиной мы сталкиваемся в условиях монополизированного рынка. Ведь фирма здесь сама и есть отрасль, вход в которую для других фирм закрыт с помощью тех или иных входных барьеров. Это не означает, конечно, что монополия не может вводить в действие новые заводы. Но заводы эти суть просто подразделения фирмы-монополиста, а отнюдь не самостоятельные субъекты рынка, служащие своим собственным интересам (извлечение максимальной прибыли), как в случае совершенной конкуренции. Фирма-монополист, конечно, может (и обязательно будет) изменять масштаб своего производства в длительном периоде с тем, чтобы добиться максимально возможной величины прибыли. При этом ничто, очевидно, не мешает монополисту устанавливать такой объем выпуска, чтобы и в длительном периоде получать положительную экономическую прибыль, если только характер спроса и затрат таков, что получение этой прибыли в принципе возможно. Рассмотрим рис. 6, где показан оптимум монополии в длительном периоде.

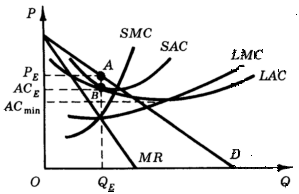
****

Рис. 6. Оптимум монополии в длительном периоде. Размер завода меньше оптимального

Понятно, что монополист достигает максимальной прибыли при таком объеме выпуска, при котором предельная, выручка равна долгосрочным предельным затратам: *MR* = *LMC*. Какой же размер завода выберет монополист для достижения этой цели? На рис. 6 при объеме производства *QE* выпуск продукции осуществляется на заводе, размер которого характеризуется кривой средних затрат по выпуску продукции *SAC*. Как-видно из рис. 6, этот размер меньше оптимального, т.е. такого, при котором достигается минимум долгосрочных средних затрат *LAC*min. Но даже и для этого завода объем выпуска *QE* не обеспечивает минимум краткосрочных средних затрат - увеличение выпуска позволило бы снизить средние затраты (иными словами, завод имеет некоторую избыточную мощность).

Такая ситуация, впрочем, в условиях монополии возникает вовсе не всегда. Рассмотрим рис. 7. Здесь поиск наибольшей прибыли приводит монополиста к выпуску продукции на заводе, размеры которого больше, чем у завода, обеспечивающего минимально возможный уровень долгосрочных средних затрат. При этом действующий завод работает с перегрузкой: снижение объема выпуска вызвало бы снижение краткосрочных средних затрат.

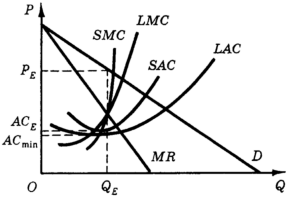


Рис. 7. Оптимум монополии в длительном периоде. Размер завода больше оптимального

Вообще говоря, теоретически возможен и такой вариант, когда оптимум монополиста в длительном периоде совместим с минимумом долгосрочных средних затрат (рис. 8). Однако для монополиста это просто один из множества возможных (в зависимости от условий спроса и затрат) вариантов. *Рыночные силы в условиях монополии* (в отличие от совершенной конкуренции) *не вынуждают фирму вести производство с минимальными долгосрочными средними затратами*.

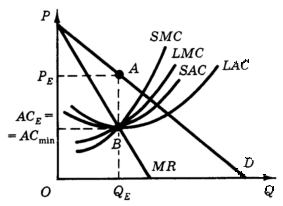
****

Рис. 8. Оптимум монополии в длительном периоде. Оптимальный размер завода

Покупателю же на монополизированном рынке в любом случае приходится платить за товар цену, *превышающую как величину минимально возможных средних затрат, с которыми мог бы быть произведен товар, так и величину фактических средних затрат производства товара*, позволяя тем самым производителю получать положительную экономическую прибыль.

**Монополия с несколькими заводами.**

Нам необходимо теперь рассмотреть проблему, которую мы не затрагивали до сих пор, - проблему поведения монополиста, осуществляющего выпуск продукции на нескольких заводах. Как будет такой монополист распределять свой общий объем выпуска между отдельными заводами? Покажем, что общие затраты монополиста по выпуску некоторого объема продукции будут минимальными при таком распределении данного объема между заводами, при котором предельные затраты по выпуску продукции на всех заводах будут равны. Допустим, что это не так. Если предельные затраты на первом заводе (*МС*1) будут больше предельных затрат на втором заводе (*МС*2), у монополиста появится возможность снизить общие затраты. Для этого он должен сократить выпуск продукции на первом заводе (с высокими предельными затратами) и увеличить на эту же величину на втором (с низкими предельными затратами); общий объем выпуска при этом не изменится, а общие затраты сократятся. Только если

|  |  |
| --- | --- |
| *MC*1 = *MC*2 = ... = *MCn*, | (12) |

никакое перераспределение объема выпуска между заводами не способно снизить общие затраты, а следовательно, и увеличить прибыль монополиста. Условие (12) верно для распределения любого объема выпуска фирмы-монополиста и означает, что предельные затраты фирмы пo выпуску некоторого объема *Q* в коротком периоде таковы, что сумма объемов выпуска всех заводов фирмы *Q*1, *Q*2, ..., *Qn* при этой величине *MС* в точности равна *Q*. Следовательно, кривая предельных затрат монополиста с несколькими заводами, , (рис. 9), пpeдcтaвляет собой не что иное, как горизонтальную сумму кривых предельных затрат всех заводов фирмы. Оптимум монополиста определяется точкой пересечения *Е* кривых *MR* и *MC*. Монополист будет выпускать *QE* единиц товара, реализуя их по цене *РЕ*. При этом *Q*1 единиц будет выпущено на первом заводе и *Q*2 единиц - на втором заводе. Заметим, что если бы оба завода были самостоятельными фирмами в отрасли с совершенной конкуренцией, то линии *МС*1 и *МС*2 представляли бы собой краткосрочные кривые предложения этих фирм, а линия *MC* - кривую предложения отрасли.

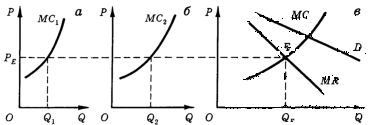
****

Рис. 9. Монополия с несколькими заводами: *а* - завод 1; *б* - завод 2; *в* - фирма в целом

Таким образом, краткосрочная кривая предложения в отрасли с совершенной конкуренцией совпадает графически с кривой краткосрочных предельных затрат монополизированной отрасли (конечно, смысл этих кривых совершенно различен).

Рассмотрим теперь поведение монополиста с несколькими заводами в длительном периоде. Теперь у монополиста появляются следующие возможности.

Во-первых, независимо от первоначального размера заводов он может построить такие заводы, чтобы долгосрочные средние затраты принимали минимальное значение (*LAС*min). При этом все заводы будут иметь одинаковый оптимальный размер (соответствующий оптимальному объему выпуска (*Q*o)) и будут характеризоваться одинаковыми затратами.

Во-вторых, увеличение объема выпуска будет достигаться путем строительства новых заводов, имеющих тот же самый оптимальный размер (а уменьшение выпуска - путем ликвидации части заводов).

Будем считать, что цены ресурсов не зависят от объема производства рассматриваемой фирмы (она же отрасль). В этом случае, каков бы ни был объем выпуска (*Q*) в длительном периоде, средние затраты монополии в целом будут такими же, как для каждого завода, - они будут равны *LAС*min Общие затраты при этом будут описываться равенством *LTС* = *LAC*min*Q* так что предельные затраты длительного периода окажутся равными средним затратам:

|  |  |
| --- | --- |
| *LMС* = *LAC*min, |  |

и будут постоянной величиной (мы здесь считаем число заводов настолько большим, что его целочисленность можно не принимать во внимание).

Рис. 10 показывает положение долгосрочного равновесия, которое достигается при объеме выпуска *QE* и цене *РЕ* Соответствующее равновесному выпуску число заводов равно

|  |  |
| --- | --- |
| *n* = *QE*/*Q*0. |  |

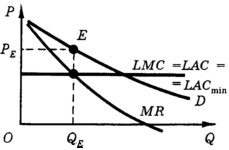
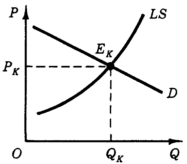
****

Рис. 10. Долгосрочное равновесие монополии с несколькими заводами

Напомним, что наше построение выполнено в предположении, что цены ресурсов не зависят от объема продукции монополии. Но, подобно конкурентной отрасли, здесь могут встретиться и иные случаи: с ростом объема выпуска цены ресурсов могут возрастать (отрасль с возрастающими затратами), а могут падать (отрасль со снижающимися затратами). Механизм построения кривой долгосрочных предельных затрат для монополии во всех случаях идентичен механизму построения долгосрочной кривой предложения для конкурентной отрасли, а сами эти кривые совпадают.

**Монополия и общественные потери.**

Представим себе некоторую отрасль, функционирующую в условиях совершенной конкуренции. Пусть долгосрочная кривая предложения данной отрасли имеет положительный наклон. Равновесие этой отрасли в длительном периоде показано на рис. 11.

  
Рис. 11. Равновесие конкурентной отрасли в длительном периоде.  
*LS* - кривая предложения в длительном периоде.

Предположим теперь следующую ситуацию: в один прекрасный день некто скупил все предприятия отрасли, став ее полновластным хозяином, или же правительственным указом предприятия были национализированы и переданы под управление единого центра, словом, в отрасли установилась монополия" Допустим также, что этот переход отрасли под единое управление не вызвал никаких изменений в затратах или эти изменения (например, экономия на управленческих расходах) настолько малы, что ими можно пренебречь.

Теперь мы имеем возможность сравнить положение дел в отрасли до и после ее монополизации. Рассмотрим рис. 12.

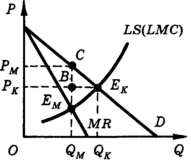
****

Рис. 12. Отрасль в условиях совершенной конкуренции и чистой монополии

В условиях совершенной конкуренции объем выпуска в отрасли составит *QK*, а цена установится на уровне *РK. В условиях монополии выпуск продукции QM будет меньшим, чем в конкурентной отрасли, а цена РM, напротив, выше конкурентной цены*. Должны ли мы в нашем сравнении монополии и конкуренции ограничиться констатацией этого факта или можем сделать на его основе какие-либо содержательные выводы? Вообще говоря, любые выводы о сравнении рыночных структур требуют наличия каких-либо критериев этого сравнения. Такие критерии в экономической науке есть, но рассматривать их мы будем значительно позже. Лишь тогда мы сможем корректным образом сравнивать описываемые рыночные структуры с точки зрения их эффективности и "желательности" для общества. (Предвосхищая результаты этого анализа, скажем вкратце: вывод, к которому мы придем впоследствии, состоит в том, что ситуация, когда *все отрасли в экономике* функционируют *в условиях совершенной конкуренции, является в известном смысле оптимальной*).

Отметим тем не менее, что в нашем распоряжении все же есть инструментарий, позволяющий сделать некоторые выводы из сравнения конкуренции и монополии - это инструментарий *излишков потребителя и производителя*. Обратившись к рис. 12, мы увидим, что в условиях монополии потребительский излишек уменьшается на величину, равную площади четырехугольника *РKРMСЕK*. Часть этих потерянных потребителем излишков, равную площади прямоугольника *РKРMСВ,* теперь присваивает себе производитель, но при этом излишек производителя уменьшается на величину площади треугольной фигуры *ЕMBЕK*. Самое интересное в этой ситуации состоит для нас в том, что *суммарный излишек всех участников рынка уменьшается* на величину площади треугольной фигуры *ЕMСЕK* (*BСЕK* - потери потребителей, *ЕMBЕK* - производителей). Таким образом, все участники рынка в совокупности (а значит, и общество в целом) несут в условиях монополии чистые потери. Сделанный нами вывод представляется, однако, многим экономистам отнюдь не бесспорным, а вопрос об отношении к монополии остается весьма дискуссионным.

Во-первых, насколько корректным было наше сравнение, базировавшееся на гипотезе о неизменности функции затрат при переходе отрасли от конкуренции к монополии? Ведь вполне вероятно, что объединение множества фирм в одну приведет к значительному снижению затрат за счет создания единой службы снабжения, сбыта и т. д.

Во-вторых, в отрасли характер отдачи от масштаба может быть таков, что эффективный объем выпуска одного завода окажется близким к объему рыночного спроса или даже превысит его. Такая ситуация носит название *естественной монополии* и характерна для многих отраслей сферы коммунальных услуг.

В-третьих, монополист, как часто утверждают, более чем кто бы то ни было другой, заинтересован в разработке и внедрении в производство технических нововведений. Фирма в условиях совершенной конкуренции, конечно, волей-неволей должна использовать все известные технологические знания, иначе она просто не выживет на рынке, но вот разрабатывать что-то новое с данной точки зрения у этой фирмы нет никакого стимула - ведь все равно все будет сразу же использовано конкурентами. Иначе обстоит дело в условиях монополии, когда прибылью от нововведений можно наслаждаться в одиночку. Недаром же государство поощряет авторов новых продуктов и технологических процессов патентами и авторскими правами, т. е. представляет им монополию на определенный срок.

Противники монополии возражают, однако, против этих доводов, приводя свои контраргументы: отсутствие конкурентов дает, по их мнению, менеджерам монополий возможность спокойной жизни, приводя к неэффективности в управлении и, как следствие, к росту затрат; большинство технических новшеств разрабатывается в небольших и гибких компаниях, а не в вялых, неповоротливых гигантах. Уже само поддержание входных барьеров, делающих отрасль недоступной для привлеченных ярким светом монопольной прибыли потенциальных конкурентов, требует от монополиста затрат некоторых ресурсов. "Целесообразно ли такое использование ресурсов с точки зрения общества?", - вопрошают противники монополии.

Дискуссия эта продолжается до сих пор, но все же общий вердикт экономической науки по отношению к монополии заключается в том, что монополия менее предпочтительна для общества, чем совершенная конкуренция, следовательно, деятельность монополии необходимо по возможности регулировать с тем, чтобы попытаться уменьшить величину общественных потерь.

**Дискриминационное поведение монополии**

Что понимают под ценовой дискриминацией? Термин "дискриминация" образован от латинского discriminatio, что означает различие, различение. Под ценовой дискриминацией понимают практику установления разных цен на один и тот же товар при условии, что различия в ценах не связаны с затратами. В общем виде речь может идти либо о практике какой-либо отдельной фирмы-продавца, либо о поведении отдельного покупателя, если он сам в состоянии назначить разные цены спроса для разных продавцов, причем последние по тем или иным причинам соглашаются на его условия. Обычно рассматривается вариант дискриминационного поведения продавца как наиболее часто встречающийся. Ценовые различия, возникающие на основе конкурентной борьбы разных фирм, предлагающих одну и ту же продукцию, относятся к другим особенностям функционирования рынка и не связаны с дискриминацией.

Смысл дискриминационного поведения состоит в том, чтобы использовать все возможности для назначения максимальной цены на каждую продаваемую единицу товара. Это значит, что дискриминации может подвергаться как один и тот же покупатель, например, в зависимости от закупаемого количества товара, так и разные покупатели.

Сделанный в определении акцент на отсутствие связи ценовых различий с затратами не случаен. Цены реальных сделок обычно отличаются друг от друга из-за несовпадения условий доставки, страховки, упаковки, кредита, дополнительного сервиса, комплектации, а также по причине обеспечения изготовителем особых качественных характеристик изделия в соответствии с индивидуальными запросами потребителей. В тех случаях, когда покупатель оплачивает особенности индивидуальной сделки, требующие соответствующих затрат, ценовые различия , не являются дискриминационными. И наоборот, оплачивая то, что не требует дополнительных расходов, покупатель подвергается ценовой дискриминации.

**Когда и почему товар продается по одинаковым ценам. Единая цена товарного рынка**

Сама постановка вопроса о ценовой дискриминации предполагает достаточно высокую степень развития рыночных отношений. Разовые, случайные сделки между сменяющими друг друга покупателями и продавцами всегда совершались по разным ценам. Как сумели договориться, на том и порешили! Лишь со временем возникают условия для формирования того, что можно назвать единой ценой товарного рынка.

Для этого необходимо прежде всего формирование определенного экономического пространства с относительно устойчивым составом участников сделок. Можно сказать, что рынок должен обрести свои границы. Эти границы определены сбытовыми подразделениями тех фирм, которые выступают как поставщики рынка, и кругом тех покупателей товаров, которые одновременно предъявляют спрос на эту товарную массу. Неопределенность состава покупателей и продавцов порождает неопределенность цен, постоянное изменение условий спроса и предложения.

На этом фундаменте главная причина, выравнивающая цены, - конкуренция. Конкурируют между собой продавцы, предлагая клиентам выгодные альтернативы. Конкурируют между собой покупатели. Они ведут борьбу не только за товар, но и за наиболее выгодные условия его приобретения. Любые возможные преимущества кого-либо из потребителей вызывают стремление других занять место более удачливых собратьев. Наконец, конкурируют между собой покупатели и продавцы. Если судьба каждого из них зависит от поведения другого, то они вынуждены договариваться, согласовывать свои интересы и возможности. В результате сама жизнь заставляет вести торговлю по примерно одинаковым ценам.

**Общие предпосылки возникновения ценовой дискриминации**

Все то, что может подорвать какое-либо направление конкурентных отношений, а также расчленить единое конкурентное пространство, создает предпосылки для ценовой дискриминации.

Ценовая дискриминация возникает на основе реальных противоречий рыночного механизма. Одна из особенностей его функционирования - приведение всех индивидуальных оценок и возможностей к единому усредненному, наиболее представительному уровню. На рынке все равны. Но за общей кривой спроса скрывается совокупность разных индивидуальных ценностных оценок потребителей при разных бюджетных возможностях. Это значит, что при единой рыночной цене всегда есть покупатели, готовые заплатить больше за то же количество товара.

Кроме того, как мы знаем, если бы цена была больше, потребители не отказались бы от покупок совсем, а купили бы меньшее количество единиц товара. Значит, покупая больше при данной цене, они как бы недоплачивают за предыдущие единицы товара. Таковы общие правила рыночной игры.

И еще. Географически и институционально обособленные рынки создают естественную базу ценовых различий, если фирма имеет возможность одновременного выхода на эти рынки.

**Условия, необходимые для проведения ценовой дискриминации**

Чтобы реализовать названные предпосылки в практической деятельности фирм, необходимы определенные условия.

Во-первых, у продавца должна быть возможность контролировать цены. Легче всего это может сделать монополист, поэтому весь разговор о ценовой дискриминации обычно ведется в контексте монопольной структуры рынка. Главное, чтобы конкуренты не могли продавать товар дешевле там, где фирма намерена продать его дороже. Власть над ценами связана также с количеством противостоящих продавцу покупателей. Если покупателей мало, так что уход любого из них с рынка заметен для продавца, возможности ценового диктата ограничены.

Во-вторых, у покупателей не должно быть *возможности* покупать там, где продают дешевле.

Ограничение возможности покупать блага по более низким ценам (лично либо пользуясь услугами тех, кто имеет доступ на дешевые рынки) достигается по-разному. На рынке услуг существует естественная граница, разделяющая покупателей. Нельзя перепродать по сходной цене собственную прическу или исцеление. На товарных рынках, если географическая удаленность не останавливает перекупщиков или потребителей, могут использоваться искусственные ограничения перепродажи (таможенные барьеры и т. п.).

Заметим, что выгоды ценовой дискриминации иногда доступны и для продавцов конкурентных рынков. Так, продавец винограда на базаре может назначить на свой товар разную цену, торгуясь и оценивая платежеспособность покупателя на глаз.

В-третьих, издержки проведения в жизнь дискриминационной политики не должны превышать выгод от такой деятельности. Торговаться с каждым в отдельности, изучая его платежеспособность, контролировать персонал, получивший возможность лично назначать цены, - все это дело дорогое и не всегда оправданное.

Типы ценовой дискриминации

В зависимости от того, насколько полно реализуется каждое из этих условий и насколько удачно они сочетаются между собой, можно говорить о разных возможностях проведения дискриминационной политики как постоянной линии поведения фирмы. Наивысшая степень контроля над рынком при благоприятном стечении обстоятельств дает возможность назначения индивидуальных цен на каждую единицу товара для каждого покупателя в соответствии с индивидуальными кривыми спроса. Наиболее мягкая форма дискриминации связана с назначением разных цен для разных групп покупателей. Между этими полюсами находится множество промежуточных положений: установление различных цен на отдельные партии товара, индивидуальный подход к назначению цен только для отдельных групп покупателей и т. п. Принято различать следующие основные типы ценовой дискриминации.

*Совершенная ценовая дискриминация* связана с возможностью устанавливать разные цены на каждую продаваемую единицу товара. Каждый покупатель платит за дополнительную единицу товара свою цену, равную индивидуальной цене спроса.

*Ценовая дискриминация по объему покупки*. Совершенная ценовая дискриминация трудно осуществима, но тот факт, что индивидуальная цена спроса с увеличением объема убывает, позволяет продавцу извлечь выгоду из установления разных цен для разных объемов покупки. Обычной является практика назначения скидок при покупки крупных партий товара.

*Ценовая дискриминация на сегментированных рынках* означает установление разных цен для разных категорий покупателей (сегментов рынка). Предполагается, что эти категории могут быть легко идентифицированы (наличие студенческого билета, пенсионного удостоверения и т. п.). На практике такой подход осуществить гораздо легче, и в целом он преобладает.

Модель совершенной ценовой дискриминации, осуществляемой фирмой-монополистом, показана на рис. 13. Если монополия назначает единую цену для всего товарного рынка, то при оптимальной для нее цене *Р*1 объем производства устанавливается на уровне *QB*. Увеличивать производство дальше не имеет смысла: предельная выручка становится меньше предельных затрат (*МС*). При этом излишек потребителей равен площади треугольника *Р*1*АВ*. Совершенная ценовая дискриминация означает, что каждая единица товара продается по максимально возможной цене, равной цене спроса. Теперь с ростом продаж потери от снижения цен *на все единицы* товара отсутствуют, и кривая предельной выручки *МД*пд совпадает с кривой спроса (*D*). Монополисту становится выгодно увеличивать объем производства и продаж (за счет снижения цены на каждую последующую единицу товара) до тех пор, пока цена не опустится до величины *P*2, равной предельным затратам. Общий объем производства возрастает с *QB* до *QE*. Это столько же, сколько производилось бы в условиях совершенной конкуренции. Однако монополист перераспределяет в свою пользу весь излишек потребителя. Общая величина излишка становится равной площади фигуры, ограниченной осью ординат и кривыми *МС* и *D* (*GAEF*). В случае совершенной конкуренции при единой цене товарного рынка *Р*2 покупатели сохранили бы излишек, равный площади треугольника *Р*2*AE*.

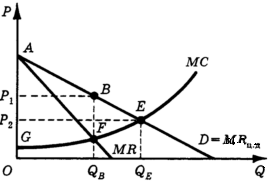


Рис. 13. Совершенная ценовая дискриминация

При дискриминации на сегментированном рынке монополия максимизирует прибыль, выбирая наилучшее сочетание цен и объемов продаж на каждом из сегментов, отличающихся один от другого эластичностью спроса.

Предположим, что монополист может разделить рынок своей продукции на два сегмента, причем переток товара с одного сегмента на другой невозможен. Рис. 14,*а* отражает спрос на продукцию монополиста на сегменте с более эластичным, а рис. 14,*б* - на сегменте с менее эластичном спросом.

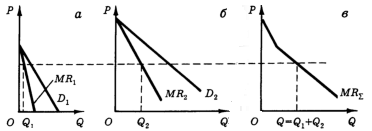
****

Рис. 14. Предельная выручка монополии на сегментированном рынке.  
*а* - на сегменте 1; *б* - на сегменте 2; *в* - на рынке в целом

Нам необходимо прежде всего выяснить, как в этом случае монополист распределяет свой общий объем реализации между двумя сегментами рынка. Понятно, что максимизирующий прибыль монополист должен распределить некоторый объем реализации между двумя рынками таким образом, чтобы общая выручка от реализации продукции была максимальной. Каково же условие максимизации общей выручки? Представим себе, что монополист распределил реализацию между рыночными сегментами так, что предельная выручка на сегменте рынка *MR*1 больше предельной выручки на сегменте *MR*2. Тогда монополист может увеличить общую выручку, перебросив одну единицу продукции с сегмента с низкой предельной выручкой на сегмент с более высокой предельной выручкой. При этом объем реализации монополиста останется неизменным, а общая выручка возрастает. Если и после этого *MR*1 все же будет больше *MR*2 процесс максимизации выручки может быть продолжен переброской еще одной единицы продукции на рынок с более высокой предельной выручкой. Только если

|  |  |
| --- | --- |
| *MR*1 = *MR*2, | (13) |

никакое перераспределение объема реализации между сегментами рынка не позволит монополисту увеличить общую выручку, а следовательно, и прибыль. Условие (1) верно для распределения любого выпуска. Поскольку дополнительная единица товара, проданная на любом из сегментов рынка, приносит фирме одинаковую дополнительную выручку, равную предельной выручке на каждом из сегментов, предельная выручка фирмы на сегментированном рынке в целом также будет равна этой величине:

|  |  |
| --- | --- |
| *MR*1(*Q*1) = *MR*2(*Q*2) =*MR*(*Q*) | (14) |

При этом

|  |  |
| --- | --- |
| *Q = Q*1 + *Q*2. | (15) |

Следовательно, кривая предельной выручки монополиста представляет собой горизонтальную сумму кривых предельной выручки обоих секторов рынка (рис. 14,*в*). Заметим, ход приведенных выше рассуждений полностью аналогичен ходу рассуждений, с помощью которых мы показали, что монополист, осуществляющий выпуск продукции на нескольких заводах, всегда распределяет свой объем производства между этими заводами так, что предельные затраты по выпуску продукции на всех заводах равны между собой.

Попробуем теперь определить, при каких объемах реализации и ценах на каждом сегменте рынка монополист получает наибольшую общую прибыль. Рассмотрим рис. 15. Как известно, монополист получает максимальную прибыль при таком объеме выпуска (*Q*), при котором *MR* = *MC*. В нашем случае монополист должен еще распределить этот объем между сегментами рынка, причем оптимальным, как мы знаем, является такое распределение, при котором *MR*1 = *MR*2 = *MR* (Монополист выполняет это условие (а следовательно, максимизирует общую прибыль), реализовав на первом сегменте рынка *Q*1 единиц продукции по цене *P*1, а на втором сегменте *Q*2 по цене *Р*2.

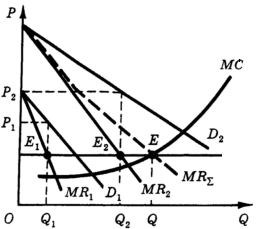


Рис. 15. Ценовая дискриминация на сегментированном рынке

Цена, устанавливаемая монополистом на сегменте с более эластичным спросом, ниже, чем цена на сегменте с менее эластичным спросом: *P*1 < *Р*2. Покажем, что это утверждение справедливо во всех случаях. Как мы помним,

|  |  |
| --- | --- |
| *MR* = *P*(1 - 1/). |  |

Осуществляющий ценовую дискриминацию монополист распределяет объем реализации между сегментами рынка так, что *MR*1 = *MR*2. Следовательно,

|  |  |
| --- | --- |
| *P*1(1 - 1/1) = *P*2(1 - 1/2). | (16) |

Пусть спрос на первом сегменте более эластичен, чем на втором:

|  |  |
| --- | --- |
| 1 > 2. | (17) |

Это означает, что

|  |  |
| --- | --- |
| (1 - 1/1) > (1 - 1/2). | (18) |

Тогда из (4) и (6) следует

|  |  |
| --- | --- |
| *P*1 < *Р*2. | (19) |

Таким образом, монополист всегда устанавливает *на сегменте с более эластичным спросом цену ниже, чем на сегменте с менее эластичным спросом*.

Из выражения (16) можно сделать еще один весьма важный вывод. Если эластичность спроса на обоих сегментах рынка одинакова, то и цены, устанавливаемые монополистом, также будут одинаковы, т. е. ценовая дискриминация потеряет для максимизирующего прибыль монополиста всякий смысл. Таким образом, *различная эластичность* спроса на разных сегментах рынка является важнейшим условием для осуществления монополистом ценовой дискриминации.

Монополистический диктат противоречит интересам потребителей. Он ведет к общественным потерям, связанным, в частности, с сокращением объема продаж. Однако ценовая дискриминация дает возможность увеличить объем производства, приблизить его к конкурентному уровню, а значит, увеличить потребление, сделать доступными некоторые товары для менее обеспеченных слоев населения.

**История понятия "ценовая дискриминация"**

Задача этого краткого обзора - показать, как сложилось понятие ценовой дискриминации. Первоначальное представление о ней можно найти в работах Ж. Дюпюи и Д. Ларднера, а свою развитую форму оно нашло в трудах А. Пигу. О вкладе каждого из этих экономистов и пойдет речь.

**Ж. Дюпюи**. Он был первым, кто привлек внимание исследователей к факту ценовой дискриминации и попытался выяснить его смысл. Рассуждения Дюпюи изложены в уже известной нашему читателю работе (*Дюпюи Ж*. О мере полезности гражданских сооружений // Теория потребительского поведения и спроса. СПб., 1993. (Вехи экономической мысли ; Вып. 1). В основе подхода Дюпюи к ценовой дискриминации лежит концепция полезности.

Что же дает нам право говорить о приоритете этого французского инженера и экономиста в разработке понятия ценовой дискриминации? Прежде всего - это ее определение, вошедшее почти без изменений в экономическую литературу. В определении Дюпюи схвачена самая суть явления: "Один и тот же товар... продается по разным ценам" разным покупателям, причем различия в ценах, уточняет Дюпюи, безотносительны к различиям в затратах.

Помимо определения ценовой дискриминации Дюпюи частично освещает и условия, необходимые для ее осуществления. Он разъясняет, что негоциант (который одновременно является и фабрикантом) может вести такую продажу только в том случае, если он защищен от конкуренции, т. е. является монополистом. Выполнение этого условия необходимо для того, чтобы продавец мог контролировать цену. Но его еще недостаточно, ибо нельзя понять, откуда вообще берутся две (и более) цены на один и тот же товар, если различия в затратах столь малы, что ими можно пренебречь, или их просто нет.

Установление цен, уточняет затем Дюпюи, зависит не только от интересов продавца-монополиста, но и от того, как оценивают ту или иную вещь покупатели. В глазах разных покупателей одна и та же вещь имеет разную полезность, поэтому и цены, которые они готовы платить за нее, могут быть разными. И поскольку существуют разные (отдельные) группы покупателей - "богатые, зажиточные и бедняки", констатирует Дюпюи очевидный факт, то монополист, посвященный в хитрости торговли, способен распознать эти группы, учесть разную готовность платить за товар. Интуитивно Дюпюи натолкнулся на основу отделения одной группы от другой - различие эластичности спроса. Оставалось лишь выразить ее в явном виде, и еще одно условие ценовой дискриминации было бы сформулировано полностью.

Зачем монополист идет на такую продажу? Дюпюи отвечает: чтобы "заставить каждого покупателя принести ему как можно больше прибыли". Здесь структура понятия ценовой дискриминации увязывается Дюпюи с понятием излишка потребителя: увеличение прибыли, с точки зрения покупателя, представляет собой изъятие в пользу монополиста большей или меньшей части излишка потребителя, который в противном случае принадлежал бы ему.

**Д. Ларднер**. Почти одновременно с Дюпюи вопрос о ценовой дискриминации ставился еще одним инженером и экономистом англичанином Д. Ларднером. Его анализ и выводы изложены в работе "Экономика железных дорог: трактат о новом виде транспорта, управлении им, перспективах и отношениях коммерческих, финансовых и социальных", вышедшей в Лондоне в 1850 г., в которой рассматриваются экономические проблемы зарождающейся отрасли - железнодорожного транспорта.

Подход Ларднера отличается от подхода Дюпюи. Ларднер анализировал ценовую дискриминацию с позиции теории фирмы, как теперь сказали бы мы (Подробный анализ концепции ценовой дискриминации Д. Ларднера содержится в статье: *Hooks D*. Monopoly Price Discrimination in 1850 : Dionysius Lardner // History of Political Economy. 1971. Vol. 3, N 1). Он доказывал, что дискриминация может использоваться в качестве средства, с помощью которого фирма способна максимизировать прибыль. Анализ железнодорожных тарифов позволил ему обобщить практику их дифференциации в зависимости от расстояния и характера перевозимых грузов. Эту дифференциацию он объяснил различиями эластичности спроса на услуги железнодорожного транспорта, во-первых, и перевозимых грузов, во-вторых. Реальный вклад Ларднера - это выявление им роли эластичности спроса в практике ценовой дискриминации.

Ларднер современник Дюпюи, и естественно возникает вопрос о его отношении к идеям французского экономиста. Достоверных свидетельств об этом у нас, к сожалению, нет. Известно лишь, что Ларднер ссылается на журнал, в котором публиковал отдельные свои работы Дюпюи, но фамилию французского экономиста он не упоминает. Очевидно, анализ Ларднера не был прямо связан с идеями Дюпюи. Можно предположить, что Ларднер или не знал о его работе, или не придавал ей значения.

**А. Пигу**. Полвека спустя теория ценовой дискриминации получила дальнейшее развитие и, если не считать незначительные дополнения и уточнения, нашла свою современную форму в работах английского экономиста А. Пигу, ученика и последователя А. Маршалла.

В работе "Экономическая теория благосостояния" Пигу дал более глубокий, нежели его предшественники (и современники), анализ ценовой дискриминации (*Пигу А*. Экономическая теория благосостояния. М., 1985. Т. 1. Гл. XVI, XVII). Он выявил и постулировал общие условия ценовой дискриминации и выделил три вида (степени) ценовой дискриминации.

Согласно Пигу, общие условия, в полной мере благоприятствующие осуществлению ценовой дискриминации, складываются тогда, когда цена спроса на любую единицу товара не зависит от продажной цены любой другой единицы товара. А это возможно лишь в том случае, когда никакая единица товара не может заменить какую-либо другую единицу этого же товара. Предполагается, что: 1) никакую из единиц товара, проданную на одном рынке, нельзя передать на другой рынок и 2) никакую из единиц спроса, предъявленного на одном рынке, невозможно перевести на другой рынок. При этих допущениях на рынке возникнут условия, при которых дискриминация позволит монополисту извлечь наибольшие выгоды. По сути дела речь идет об условиях некой идеальной (совершенной) дискриминации (Термин "совершенная дискриминация", по-видимому, впервые употребила Дж. Робинсон (*Робинсон Дж*. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М., 1986. С. 261. Прим. 2)).

Ценовая дискриминация в интерпретации А. Пигу в настоящее время вошла во все учебники экономики.

**Тарифы на электрическую энергию и ценовая дискриминация.**

Электрическая энергия - важнейшее благо, без которого невозможно обойтись ни в производстве, ни в быту. Каждый из нас в той или иной мере является потребителем электрической энергии или потребителем товаров, произведенных с ее использованием.

Стандартность качества электроэнергии как товара и, следовательно, отсутствие дифференциации продукта, с одной стороны, а также невозможность ее перепродажи - с другой, вроде бы исключают все факторы ценовых различий, кроме ценовой дискриминации.

Однако электрическая энергия как товар имеет ряд особенностей, которые существенно влияют на формирование затрат при ее производстве, и именно различия в затратах иногда лежат в основе различий платы за ее использование (тарифов).

Рассмотрим сначала особенности электрической энергии с точки зрения потребителя. В отличие от других благ мы ее получаем точно в тот момент времени, когда в ней возникает потребность, и так же мгновенно можем прекратить ее поступление, нажав на выключатель. Это отличие электрической энергии от других благ существенно. Вы не можете, например, нажав на какую-то кнопку, мгновенно получить конфеты, велосипед или какие-то другие блага; кроме того, не можете, удовлетворив свою потребность, мгновенно отказаться от них, сделать так, чтобы невостребованная их часть в данный момент исчезла.

Можно подвергнуть сомнению это утверждение, приведя в качестве примера водопроводную воду. Действительно, если вода нужна - кран открывается, не нужна - закрывается. Благо и в этом случае поступает в зависимости от потребности и прекращает поступать, когда она исчезает. Если смотреть только со стороны потребителя, то разница действительно невелика. Однако, чтобы глубже разобраться в этом вопросе, необходимо обратиться к процессу производства этих благ.

Природа создала огромные запасы воды как в открытых, так и закрытых подземных водоемах, где невостребованное в данный момент благо может храниться, накапливаться и по мере необходимости использоваться. Человеком была создана только система забора, очистки, хранения и доставки воды к местам ее потребления (водопровод).

Электрическая энергия, которая используется в настоящее время, не является продуктом природы. Она создана человеком. Техника и технология ее получения не позволяют накапливать электрическую энергию впрок, и поэтому процесс производства практически совпадает во времени с процессом потребления (Электротехника позволяет в небольших количествах накапливать и хранить электрическую энергию в специальных устройствах, называемых аккумуляторами. Однако дополнительные затраты, связанные с этим, велики. Для того чтобы оценить их, достаточно сопоставить плату за электрическую энергию, получаемую из сети и от аккумуляторов любого типа. Существенны дополнительные затраты и при создании аккумулирующих электрических станций.).

Потребление электрической энергии значительно изменяется в течение суток. Понятно, что в ночные часы оно существенно ниже, чем в утренние и дневные, так как количество потребителей и объемы их потребления снижаются как в промышленности, так и у населения на бытовые нужды. Но в дневные часы существуют периоды, когда потребление электрической энергии является максимальным у большинства потребителей. Эти периоды принято называть *часами совмещенного максимума*. Энергопредприятия вынуждены удовлетворять спрос на электрическую энергию по мере его возникновения, и, следовательно, в часы совмещенного максимума возникает необходимость вводить в действие дополнительные (резервные) мощности. Постоянные затраты, связанные с наличием на энергопредприятиях резервных мощностей, увеличивают средние общие затраты энергопредприятий и энергосистемы в целом. Причем резервные мощности имеются не на всех электростанциях, объединенных в энергосистему; поэтому там, где их нет, производство электроэнергии обходится дешевле, что, однако, не является результатом более эффективной работы таких электростанций.

В энергетике существует четкое деление затрат на постоянные (амортизация, заработная плата обслуживающего персонала и др.) и переменные, которые в основном определяются топливной составляющей затрат.

Некоторые экономисты считают, что средние общие затраты на производство электрической энергии возрастают во время пиковой нагрузки в связи с тем, что для удовлетворения потребности в этот период энергопредприятия должны пускать в ход устаревшие, более дорогие методы производства. Однако с таким объяснением трудно согласиться, ибо если принять эту точку зрения, то при наличии современных резервных мощностей проблемы оплаты электроэнергии в часы совмещенного максимума не существовало бы. Величиной, определяющей возрастание средних общих затрат на производство в пиковые часы нагрузки, являются постоянные затраты на содержание резервных мощностей; средние переменные затраты в этот период могут оставаться неизменными.

Это и определяет обоснованность установления двух тарифов. По одному оплачивается электроэнергия в обычные часы, а по повышенному - в часы пиковых нагрузок, т.е., потребляя ее в этот период времени, необходимо дополнительно оплатить энергопредприятию постоянные затраты на содержание резервных мощностей. Если установить единый тариф на уровне средних общих затрат с учетом стоимости резервных мощностей, то потребители, которые не увеличивают потребление в часы совмещенного максимума, будут "переплачивать", а остальные - "недоплачивать". Кроме того, исчезнет стимул к более равномерному потреблению электроэнергии по времени суток, которое позволило бы уменьшить затраты на создание резервных мощностей.

Обратимся к графическому анализу ценообразования по пиковой нагрузке (*англ*. реасk-lоаd pricing), представленному на рис. 16. Условно примем, что все электростанции разделены на две группы: первая группа работает непрерывно; вторая группа работает только в часы совмещенного максимума. Линии *АСн* и *АСд* отражают соответственно средние затраты на производство "ночной" (первая группа станций) и "дневной" (вторая группа) электроэнергии, т. е. производимой *дополнительно* в часы совмещенного максимума. Линии *МСн* и *МСд*, предельные затраты на производство дневной и ночной энергии, совпадают (*МС*). Соответственно линии *Dн* и *Dд* отражают "ночной" (постоянный в течение суток) и "дневной" (дополнительный в часы совмещенного максимума) спрос на электроэнергию. Объем производства "ночной" (*Qн*) и "дневной" (*Qд*) электроэнергии определяется точками пересечения соответствующих линий предельной выручки *МRн* и *MRд* линией предельных затрат (*МС*). Следовательно, цены "ночной" и "дневной" электроэнергии *Рн* и *Pд* максимизируют прибыль.

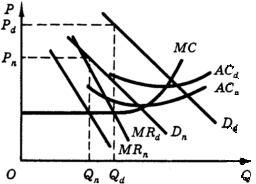


Рис. 16. Ценообразование по пиковой нагрузке

Итак, на один товар, электроэнергию, устанавливается две цены. И следовательно, имеет место ценовая дискриминация? Одни экономисты дают утвердительный ответ и говорят, что ценовая дискриминация в этом случае приобретает особую форму - дискриминации во времени. Другие экономисты считают, что поскольку различие в ценах обусловлено различием в затратах, то этот случай не подпадает под общепринятое определение ценовой дискриминации. В реальности рынки "ночной" и "дневной" электроэнергии не отделены зримыми границами. Для их более точного разграничения требуются счетчики электрической энергии, которые фиксируют не только количество потребленной энергии, но и время ее потребления. На Западе такие счетчики широко используются. В России их внедрение только начинается. Поэтому применяется двухставочный тариф. В двухставочном тарифе размер платы состоит из двух частей: основной годовой платы за максимально заявленную мощность, которая характеризует участие потребителя в формировании совмещенного максимума энергосистемы, и дополнительной - за фактически потребленную электроэнергию. Ставка основной платы рассчитывается так, чтобы покрывались условно-постоянные затраты энергосистемы; дополнительная плата должна компенсировать условно-переменные затраты. Использование двухставочного тарифа, хотя и стимулирует более равномерное потребление электроэнергии по времени суток, все же приводит к тому, что одни потребители недоплачивают, а другие переплачивают по отношению к фактическому потреблению в часы совмещенного максимума.

Какова бы, однако, ни была форма тарифов, первооснова различий цен остается одна и та же - различие в спросе на "ночную" и "дневную" электроэнергию, которое ведет к различию в затратах на ее производство.

Если мы не нашли ценовой дискриминации (в общепринятом смысле) в различии тарифов по времени суток, то это не означает, что ее нет внутри "дневного" и "ночного" рынков. Так, промышленные предприятия в России платят по значительно более высокому тарифу, чем население. Жильцы квартир с электрическими и газовыми плитами оплачивают расход электроэнергии по разным тарифам, что в известной степени оправдано в условиях неразвитого рынка жилья (если бы тарифы были одинаковы, то различной была бы цена жилья при прочих равных условиях). Разные тарифы применяются также в часы совмещенного максимума для промышленных и сельскохозяйственных предприятий.

При обсуждении рис. 16 мы подразумевали, что в качестве монополиста выступает частная фирма. В CCCР в качестве монополиста выступало государство, которое определяло тарифы на электроэнергию для различных потребителей. На рис. 16 частный монополист максимизирует прибыль. Государство может иметь другие цели, например максимизацию объема производства при нормальном уровне рентабельности. В этом случае тарифы будут установлены на уровне средних общих затрат в точке пересечения линии АС с линией спроса. Поэтому повышенные тарифы для предприятий могут быть нацелены на компенсацию убытков от продажи электроэнергии населению по пониженным тарифам, что и имеет место в России, Отметим, что в развитых странах картина иная - население платит по более высоким тарифам, чем фирмы. Почему? Мы знаем, что цена выше на том рынке, где эластичность спроса ниже. Спрос населения на электроэнергию менее эластичен по ряду причин: во-первых, населению сложнее, чем предприятиям, заменить один вид энергии другим, например перейти с электричества на газ; во-вторых, крупные предприятия могут частично самообеспечиваться электроэнергией; в-третьих, возможности сбережения электроэнергии также выше у фирм, чем у населения.

Конечно, целесообразность той или иной формы ценовой дискриминации должна быть подкреплена экономическими расчетами. Ведь повышенные тарифы для предприятий перейдут в повышенные затраты на производство товаров и, возможно, более высокие розничные цены для тех же потребителей. Непросто ответить на вопрос, будет ли при этом достигнут желательный для государства социальный эффект.

Нам часто приходится сталкиваться в жизни с разными ценами на один и тот же товар. Ценовая дискриминация - только одна из множества причин ценовых различий. В этом разделе мы познакомились с тем, как она проявляется в тарифах на электрическую энергию. В других отраслях ценовая дискриминация принимает другие формы и преследует иные цели, исследование которых не менее занимательно и поучительно.

**Дифференциация продукта**

Одна из немногих простых радостей, которые принес обычному человеку мучительный переход нашей страны к рынку, - возможность попробовать незнакомые шоколадки, вафли, жвачки, ликеры, вдруг появившиеся в ларьках в бесконечном числе разновидностей. Конечно, многим они не по карману. Но раз-другой соблазнился купить почти каждый. Привычное на Западе, но поражающее нас многообразие вариантов в сущности одних и тех же продуктов является зачастую плодом деятельности небольших фирм, существующих в условиях *монополистической конкуренции*.

Именно такой тип рынка характерен для пищевой промышленности, производства одежды и обуви, книгоиздания, мебельной промышленности, розничной торговли, многих видов услуг и ряда других отраслей.

Монополистическая конкуренция - одна из форм несовершенной конкуренции. На рынке действует множество фирм, причем среди них либо вообще нет крупных, либо те не имеют решающих преимуществ над мелкими и соседствуют с ними. Барьеры на пути проникновения на такой рынок сравнительно невелики: для того чтобы открыть мастерскую по выпуску мягкой мебели или модную парикмахерскую, большие капиталы не нужны, да и конкурентам трудно помешать этому. Незатруднителен обычно и уход с рынка - всегда находятся покупатели, готовые купить небольшое дело.

Почему же при столь либеральных условиях, господствующих на рынках описываемого типа, конкуренция здесь все же не является совершенной? Причина кроется в той самой заметной черте рынка монополистической конкуренции, с которой мы и начали его описание, а именно в разнообразии, *дифференциации, продукта*. Выпускаемый каждой фирмой товар чем-то отличается от изделий других компаний. Любой из производителей занимает своеобразное положение "мини-монополиста" (единственного производителя данного продукта) и обладает известной властью на рынке. Причем с непривычки режущее слух словосочетание "мини-монополист" является не метафорой, а точным отражением сути ситуации.

В самом деле, каждая фирма, действующая в условиях монополистической конкуренции, контролирует лишь небольшую долю всего рынка соответствующего продукта. Однако дифференциация товара приводит к тому, что единый рынок распадается на отдельные, сравнительно самостоятельные части (их называют *сегментами рынка*, хотя и не в том смысле, в каком этот термин употреблялся в лекции 27). И на этом сегменте рынка доля даже маленькой фирмы может стать очень большой.

На совокупном рынке розничной торговли продовольственными товарами США вашингтонская фирма "Саттон плейс гурмет" имеет незначительную долю (годовой оборот порядка 35 млн дол.). В национальном масштабе на нем лидирует торговая сеть "Сейфвей". Даже в Вашингтоне тон задает не "Саттон плейс", а крупные супермаркеты. Но только в магазинах фирмы американской столицы можно купить вестфальскую ветчину действительно из Вестфалии, эльзасские вина, лучшие французские сыры и т. д. На рыночном сегменте "деликатесы из Европы" небольшая компания занимает монопольную позицию и диктует цены: при их определении она закладывает размер собственной прибыли в 5-8 %, в то время как в среднем по отрасли эта величина равна 1-3 %.

Дифференциация продуктов возникает из-за существования между ними различий *в качестве, сервисе, рекламе*.

Поговорим о факторах дифференциации продуктов подробнее.

Прежде всего подчеркнем, что качество не является одномерной характеристикой, т. е. не сводится только к тому, плохой этот товар или хороший. Даже основные потребительские свойства самых простых продуктов удивительно разнообразны. Так, зубная паста должна: а) очищать зубы, б) дезинфицировать полость рта, в) укреплять эмаль зубов, г) укреплять десны, д) быть приятной на вкус, и т. д. И все эти свойства лишь в порядке исключения могут быть гармонично объединены в одном товаре. Во многих случаях выигрыш в некотором свойстве продукта неизбежно ведет к проигрышу в другом. В нашем примере введение в состав пасты эффективных моющих и дезинфицирующих веществ раздражает десны; лучшие в медицинском отношении пасты редко имеют приятный вкус. Поэтому уже выбор приоритетов в основных потребительских качествах открывает возможности для широкого разнообразия продуктов. И все они становятся по-своему уникальны: одна паста лучше всех укрепляет десны, другая - самая вкусная, третья...

Основой для дифференциации могут служить также дополнительные потребительские свойства, т. е. те особенности товара, которые влияют на легкость или удобство его использования (например, разные размеры расфасовки, отличия упаковок и проч.).

При этом практика показывает, что на зрелом, насыщенном рынке именно дополнительные свойства определяют судьбу товаров. Так, один из крупнейших успехов в истории компании "Пепси-кола" связан с введением полуторалитровых пластмассовых бутылок (проект "Большой вкус пепси").

Важной качественной характеристикой продукта является его местоположение. Для розничной торговли и многих видов услуг именно географическое размещение имеет решающее значение. Так, если сеть заправочных станций редка, то ближайшая бензоколонка автоматически становится почти монополистом для своей округи.

Наконец, основой дифференциации продуктов могут служить даже мнимые качественные различия между ними. Давно известен, в частности, тот факт, что значительный процент курильщиков на тестовых испытаниях оказывается неспособным отличить "свою" марку от других, хотя в обычной жизни преданно покупает только ее. Обратим на это обстоятельство особое внимание: с точки зрения рыночного поведения потребителя не имеет значения, действительно ли отличаются товары. Главное - чтобы ему так казалось.

Различия в сервисе объединяют вторую (после качества) крупную группу факторов дифференциации товара. Дело в том, что для широкой группы продуктов, в особенности для технически сложных потребительских товаров и многих товаров производственного назначения, свойствен долговременный характер взаимоотношений продавца и покупателя. Дорогая машина должна исправно работать не только в момент совершения покупки, но и на протяжении всего срока службы.

Полный цикл сервиса включает предпродажное обслуживание (помощь в выборе нужного продукта; для товаров производственного назначения это часто предполагает проведение целого исследования); сервис в момент покупки (проверка, доставка, наладка) и послепродажное обслуживание (гарантийный и постгарантийный ремонт, внесение текущих улучшений, консультации по оптимальной эксплуатации).

Каждая из этих операций может выполняться в разном объеме (или не выполняться вообще). В результате один и тот же продукт как бы разлагается на целый спектр разновидностей, резко отличающихся по своим сервисным характеристикам и потому превращающихся вроде бы в совершенно разные товары. Такое явление в настоящее время можно, в частности, наблюдать на российском компьютерном рынке, где считанное число типов компьютеров предлагается на разных условиях и по очень разным ценам.

Третья крупная группа факторов дифференциации продукта связана с рекламой. Во-первых, реклама, подобно фотореактивам, проявляет скрытые в товаре отличия от аналогичных. Редкий потребитель, например, сам правильно выберет сорт пасты из многих сотен присутствующих на рынке. Реклама же точно адресует того, кому нравится обильная пена, - к одному, того, кто страдает от кровоточащих десен, - к другому, а озабоченного желтым налетом от табака на зубах - к третьему сорту.

Во-вторых, она способствует формированию новых потребностей. Вспомним популярный на нашем телеэкране ролик: многие ли ощущали потребность иметь "салон-шампунь и кондиционер в одном флаконе", а не, скажем, в двух, пока удобство этого не объяснила реклама ("я просто мою волосы и иду")?

В-третьих, реклама создает дифференциацию продуктов там, где действительной разницы между ними нет. Как уже отмечалось, на рынке сигарет многие качественные отличия носят мнимый характер. Так вот, за мнимыми отличиями качества очень часто скрываются вполне реальные отличия в рекламной подаче товара, хотя потребитель об этом может и не подозревать. Вряд ли кто-нибудь скажет: "Я курю "Мальборо" потому, что хочу походить на мужественного ковбоя". Но, по общему мнению экспертов, миллионам поклонников этой марки ее вкус кажется столь пленительным именно из-за подсознательного стремления отождествить себя с образом ковбоя, удачно найденного в рекламе марки.

Дифференциация продукта обеспечивает фирмам известные монополистические преимущества. Но у ситуации есть и еще одна интересная сторона. Ранее мы говорили, что доступ в отрасль, в которой сложились условия монополистической конкуренции, относительно свободен. Теперь мы в состоянии уточнить эту формулировку: выход на такой рынок, не блокирован никакими иными барьерами, за исключением препятствий, связанных с дифференциацией продукта. Иными словами, дифференциация продукта не только создает для фирмы преимущества, но и помогает защитить их от конкурентов: не так-то легко точно повторить тонкий вкус знаменитого ликера или хотя бы найти равноценный ответ на удачную рекламную кампанию. Поэтому фирмы совершенно сознательно создают и поддерживают дифференциацию, тем самым добиваясь для себя дополнительных прибылей, а на рынок страны принося многообразие товаров.

Вместе с тем не следует преувеличивать доступную таким фирмам степень рыночного господства. Изоляция сегментов рынка одного и того же продукта не абсолютна. Компаниям постоянно приходится считаться с конкуренцией чужих товаров, похожих на собственный.

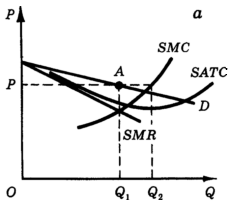
Хотя "фрут энд нат" и "сникерс" безусловно разные шоколадки, они все же достаточно одинаковы, чтобы находиться в прямой конкуренции. Спрос на каждую из них высокоэластичен: стоит слегка поднять цены одной - и он переключится на другую.

Сочетание элементов монополии и конкуренции определяет основные черты поведения фирм на рынке, для обозначения которого экономисты не случайно используют название, включающее оба этих термина.

Поведение фирмы в коротком и длительном периодах

Для анализа поведения фирмы в условиях монополистической конкуренции мы, как обычно, прибегнем к графику. На рис. 1 представлена ситуация, складывающаяся в коротком периоде.

В первую очередь обращает на себя внимание кривая спроса (*D*). Она удовлетворяет критерию несовершенной конкуренции - спрос не абсолютно эластичен. Другими словами, кривая не идет параллельно оси абсцисс, а имеет отрицательный наклон. Причину этого мы только что выяснили. Она состоит в дифференциации продукта.

****

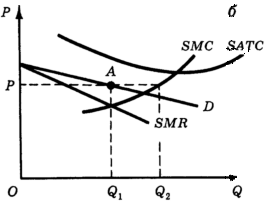
****

Рис. 1. Выбор оптимального объема производства в коротком периоде фирмой, максимизирующей свою прибыль (*а*) или минимизирующей убытки (*б*)

Фирма, действующая в условиях монополистической конкуренции, конечно, не совпадает с целой отраслью, как это было в случае фирмы-монополии. Но благодаря дифференциации на своем сегменте рынка она монополист. Поэтому и кривая спроса приобретает характерный отрицательный наклон: рост объема реализации достигается за счет снижения цен.

Во-вторых, виден механизм определения фирмой оптимального размера производства. В условиях монополистической конкуренции (как и на любом другом типе рынка) фирма максимизирует прибыль при таком объеме, при котором *SМС* = *SMR*.

Иными словами, фирма наращивает производство до тех пор, пока дополнительные затраты, связанные с выпуском еще одной единицы продукции, не начинают превышать выручку от ее реализации. Соответственно точка пересечения *SМС* и *SMR* на графике задает тот размер выпуска продукции *Q*1, продавая который по цене *Р* фирма максимизирует свою прибыль (рис. 1,*а*) или минимизирует убытки (рис. 1,*б*).

Из графика видно, что *Q*1 меньше *Q*2. Если бы та же самая цена *Р* при тех же самых предельных затратах фирмы сложилась на рынке совершенной конкуренции, то фирма выбрала бы объем продаж *Q*2.

Таким образом, при анализе поведения фирмы в коротком периоде наиболее заметны "родовые" черты, сближающие монополистическую конкуренцию с другими видами несовершенной конкуренции (Разумеется, отличия тоже есть, в частности отличия количественные. Так, при монополистической конкуренции кривая спроса не идет столь круто вниз, как при монополии. Причины этого тоже понятны. При монополистической конкуренции велика возможность переключения спроса с данного товара на его близкий заменитель, поэтому эластичность спроса здесь при прочих равных условиях выше, чем при монополии).

Более отчетливо специфика монополистической конкуренции как особого типа рынка проявляется в длительном периоде (рис. 2). Для простоты изложения примем, что кривая затрат не меняется. Допустим также, что первоначально фирма получает экономическую прибыль (линия *D*1 лежит выше минимального уровня *LAC*). В условиях чистой монополии такая ситуация имела бы тенденцию к закреплению на длительное время, так как господствующая фирма не допустила бы на рынок новых производителей.

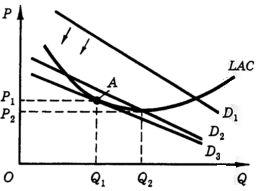
****

Рис. 2. Равновесие в длительном периоде

Напротив, при монополистической конкуренции вход на рынок сравнительно свободен. Поэтому в длительном периоде на него неизбежно проникнут привлеченные экономической прибылью компании. Новички станут производить товары, по своим характеристикам близкие к продукции рассматриваемой нами фирмы.

В результате кривая спроса на продукцию фирмы-старожила снизится, так как часть клиентов перейдет к конкурентам и ее сегмент рынка сократится. Очевидно, что этот процесс будет продолжаться до тех пор, пока не исчезнет экономическая прибыль и кривая спроса не займет положение касательной к кривой затрат (*D*3 на рис. 2).

К такому же финалу приведет развитие событий и тогда, когда в начальный момент фирма несла экономические убытки. Только в этом случае компании будут сужать ассортимент убыточных товаров и кривая спроса для той фирмы, которая не покинет рынок, будет повышаться, пока тоже не займет положение касательной.

Рассмотрим более внимательно состояние устойчивого долгосрочного равновесия при монополистической конкуренции (точка *А*). Для начала зафиксируем уже установленный факт. Точка *А* лежит на кривой *LAC*. Таким образом, монополистическая конкуренция, подобно совершенной конкуренции в длительном периоде, обнаруживает тенденцию к получению фирмами нулевой экономической прибыли. Эта черта обеих структур является следствием свободы вхождения на рынок и выхода с него.

Другая важная особенность положения точки долгосрочного равновесия заключается в том, что, находясь на кривой *LAC*, она, однако, не совпадает с точкой минимума средних затрат. И в этом состоит важное отличие равновесия в длительном периоде при монополистической конкуренции от равновесия при совершенной конкуренции. Почему же названные две точки не могут совпасть? Дело в том, что кривая спроса может быть касательной к кривой затрат в точке их минимума только в том случае, если кривая спроса горизонтальна.

Такое условие выполняется для совершенной, но не для монополистической конкуренции (вспомним: спрос при монополистической конкуренции не является совершенно эластичным). Если же кривая спроса не касается, а проходит через точку минимума затрат под углом (*D*2 на рис. 2), то это значит, что какая-то ее часть проходит выше кривой затрат, т. е. существует зона экономической прибыли. А в этом случае сохранится приток новых фирм в отрасль и кривая спроса продолжит свое смещение, пока не займет положение касательной в какой-то иной точке. На рис. 2 мы не случайно изобразили проходящую через минимум средних затрат линию спроса *D*2 как промежуточное, неустойчивое состояние спроса на его пути из положения *D*1к стабильному положению *D*3.

Из несовпадения точки долговременного равновесия с точкой минимума средних затрат вытекают три важных следствия.

Во-первых, равновесная цена при монополистической конкуренции в длительном периоде превышает равновесную цену, которая установилась бы при совершенной конкуренции (напомним, что последняя равна минимуму средних затрат). Другими словами, структура рынка монополистической конкуренции заставляет потребителя переплачивать за товар "лишние" деньги.

Во-вторых, при монополистической конкуренции устанавливается несколько меньший, чем наиболее эффективный, объем производства. В случае совершенной конкуренции каждая фирма производит продукцию в объеме, соответствующем минимуму средних затрат, так что производство всего продаваемого на рынке объема продукта достигается при минимально возможных затратах. При монополистической конкуренции объем производства каждой фирмы несколько меньше оптимального, так что весь рыночный объем товара мог бы быть произведен дешевле - меньшим числом более крупных фирм.

В-третьих, поскольку в точке долгосрочного равновесия цена спроса выше предельных затрат фирмы, найдутся покупатели, которые согласились бы заплатить за дополнительную единицу товара больше, чем израсходовала бы на производство этой единицы фирма. И такая ситуация возникает на всех сегментах рынка. С точки зрения покупателей, отрасль недоиспользует ресурсы для производства нужного им товара. Но увеличение выпуска не в интересах фирм, так как при этом сократилась бы их прибыль,

Заметим, что чем выше степень дифференциации продукта, тем более несовершенной является конкуренция на рынке и тем значительнее отклонение используемых мощностей, объемов производства и цен от наиболее эффективных. По традиции эту закономерность принято называть *теоремой об избыточной мощности* при монополистической конкуренции.

Итак, теорема об избыточной мощности утверждает, что обществу приходится расплачиваться за разнообразие продуктов. Однако согласилось ли бы общество снизить издержки производства ценой полного однообразия товаров?

**Мировой и российский опыт рекламы**

Мировая история рекламы уходит своими корнями в глубокую древность и богата традициями. "Чтобы глаза сияли, чтоб алели щеки, чтоб надолго сохранилась девичья краса, разумная женщина будет покупать притирания и благовония по разумным ценам у Экслиптоса", - так вполне в современном стиле рекламировались товары более двух тысяч лет назад в античных Афинах. Первоначально реклама существовала в форме вывесок и объявлений, а также выкриков зазывал и глашатаев (приведенный нами пример - образчик устной рекламы). С XVII в. появилась газетная реклама, а XX век породил телевизионную и радиовещательную рекламу. Прогресс же электроники в последние десятилетия выдвинул на первый план так называемую прямую рекламу - личное обращение к каждому клиенту в отдельности, что стало возможным благодаря компьютерным досье на всех потенциальных потребителей. Новые виды дополняли или вытесняли старые, но в целом развитие не прерывалось никогда.

Напротив, в нашей стране реклама долгие десятилетия практически отсутствовала. Короткий период ее расцвета приходился на годы нэпа, когда она использовалась государственными, но не действовавшими на строго коммерческой основе трестами и синдикатами. Лидеры советского художественного авангарда А. Лентулов, Л. Попова и особенно тандем А. Родченко-В. Маяковский создавали в те годы мировые шедевры рекламы.

Дайте солнце  
                          ночью!  
                                         Где  
                                                 найдешь  
                                                                 его?  
Купи в *ГУМе*!  
                           Ослепительно  
                                                      и дешево.

Лучших сосок  
                             не было и нет -  
готов сосать до старости лет.

Нами  
            оставляются  
                                    от старого мира  
только -  
                   папиросы "*Ира*".

*Резинотрест* -  
                                защитник в дождь и слякоть.  
Без галош  
                    Европе -  
                                        сидеть и плакать.

Однако с упразднением нэпа они скоро забылись, а реклама выродилась в простой элемент оформления домов и улиц. Примером может служить призыв летать самолетами Аэрофлота (других все равно не было).

Не вдаваясь в тонкости (последние изучаются в курсе маркетинга), можно указать некоторые общие принципы рекламы, которые не следует нарушать.

Всякая реклама имеет две основные функции: информационную и побудительную. Первая состоит в том, чтобы донести до потенциального потребителя определенное сообщение о товаре. Вторая - в том, чтобы подтолкнуть его к приобретению данного товара. В связи с этим реклама должна удовлетворять следующим требованиям.

1. **Целенаправленность.** Реклама должна направлять внимание потребителя на товар, а не отвлекать его на не относящиеся к делу предметы. Практически для всех лучших образцов мировой рекламы свойственна концентрация зрительского внимания даже не просто на рекламируемом товаре, а на тех его особенностях, которые следует подчеркнуть. В конце 60-х гг., например, "Фольксваген" заполнил страницы мировой прессы лаконичной рекламой своего автомобиля, где изображался лишь силуэт знаменитого "жука", а рядом с ним контуры машин других фирм за разные годы: 30-е, 40-е, 50-е, 60-е. Время меняло облик всех машин... но не силуэт "жука". Таким способом рекламе удалось решить сложнейшую задачу - выразить абстрактное понятие (неподражаемый, "вечный" дизайн "жука") в живой и наглядной форме, прочно приковав зрительское внимание именно к нему.

2. **Адресность**. Реклама должна обращаться не к любому досужему человеку, а к тому, кто может купить товар. Классический пример важности точной ориентации на потенциальных потребителей - история рекламы мотоциклов в США. Десятилетиями она была безуспешной. Моторизованная еще Г. Фордом Америка игнорировала мотоциклы. Тот, кто привык сидеть за рулем автомобиля, испытывал инстинктивное недоверие к неустойчивой двухколесной машине, что бы ни говорила реклама о ее надежности и комфортабельности.

Успех принесла лишь радикальная переориентация рекламы на иной, молодежный круг потребителей. Теперь риск и лихость езды на мотоциклах стали не скрываться, а подчеркиваться. И вместо того чтобы отпугнуть от мотоцикла, это привлекло к нему жаждущую приключений и самоутверждения молодежь.

3. **Постоянство**. Реклама не оказывает воздействия на человека с первого раза. Специальные психологические исследования, в частности, показали, что телевизионная реклама в среднем должна 7-10 раз попасться на глаза потребителю, чтобы побудить его к покупке.

Величайший переворот в реализации этого рекламного принципа произвело появление в конце XIX в. так называемых марочных товаров. Клеймить и метить свою продукцию производители начали с незапамятных времен, однако пионером использования товарного знака особой символики и характерной упаковки в рекламных целях считают Уильяма Левера, создателя фирмы, которая к нашему времени превратилась в одного из лидеров мировой пищевой промышленности - гигант "Юнилевер". Левер первым догадался заранее упаковывать мыло в яркую обертку (до этого его отрезали в лавке от большого А куска и заворачивали в старую бумагу), на которой стояло название сорта (первым был "санлайт" - солнечный свет) и фирмы. Результат был поразителен: каждый экземпляр товара стал сам себе рекламой. Однажды убедившись в высоком качестве мыла, хозяйка вспоминала об этом каждый раз, когда видела характерную картонную коробочку.

Степень постоянства рекламы резко возросла - фактически реклама повторялась при каждом визите клиента в магазин, вне зависимости от того, за каким продуктом он туда пришел. Не случайно в наши дни почти все высококачественные товары продаются как марочные.

4. **Правдивость** в **своем буквальном содержании**. Почти всякая реклама содержит элемент преувеличения. Автомобиль не обретет силы дикого тигра, если его заправить бензином "эссо" (хотя именно это впечатление создавала знаменитая реклама: "Посадите себе в бензобак тигра"!). А использование даже хорошего шампуня вряд ли гарантирует успех свидания влюбленных (одна из рекламных тем крупнейшего рекламодателя мира "Проктер энд Гэмбл").

Но реклама не должна содержать явной лжи или необоснованных фактических утверждений. Пищевой продукт, рекламируемый как естественный, скажем, не может иметь химических добавок. Во многих странах по этим мотивам запрещена реклама типа: "Наш продукт - лучший в мире". В случае ее использования фирма обязана представить доказательства, что товар действительно превосходит все прочие, причем во всех отношениях, что практически невозможно.

Российская реклама пока не может похвастаться строгим следованием принципу правдивости. Не говоря уже о прямых мошенничествах, она пестрит сомнительными утверждениями вроде обещаний цен ниже рыночных чуть ли не у каждого продавца. И все же не стоит отчаиваться. Западная реклама тоже не сразу достигла современного уровня совершенства.

**Патиентная (нишевая) стратегия конкурентной борьбы**

Примером использования дифференциации продукта в практической деятельности компаний может служить патиентная, или нишевая, стратегия конкурентной борьбы. Она является одной из наиболее эффективных линий рыночного поведения мелких и средних фирм, позволяющей им добиваться успеха не только в условиях монополистической конкуренции, но и в куда более сложной для них обстановке господства олигополии или монополии.

Сначала, однако, несколько слов о терминологии. Понятие "патиентная стратегия" используется в междисциплинарной теории конкурентной борьбы, в частности применяется биологами, экологами, социальными психологами. Термин "нишевая стратегия" чисто экономический, но, увы, часто вызывающий недоразумения из-за двоякого употребления слова "ниша". То им обозначают любое место, занимаемое фирмой на рынке (вне зависимости от того, велико оно или мало), то лишь узкие сегменты рынка. Чтобы избежать этого, мы отдаем предпочтение термину "патиентная стратегия", предупреждая, однако, читателя, что в литературе он может встретиться и со вторым вариантом.

"Сегментируй рынок. Сужай производственную программу. Добивайся и сохраняй максимальную долю на минимальном рынке... Подразделяй рынок по отдельным товарам, потребителям, ценам, качеству, маркам, способам сбыта, географии, сервису и т. д. - обязательно сделай что-нибудь, чтобы сегментировать его! *Будь крупной рыбой в мелком пруду*. Помни, даже маленький может доминировать", - в таких энергичных выражениях американский экономист Р. Л. Кан объясняет владельцам средних и мелких фирм рецепт рыночного успеха.

Призыв к дифференциации - хорошо понятный в свете теории монополистической конкуренции - дополняется здесь советом сосредоточить усилия на производстве продукции, пользующейся именно ограниченным спросом. Что же дает компаниям-патиентам ориентация на узкий сегмент рынка? В первую очередь, конечно, возможность уклониться от прямой конкуренции с ведущими корпорациями. Борьба с гигантами в производстве массовой продукции заведомо обречена на провал: крупное производство эффективно именно в выпуске товаров большими сериями. Зато в учете специальных запросов потребителя преимущества на стороне той фирмы, которая посвятила всю свою деятельность их изучению и удовлетворению. И здесь роли меняются.

Трудно представить себе, скажем, огромный металлообрабатывающий концерн, который бы всерьез занимался поиском наилучшего варианта режущих цепей для электропил. Ясно, что в общем обороте концерна на эти цепи придутся ничтожные доли процента. Соразмерным доле будет и усердие гиганта. Между тем средняя фирма "Омарк" (США) только режущими цепями и занимается, являясь всемирно признанным лидером в этой области.

Чем уже сегмент рынка и чем специфичнее условия деятельности на нем (т. е. чем резче дифференциация продукта), тем увереннее чувствует себя патиент перед лицом любых конкурентов. Почтовая связь почти во всех странах - государственная монополия. Но это не мешает процветать небольшим частным почтовым фирмам, специализирующимся на особо быстрой или особо надежной доставке корреспонденции. Преимущества государственного гиганта - густая сеть почтовых отделений, мощные сортировочные центры, тысячи почтальонов - создали бы огромные трудности любой фирме, которая осмелилась бы вторгнуться на рынок массовых почтовых отправлений. Но они ничуть не страшны компаниям, чей бизнес состоит в индивидуальной доставке каждого письма в отдельности.

Средние специализированные компании не раз наказывали самых мощных соперников за попытку состязаться с ними в их коронной сфере деятельности. Последний пример тому - поражение, которое в 1993 г. ИБМ (компьютерная фирма # 1 мира) понесла в гонке по созданию суперкомпьютера нового поколения от специализирующейся именно в разработке сверхмощных машин относительно небольшой "Крей рисерч".

И все же прямые схватки специализированных фирм и крупнейших компаний скорее исключения, чем правило. Рынок товаров, производимых патиентом, слишком узок, чтобы привлекать гиганта. А масштабы производства последнего слишком велики, чтобы небольшая специализированная фирма рискнула соревноваться с ним в изготовлении массовых продуктов. Конкуренция приобретает потенциальную форму, напоминает вооруженное перемирие: вспышка активной борьбы происходит лишь в случае вторжения одной из сторон в чужую область.

Высокая доля на изолированном от других компаний сегменте рынка обеспечивает патиентам большие прибыли. Проведенные в 80-е гг. в США обследования показали, что уже 7 %-ная доля на рынке позволяет средней фирме рассчитывать на 10 %-ный уровень прибыли по отношению к обороту, что значительно выше обычного размера. А рекордная доля на рынке (36 % и выше) приносила уже прибыль в размерах 30 %.

При всех преимуществах, создаваемых узкой специализацией, патиентная стратегия порождает и свои проблемы. Можно выделить четыре наиболее типичные трудности, с которыми приходится сталкиваться компаниям. Прежде всего найти (или создать) собственную узкую нишу весьма непросто. Специализация патиента, очевидно, должна обладать определенными "защитными свойствами", т. е. препятствовать проникновению на его сегмент рынка конкурентов. В роли такого ограничителя может выступать уникальный технологический опыт, особая сбытовая сеть, исторический престиж марки и т. д. Но все это надо суметь приобрести! Те же сложности проникновения на данный рынок, которые в дальнейшем будут оберегать патиента от соперников, на этапе создания ниши работают против него.

Вторая трудность состоит в том, что, адаптируясь к условиям деятельности на специализированном рынке, патиент становится заложником той рыночной ниши, которую занял или сам создал. До тех пор пока она существует, он обладает массой преимуществ. Стоит ей исчезнуть, и для патиента это окончится катастрофой. Слишком много средств вложено в узкую область. Изменение производственного профиля почти невозможно.

Так, побочным результатом "электронной революции" явилось создание кварцевых часов - изобретения, погубившего массу лучших часовых фирм. Патиенты разорялись не потому, что выпускали плохую продукцию, напротив, обычно она была превосходной. И не потому, что отстали от технического прогресса в своей области. При изготовлении хороших механических часов, например, используются лучшие из созданных человечеством прецизионных станков. А потому, что в изменившихся условиях их специальные познания (секреты механики, повышающие точность хода) обесценились, ничего же другого они делать не умеют.

Третья трудность - это опасность утраты самостоятельности. Па-тиентная компания привлекает к себе опасное внимание крупных корпораций потому, что часто только захват обеспечивает доступ к ее патентам, ноу-хау, сбытовой сети. Напомним, что попытка прямого вторжения на рынок, контролируемый патиентом, может закончится для гиганта неудачей. Победить специализированную фирму в ее области трудно, захватить целиком - часто много легче.

Четвертая трудность обусловлена границами роста. Мы постоянно подчеркивали, что спрос на продукцию патиента ограничен по объему. Приближение к этому пределу ставит фирму перед трудным выбором. Можно сохранить свою собственную программу, но тогда придется отказаться от дальнейшего роста. Можно освоить новые товары или выйти с прежними на новые (скажем, зарубежные) рынки. Однако это связано с большим риском: за пределами своей ниши компания не имеет привычных преимуществ.

**Олигополия. Структура рынка**

Олигополия является одной из самых распространенных структур рынка в современной экономике. Почти все технически сложные отрасли промышленности: металлургия, химия, автомобилестроение, электроника, судо- и самолетостроение и др., имеют именно такую структуру.

Наиболее заметная черта олигополии состоит в немногочисленности действующих на рынке фирм. Не следует, впрочем, думать, что компании можно в буквальном смысле пересчитать по пальцам. В олигополистической отрасли, как и при монополистической конкуренции, наряду с крупными часто действует немало мелких фирм (вспомним о патиентной стратегии конкурентной борьбы). Однако на несколько ведущих компаний приходится столь большая часть суммарного оборота отрасли, что именно их деятельность определяет развитие событий.

Формально к олигополистическим обычно относят те отрасли, где четыре крупнейшие фирмы производят более половины всей выпускаемой продукции. Если же концентрация производства оказывается ниже, то отрасль считают действующей в условиях монополистической конкуренции. Конечно, установление такой количественной границы во многом условно. Тем не менее два названных типа рынка имеют и качественные отличия друг от Друга.

При монополистической конкуренции решающей причиной несовершенства конкуренции является дифференциация продукта. В условиях олигополии этот фактор тоже имеет значение. Есть олигополистические отрасли, в которых дифференциация продукта значительна (например, автомобилестроение). Но существуют и отрасли, где продукт является стандартизированным (цементная, нефтяная промышленность, большинство подотраслей металлургии). Однако главной причиной формирования олигополии является экономия от масштаба производства. Отрасль приобретает олигополистическую структуру в том случае, если крупный размер фирмы обеспечивает существенную экономию на затратах и, следовательно, если крупные фирмы в ней имеют значительные преимущества над мелкими.

Дело в том, что крупных фирм в отрасли никогда может быть много. Уже многомиллиардная стоимость их заводов служит надежным барьером на пути, проникновения новых компаний в отрасль. Но даже если бы нашлись средства на сооружение большого числа гигантов, те не смогли бы в дальнейшем прибыльно работать. Ведь емкость рынка ограничена. Потребительского спроса вполне хватает, чтобы поглотить продукцию тысяч мелких пекарен или авторемонтных мастерских. Однако никому не нужен металл в тех количествах, которые могли бы выплавить тысячи домен-гигантов.

Большая доля в выпуске продукции в свою очередь обеспечивает фирмам-олигополистам значительную степень контроля над рынком. Уже каждая из фирм в отдельности достаточно велика, чтобы оказывать влияние на положение в отрасли. Так, если олигополист решит уменьшить выпуск продукции, это приведет к повышению цен на рынке. А если несколько олигополистов начнут проводить общую политику, то их совместная рыночная власть и вовсе приблизится к той, которой обладает монополия.

Существует много моделей олигополии, и ни одну из них нельзя считать универсальной.

Обратим внимание на огромную роль, которую здесь играет субъективный фактор - характер взаимоотношений между конкурирующими на рынке фирмами. В этом состоит уникальная особенность олигополии. При всех других типах рынков значение субъективной политики фирм-конкурентов невелико. В условиях совершенной и отчасти монополистической конкуренции на рынке действует такое множество фирм, что особенности поведения каждой из фирм-конкурентов не поддаются учету. А при монополии конкурентов вообще нет. И только на олигополистическом рынке решение каждого из немногочисленного круга фирм-олигополистов непосредственно сказывается на всех остальных и на отрасли в целом.

Лучше понять закономерности поведения фирмы на олигополистическом рынке позволяет анализ дуо-полии, т. е. простейшей олигополистической ситуации, когда на рынке действуют только две конкурирующие между собой фирмы. Главная особенность моделей ду ополий состоит в том, что выручка и, следовательно, прибыль, которую получит фирма, зависит не только от ее решений, но и от решений фирмы-конкурента, заинтересованной в максимизации своей прибыли. Процесс принятия решения о своих действиях на рынке напоминает домашний анализ отложенной шахматной партии, где игрок ищет самые сильные ответы на возможные варианты хода своего противника.

Первая модель дуополии была предложена французским экономистом А. Курно еще в 1838 г.; она подробно рассматривается в Математическом Приложении, IX. Центральным моментом теории Курно явилось понятие равновесия на дуополистическом рынке. Под равновесным понимается такое сочетание объемов выпуска каждой из фирм, при котором ни у одной из них нет стимулов для изменения своего решения: прибыль каждой фирмы максимальна при условии, что конкурент сохранит данный объем выпуска (*равновесие Курно*).

**Поведение олигополистов**

Можно выделить три принципиальные возможности поведения фирмы на олигополистическом рынке.

1. Нескоординированная олигополия, при которой фирмы не вступают ни в какие контакты друг с другом и не пытаются сознательно найти точку устраивающего всех равновесия.

2. (Картель или сговор) фирм, ориентирующихся не на достижение равновесия Курно, а на долгосрочное монополистическое равновесие с последующим разделом монополистической прибыли (более высокой, чем прибыли олигополистические) между участниками.

3. "Игра по правилам", при которой фирмы сознательно делают свое поведение понятным и предсказуемым для конкурентов, чем облегчают достижение равновесия в отрасли.

Рассмотрим более подробно каждую разновидность олигополии.

**Нескоординированная олигополия**. Одной из наиболее простых моделей этого класса является *модель ломаной кривой спроса* (*англ.* kinked demand curve), предложенная независимо П. Суизи, а также Р. Хитчем и К. Холлом в 1939 г. для объяснения относительной стабильности цен на продукты олигополистических отраслей по сравнению с товарами конкурентных отраслей.

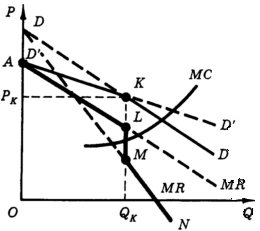
****

Рис. 3.Ломаная кривая спроса

Модель опирается на предположение, что рассматриваемая нами фирма будет иметь две разные линии спроса при различном поведении фирм-конкурентов: линию *DD* (см. рисунок) - если конкуренты последуют за изменениями цен данной фирмы, *D`D`* - если они не будут реагировать на ее изменения цен. Линии *DD* и *D`D`* пересекаются в точке *K*.

Допустим, что первоначально фирма выбрала цену *РK* и объем производства *QK* Что произойдет с объемом спроса, если фирма изменит цену? Если фирма снизит цену на свой товар, а конкуренты последуют ее примеру, то она может ожидать, что ее объем продаж вырастет в меньшей степени, чем в том случае, если бы конкуренты сохранили свои цены без изменения. Логично предположить, что конкуренты снизят цену с тем, чтобы потерять как можно меньше своих покупателей. Следовательно, при ценах ниже *РK* линией спроса будет отрезок линии *DD*. Напротив, если фирма повысит цену, то разумно предположить, что конкуренты не последуют за ней и объем продаж увеличится меньше, чем при совместном повышении цен. Тогда при ценах выше *РK* линия спроса нашей фирмы пойдет по отрезку линии Единая кривая спроса, отмеченная сплошной линией, окажется с изломом в точке *K*.

Предполагая, что конкуренты будут вести себя рационально, фирма будет воздерживаться от изменения первоначальной цены *РK*. И только значительное изменение затрат может склонить фирму к изменению цены. Это объясняется формой кривой предельной выручки (*ALMN*). Ломаной линии спроса соответствует разрывная ломаная линия предельной выручки, которая образована участками линий *MR* и , соответствующих отрезкам линий *DD* и *D`D`*, а также вертикальным отрезком *LM*, связанным с точкой излома *K*. Если кривая предельных затрат (*МС*) пересечет линию предельной выручки в точке вертикального участка, то оптимум фирмы будет достигаться при цене *РK* и объеме выпуска *QK*. Таким образом, сдвиг кривой *MС* выше или ниже положения, показанного на рисунке, не повлечет за собой изменения оптимальной комбинации цены и объема выпуска, если точка пересечения с линией предельной выручки не выйдет за пределы отрезка *LM*.

**Картель**. Немногочисленность основных участников олигополистического рынка благоприятствует заключению между ними соглашения. Основная идея подобного сговора состоит в установлении объема производства и цен на таком уровне, который обеспечивает максимальную прибыль для всей группы, договаривающихся компаний в целом. Далее этот объем делится между участниками картеля с помощью определения квоты (доли) каждого из них в общем производстве или путем географического закрепления рынков (члены картеля обязуются не вторгаться на чужие участки рынка).

Временем расцвета картелей был период с конца XIX и до конца 30-х гг. XX в., когда они имели легальную форму и были широко распространены. Если господство одной-единственной фирмы в отрасли представляет собой редкое и, как правило, кратковременное явление, то картели названного периода смогли создать монополистическую структуру рынка в целом ряде ведущих отраслей (электротехника, химия, металлургия, нефтяная промышленность), причем создать ее на длительное время.

Все недостатки чистой монополии, изученные нами в предыдущих лекциях, на практике известны человечеству в основном из опыта деятельности картелей. Особенно сильное негативное воздействие на экономику картели оказали в период тяжелых кризисов перепроизводства в 30-е гг. В большинстве стран они законодательно запрещены.

В настоящее время картели существуют (и преследуются властями) как тайные сговоры. Легально они допускаются лишь в некоторых особых сферах экономики (например, в старых, умирающих отраслях или в экспортной деятельности) под контролем государства.

"**Игра по правилам**". Данная форма олигополии представляет собой компромисс между нескоординированной олигополией и прямым сговором. Фирмы не вступают друг с другом в соглашения, но подчиняют свое поведение определенным неписаным правилам. Такая политика, с одной стороны, позволяет избежать юридической ответственности, вытекающей из антикартельного законодательства. А с другой - уменьшить риск непредсказуемой реакции конкурентов, т. е. оградить себя от главной опасности, свойственной нескоординированной олигополии. "Игра по правилам" облегчает достижение олигополистического равновесия.

Наиболее часто употребляемым приемом "игры по правилам" является лидерство в ценах. Оно состоит в том, что все крупные изменения цен сначала проводит одна фирма (обычно самая крупная), а затем они повторяются в близких размерах остальными компаниями. Ценовой лидер фактически единолично определяет цены (а значит, и объем производства) для всей отрасли. Но делает это с таким расчетом, чтобы новые цены устроили и остальных. Ведь если они будут невыгодны конкурентам, то те просто не последуют за лидером и отрасль перейдет в опасное для всех участников состояние нескоординированной олигополии. Не случайно поэтому лидер часто "прощупывает" отношение конкурентов, заранее предавая огласке размер предстоящего изменения и прислушиваясь к реакции других фирм.

Лидерство в ценах очень распространено на Западе, а в наши дни его можно наблюдать и в России, например в автомобилестроении. Так в 1991-1992 гг. лидером в ценах на легковые машины постоянно выступал ВАЗ, а АЗЛК и ГАЗ следовали за ним.

В заключение несколько слов о проблеме общественной эффективности олигополии как особого типа рынка. Не вызывает сомнений тот факт, что в форме картеля олигополия крайне не эффективна. Мы уже говорили, что в этом случае речь фактически идет о групповой монополии.

Сложнее обстоит дело с нескоординированной олигополией и "игрой по правилам". Разумеется, и этим формам олигополии свойственны все недостатки несовершенной конкуренции. Более того, из-за значительной степени контроля над рынком эти недостатки проявляются при олигополии много сильнее, чем, скажем, при монополистической конкуренции.

Народная поговорка, однако, гласит, что корову всегда покупают с рогами. Не являются ли все перечисленные слабые стороны олигополии оборотной (и совершенно неотъемлемой!) стороной достоинств крупных фирм? И, может быть, с ними стоит смириться, коль скоро всякая отрасль, где эффективным является крупное производство, обязательно становится олигополистической?

**Из истории сговора: международные картели в электротехнике**

Антикартельное законодательство едва ли когда-нибудь появилось бы на свет, сводись все обвинения против картелей к чистой теории. Пример электротехники - одной из важнейших отраслей современной промышленности - показывает, во что обходилось экономике господство картелей в реальной жизни.

Как известно, электротехника возникла в начале нашего века сразу как отрасль массового производства. Немногочисленные крупные производители пытались договориться о разделе мирового рынка еще до первой мировой войны. Однако золотой век картелей наступил только в межвоенный период.

В рождественский сочельник 1924 г. в Женеве был создан электроламповый картель "Феб", названный так по имени бога солнца. Его участниками были "Осрам" (Германия), "Филипс" (Голландия), "Дженерал электрик" (Великобритания) и др., а негласно к нему примыкали и оба ведущих американских производителя - "Дженерал электрик" и "Вестингауз". Весь мир был поделен на три района: а) национальные территории каждого из участников; б) заморские колонии Великобритании; в) общие территории.

Рынки национальных территорий были зарезервированы за местными производителями. Это на первый взгляд невинное условие фактически означало установление там монополии, что прямо вызывало резкую завышенность цен. Так, 60-ваттная лампа стоила в США, где шла конкуренция с не входившими в "Феб" японскими фирмами, 15 центов. В Швеции при наличии более слабых конкурентов (кооперативов) картель добился цены в 33 цента. А в Германии и Голландии, где соперников почти не было, потребитель платил по 48 и 70 центов. Максимальный разрыв между монопольной и конкурентной ценами был почти пятикратным.

Рынки английских колоний и общие территории делились между всеми участниками (с признанием известных преимуществ британских фирм в заморских владениях их страны). Выделенную ему квоту производства участник картеля мог получить на любом рынке общих территорий. Но если он превышал ее, то должен был платить штраф в пользу тех, кто недоиспользовал свою квоту. Другими словами, даже на нейтральных территориях, где продавались лампы разных фирм и была видимость конкуренции, общий объем производства устанавливался столь же определенно, как если бы рынок контролировала единственная фирма-монополия.

Плоды монополизации не замедлили сказаться: картель стал прибегать к таким одиозным способам повышения прибыли, на которые никогда не решилась бы ни одна фирма в отрасли с сильной конкуренцией. Так, членам картеля было рекомендовано ограничить срок службы лампочки 1 тыс. часов, хотя уже существовала технология, позволявшая довести его до 3 тыс. Расчет был прост: чем быстрее перегорают лампы, тем больше новых нужно покупать для их замены. Главный координатор действий участников картеля Дж. М. Вудворд информировал их, что ограничение срока службы ламп позволит за 5 лет удвоить объем продаж.

Другим, кстати сохранившимся и теперь, "изобретением" картеля "Феб" был принятый им стандарт, в соответствии с которым лампы маркируются в ваттах, а не в люменах. Таким образом, при продаже лампы потребителю сообщается второстепенная характеристика продукта (сколько лампа потребляет энергии) и скрывается главная (сколько она дает света). Стараниями картеля мы все так привыкли к этому, что даже не замечаем дикости ситуации. Можно ли представить себе выставленный в магазине холодильник, о котором сообщалось бы лишь потребляемое количество электроэнергии, но ни слова бы не говорилось об объеме морозильной и холодильной камер и о температуре в них? С легкой руки "Феба" продавцы ламп во всем мире ежедневно проделывают со своим товаром такой фокус и умудряются даже не вызывать возмущение публики.

Картель "Феб" не пережил длившегося с 1941 по 1949 г. судебного расследования, проведенного антимонопольными органами США. Но задолго до этого сблизившиеся в ходе его деятельности электротехнические гиганты вступили в серию сговоров по другим товарам. В 1936 г. была создана Международная электротехническая ассоциация (МЭА) - орган, призванный координировать деятельность крупнейших фирм отрасли в разных областях.

Первоначально существование МЭА не скрывалось, однако в послевоенные годы объем информации о ней в связи с усилением антимонопольного законодательства свелся к минимуму. Даже многократно переносившееся расположение штаб-квартиры организации (Париж-Лондон-Лозанна-...) стало окружаться тайной. Деятельность МЭА ведется по 10 секциям, соответствующим основным электротехническим товарам производственного назначения.

В отличие от открыто признававшего себя картелем "Феба" секции МЭА ведут и работу, не носящую характера сговора. Скажем, занимаются действительно жизненно важными для отрасли проблемами стандартизации. Участники МЭА (кстати, к ним в послевоенные годы присоединились и японские фирмы) отрицают существование каких-либо картельных соглашений.

Тем не менее периодически всплывают факты, доказывающие сохранение картеля. Наибольшей сенсацией был захват властями в 60-е гг. документов секции Н-трансформаторы, Среди них оказался список, в котором цены по осуществленным сделкам сопровождались особыми пометками. Последние удалось расшифровать. Выяснилось, что если принять за 100 % уровень цен в тех случаях, когда в торгах участвовало много нечленов картеля и, следовательно, когда их можно считать свободными, то там, где господствовал картель, цены были существенно выше. Обычно картель добивался их увеличения до 115-120 %. Но в особо выигрышных ситуациях цена взлетала до 150 %.

Напротив, когда картель принимал решение наказать аутсайдера, слишком часто мешавшего ему завышать цены, предлагались особые условия поставки. Цены в этом случае составляли лишь 50-70 % от свободных. Поэтому торги, конечно, выигрывал предложивший низкие цены участник картеля, а не опасный аутсайдер.

Интересен и механизм финансирования "боевых действий". Легальные картели межвоенного времени имели для этих целей централизованный фонд. В наше время одного факта создания такого фонда хватило бы для начала судебного процесса. Поэтому была принята иная схема: 2 % выручки каждый член МЭА откладывал у себя в особый фонд, но никуда не перечислял. Благодаря этому доказать существование общего фонда "боевых действий" картеля становилось невозможным. Но это не мешало наказывать аутсайдеров: просто в бой с ним вступал тот участник МЭА, у которого на тот момент резервный фонд оказывался больше. Проиграв по очереди нескольким участникам картеля целую серию торгов, аутсайдер обычно становился более послушным.

Скандальные разоблачения сговоров периодически повторяются не только в электротехнике, но и в других отраслях вплоть до настоящего времени. Не вызывает сомнений, что картели сохранили свою привлекательность для олигополистов.

**Преимущество первого хода**

На первый взгляд может показаться, что из теории олигополии можно почерпнуть лишь негативное отношение к крупным фирмам.

Трудами ряда ученых и, в частности, видного современного американского экономиста, лауреата Пулитцеровской и Бэнкрофтовской премий Альфреда Чандлера выявлены положительные стороны деятельности крупных олигополистических предприятий и разработаны практические рекомендации по формированию эффективной рыночной стратегии гигантов - использованию "преимуществ первого хода" (*англ.* first mover advantage).

Прежде всего на обширнейшем фактическом материале была выявлена следующая закономерность: переход отрасли в олигополистическое состояние обычно сопровождается резким увеличением производительности труда. Приведем хотя бы самые знаменитые примеры.

Создание Дж. Д. Рокфеллером гигантского нефтяного треста "Стандарт ойл" привело к 6-кратному снижению цены 1 галлона керосина c 2.5 до 0.4 цента) всего за 6 лет. Точно так же олигополизация черной металлургии вызвала не повышение (как можно было бы думать), а стремительное сокращение затрат и цен. Основанный Э. Карнеги гигант продавал в 1889 г. 1 т рельсов за 23 дол., тогда как еще в 1880 г. она стоила 68 дол. Формирование доныне остающегося одним из лидеров в германской химической промышленности концерна "Байер" вызвало падение цены 1 кг анилиновых красителей с 200 до 9 марок. А век спустя столь же значительным ростом снижения затрат с) и падением цен сопровождалось вторжение крупнейших электронных фирм на рынок персональных компьютеров и вытеснение с него мелких фирм-изобретателей.

В основе столь впечатляющего прогресса лежит экономия от масштаба. Толчок к прогрессивному преобразованию отрасли обычно дает резкое увеличение оптимального размера фирмы, связанное с изобретением некой новой технологии или продукта. Однако если бы концентрация производства определялась только оптимальными размерами заводов, то на рынках действовало бы значительно больше фирм, чем наблюдается в действительности. И многие из этих рынков оказались бы не олигополистическими, а рынками монополистической конкуренции.

Есть еще один мощный фактор, способствующий олигополизации отраслей. Крупные предприятия с их высокопроизводительным и, что особенно важно, дорогостоящим оборудованием только тогда эффективны, когда их производственные мощности не простаивают. Продукция фирмы должна иметь устойчивый рынок. А это означает, что предприятию необходима обширная снабженческая и сбытовая сеть, мощные управленческие структуры, проектно-конструкторские подразделения и т. д. Выдержать связанные с этим огромные расходы могут лишь очень большие фирмы.

Иными словами, значительная часть экономии от масштаба возникает не на уровне отдельной технологической установки или завода, а на уровне всей фирмы в целом. Как правило, не фирмы-олигополисты изобретают новые продукты и технологии. Но именно они строят на базе этих технологий гигантские заводы и обеспечивают их эффективную эксплуатацию. А потому именно им обычно удается добиться существенного снижения затрат.

А. Чандлер показал, что для достижения успеха на рынке крупная фирма должна осуществить взаимосвязанные инвестиции в трех направлениях: 1) создание крупного производства; 2) создание общенациональной (а затем и интернациональной) сбытовой и маркетинговой сети; 3) создание дееспособного управленческого аппарата. Компания, которой удается первой в своей отрасли решить эти задачи, надолго приобретает своеобразную фору в борьбе с конкурентами - уже упомянутое "преимущество первого хода".

Очень показателен в этом плане пример формирования в конце прошлого века химической промышленности. По всем объективным экономическим критериям доминировать в этой отрасли должны бы были английские фирмы. Действительно: а) синтез анилиновых красителей, долгие годы являвшихся важнейшим продуктом отрасли, был впервые осуществлен англичанином В. Перкином в 1856 г.; б) по уровню развития Англия в то время обгоняла все прочие страны; в) в Англии были самые богатые источники сырья (наиболее подходящие сорта угля) и рынки сбыта (крупнейшая в мире текстильная промышленность).

История как бы поставила чистый лабораторный эксперимент, отдав все мыслимые преимущества англичанам, - все, кроме одного, но важнейшего. Английские текстильные фабриканты, финансировавшие изыскания в области химии, не решились пойти на масштабные инвестиции за пределами своего традиционного бизнеса. "Преимущество первого хода" было без боя уступлено германским компаниям "Байер", БАСФ и "Хёхст". И, как оказалось, надолго: век спустя в мировой химии в числе лидеров находится та же самая тройка.

Многочисленные примеры такого рода можно найти не только в давней истории. Компания, добившаяся "преимущества первого хода", обычно доминирует на рынке десятилетиями, а ее соперники, не осуществившие вовремя инвестиции в трех направлениях, утрачивают свои позиции. В 70-80-е гг. первопроходцы индустрии полупроводников концерны "Дженерал электрик" и РКА (США) упустили "преимущество первого хода", и ныне мировой рынок прочно олигополизирован другими компаниями ("большой десяткой" из семи японских и трех американских фирм).

Действительно, каждый конкурент, бросивший вызов доминирующей фирме, сталкивается с рядом трудностей. Во-первых, ему надо провести столь же масштабные инвестиции - иначе он не будет иметь экономии от масштаба и, следовательно, его продукция будет неконкурентоспособной. Во-вторых, проведя эти разорительные капиталовложения, он выйдет со своим товаром на рынок, уже занятый доминирующей фирмой. В-третьих, новичок обречен на длительное отставание по опыту и знанию рынка. История бизнеса подтверждает, что бросить вызов фирме-лидеру можно. Но эта атака далеко не всегда кончается успехом.

# ЛЕКЦИЯ. Рынок факторов производства и формирование факторных доходов

**Факторы и ресурсы. Что такое факторы?**

Одним из наиболее часто употребляемых терминов в этом выпуске нашего издания будет термин "*фактор производства*" или, для краткости, просто "*фактор*". Мы будем строить кривую *спроса на факторы*, исследовать механизм ценообразования на *рынках факторов*, анализировать распределение дохода между *собственниками факторов*, словом, проделывать с факторами (и их рынками) массу всевозможных операций.

Для начала проведем небольшую этимологическую (этимология - наука о происхождении и истории слов) игру: вспомним, известны ли нам какие-то слова, которые, возможно, являются родственными слову "фактор"? Кто-то, наверное, вспомнит английское "factory" (фабрика), кто-то, не забывший математику, известный со школьных времен "факториал", но, думается, большинству придет в голову одно очень известное слово - слово "факт", т.е. "действительное, невымышленное событие, происшествие, явление". Оказывается, "факт" происходит от латинского "factum" - "нечто сделанное, свершившееся". Наш "фактор" действительно близкий родственник "факта": на латыни "*factor*" - "*делающий, производящий*".

В экономике *факторы производства* - это все то, что, участвуя в производственном процессе, создает, делает, производит товары и услуги. Что же именно? Экономисты начала XIX в. говорили обычно о трех факторах производства - земле, труде и капитале. Концепцию трех факторов легко понять на примере любого, даже самого простого, вида человеческой деятельности. Для того чтобы, например, заниматься рыбной ловлей, необходимо, во-первых, чтобы водилась рыба ("земля"), во-вторых, чтобы кто-то умел ее ловить ("труд") и, в-третьих, чтобы были некоторые орудия, позволяющие ловить рыбу, т. е. в зависимости от местных условий - удочка, сеть, лодка и т. д. Таким образом, если бы экономисты стали анализировать пословицу о том, что "без труда не выловишь и рыбку из пруда", известная пословица могла бы показаться им неполной. Ведь для того, чтобы выловить рыбку, нужны кроме труда еще и удочка, и пруд (да причем с рыбой). Наиболее смелые из экономистов могли бы пойти еще дальше, сказав, что там, где родилась эта пословица, труд являлся более дефицитным фактором, чем пруд, потому что в противном случае пословица выглядела бы несколько иначе, например: "сколько ни забрасывай удочку в песок, рыбку не выловишь".

Заметим, что среди факторов нет главных и второстепенных. Участие каждого из них равно необходимо, и все они дополняют друг друга в производственном процессе. В этом смысле производство картин Пикассо было бы равно невозможным как без самого Пикассо, так и если бы ему было нечем, не на чем и негде рисовать.

**Сколько существует факторов производства**

Понятно, что земля, труд и капитал - это некие обобщения, агрегированные факторы производства.

Под *землей* экономисты понимают и собственно землю с присущим ей плодородием, и запасы минерального сырья, и лес, и воду со всеми их природными богатствами - словом, всю ту нерукотворную среду, в которой обитает человек.

Труд включает в себя все виды человеческой деятельности, используемые в производстве.

*Капитал* - это, вообще говоря, все, что используется в производстве, но не является ни землей, ни трудом, т. е. созданные человеком средства производства, орудия труда, сырые материалы и т. д. Подчеркнем, что такой капитал часто называется реальным в отличие от капитала финансового (денег и близких к ним финансовых инструментов - таких, как акции, облигации и т. д.).

Очевидно, что введение в научный оборот именно таким образом агрегированных факторов должно было служить определенной цели. И это действительно так. Дело в том, что концепция "факторов производства" использовалась в самом больном месте экономической теории XIX в. - в теории распределения доходов, а сами факторы - это не что иное, как другое название основных сословных групп тогдашнего европейского общества: землевладельцев (дворян), капиталистов (буржуа) и наемных работников (пролетариев). Доходы этих групп населения (и принадлежащих им факторов) экономисты называли соответственно *рентой, процентом* и заработной платой.

Позднее, в конце XIX в., экономисты выделили четвертый фактор производства - предпринимательство, т. е. деятельность по организации работы факторов в производстве некоторого товара, связанную с принятием на себя риска и ответственности за экономические результаты производства. Появление в экономической литературе "четвертого" фактора производства было обусловлено реалиями того времени: в обществе возросла роль людей, которые, часто не имея в собственности ни одного из "трех факторов", умели угадывать, какое производство нужно рынку в данный момент, и привлекать в это производство все необходимые факторы. Доход предпринимателей экономисты назвали *прибылью*.

Об истории теории распределения и о ее современном состоянии как области экономической науки мы расскажем в лекции 40. Отметим лишь, что в начале XX в. и развитие общества, и развитие экономической теории поставили перед экономистами вопрос: насколько удобными являются такие обобщенные понятия, как труд, земля, капитал и предпринимательство? И так ли уж сильно отличаются эти факторы друг от друга?

Рассмотрим пару - "капитал" и "земля". Вспомним, как мы разграничили эти факторы: земля - это то, что создано природой, а капитал - человеком. Однако землей или капиталом являются, например, пашня, возникшая на месте осушенного болота, или апельсиновая плантация на земле, отвоеванной человеком у пустыни? А искусственный водоем, заселенный промысловой рыбой? Список подобных вопросов можно расширить до бесконечности, отвечать же на них весьма сложно, да, главное, и не нужно. Ведь на самом деле человек, используя природу, видоизменяет ее, приспосабливая под свои сегодняшние нужды. Хорошо это или плохо, но это так, и в этом смысле земля является капиталом, так как требует от человека вложений. Для рыбака вопрос о том, ловит ли он рыбу в пруду, выкопанном людьми, или в озере, созданном природой, имеет, в конце концов, чисто исторический интерес. Экономический же интерес для него представляет совсем другое: сколько можно наловить рыбы и сколько надо (или не надо) за это заплатить (т. е. производительность и цена фактора)?

Возьмем другую пару факторов: "капитал" и "труд". Капитал, как полагали в XIX в., - это нечто созданное человеком, труд - это нечто присущее человеку от рождения. С повышением требований к квалификации работников и здесь появились коварные вопросы. Например, что такое труд врача? Ведь чтобы сделать человека квалифицированным медиком, необходимо образование, стоимость и продолжительность которого куда больше, чем стоимость и продолжительность производства оборудования для пекарни. Принятая современной экономической наукой теория "человеческого капитала" рассматривает квалифицированного работника как капитал, а вложение в его образование - как средство накопления этого капитала. (Отметим, что по подсчетам некоторых американских экономистов человеческий капитал в США превышает примерно в два раза капитал реальный).

Еще одним недостатком концепции "четырех факторов" является то, что при рассмотрении производственного процесса наличие у этого процесса лишь четырех "входов" дает во многих случаях слишком уж укрупненный взгляд на интересующую экономиста проблему. Для решения многих задач необходимо, чтобы в качестве "входа" в производство рассматривался не обобщенный труд, а каждая конкретная работа (т. е. труд землекопа и водителя экскаватора) и не обобщенный капитал, а каждое конкретное орудие труда (т. е. лопата и экскаватор). В этом случае "входы" в производство экономисты называют обычно ресурсами.

Так, если можно сказать, что факторами производства нашего издания являются земля, капитал, труд и предпринимательство, то, говоря о ресурсах, мы скажем скорее так: помещение редакции, склад для сырья и готовой литературы, компьютеры и программное обеспечение, множительная техника, услуги типографии, научная библиотека, ну и, конечно, работа авторов, членов редколлегии, главного редактора, художника, корректора и т. д. - все, кто делал для вас этот выпуск).

Заметим, что ресурсы, так же как и товары, могут быть взаимозаменяющими (натуральное дерево и древесно-стружечная плита в производстве мебели) и взаимодополняющими (автор, редактор и корректор для нашего издания). При этом степень взаимозаменяемости и взаимодополняемости ресурсов, так же как и товаров, может быть весьма разной. Подчеркнем также, что ресурсами для производства какого-либо товара является не только то, что фактически применяется в этом производстве, но и то, что может использоваться потенциально. Просто объем применения этих ресурсов в таком случае равен нулю. (Так, если мебель делается из древесно-стружечной плиты, это не значит, что дерево не является ресурсом для ее производства). Аналогичное утверждение, впрочем, было бы справедливо и в обратном случае.

**"Фактор" или "ресурс"?**

Конечно, никто не мешает экономистам агрегировать ресурсы как им угодно, в частности в виде земли, капитала и труда, что нередко в экономическом анализе оказывается весьма удобным. Поэтому классические "три" или "четыре" фактора будут довольно часто встречаться вам на страницах экономической литературы.

В отечественной экономической литературе термины "фактор" и "ресурс" не нашли своих твердо очерченных областей применения: когда надо использовать термин "фактор", а когда "ресурс" - каждый автор решает по-своему.

Итак, говоря об агрегированных земле, капитале и труде, мы будем использовать термин "фактор", а говоря о конкретном станке или конкретном работнике, - "ресурс". Там же, где степень агрегирования не имеет значения, - оба эти термина будут применяться равнозначно, т. е. как синонимы: под "фактором" или "ресурсом" мы будем понимать нечто, что используется (или может использоваться) в производственном процессе.

**ПРЕДЛОЖЕНИЕ ТРУДА**

Для большинства семей главным источником дохода является труд. Например, в США семьи, возглавляемые супружеской парой не пожилого возраста, получают в среднем 89% своих доходов за счет заработной платы и жалованья.

Рассмотрим решения индивида, являющегося главой домохозяйства, остальные члены которого в данном периоде не являются работниками. Пусть его зовут Федор. Очевидно, что каждый день и каждую неделю в распоряжении Федора находится строго определенное количество времени. Часть его он посвящает *работе по найму*, оставшееся время он затрачивает на нерыночные виды активности: выполняет работу по дому, воспитывает детей, отдыхает. Для простоты все нерыночные виды активности будем называть *досугом*.

Федор получает удовлетворение (полезность) и от досуга, и от потребления всех других благ (им самим и членами его семьи). Чтобы приобрести эти другие блага, он должен заработать их денежный эквивалент, т. е. доход. Для этого ему нужно работать по найму и тем самым пожертвовать частью досуга. Задача Федора состоит в том, чтобы найти такую комбинацию досуга и потребления других благ, чтобы максимизировать свою полезность.

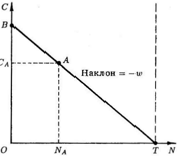


Рис.1. Бюджетное ограничение при выборе между досугом и потреблением

Бюджетное ограничение этой задачи проиллюстрируем посредством рис. 1. По абсциссе будем откладывать число часов, посвященных досугу, *N*, по ординате ≈ потребление благ, *С*. Даже если Федор совсем не будет работать, есть верхняя граница продолжительности досуга ≈ общее число часов в сутки или неделю (24 часа и соответственно 168 часов). Обозначим эту границу *Т*. По определению, время, не затраченное на досуг, ≈ это время работы по найму Например, длина отрезка *ONA* измеряет общую продолжительность досуга за неделю, а длина отрезка *NAT* ≈ время, посвященное работе.

Пусть часовая ставка заработной платы Федора равна *w*. Будучи ценополучателем, он воспринимает ее как заданную рынком. Федор может все свое время посвятить досугу, эту альтернативу отражает точка *Т* на горизонтальной оси: тогда потребление благ будет, естественно, равно нулю. Другая крайняя возможность ≈ это посвятить все время работе. Тогда Федор сможет приобрести блага стоимостью *wT*. Эту альтернативу отражает точка В на вертикальной оси. Если Федор уделит досугу *NA* часов в неделю, то сможет потреблять другие блага в объеме *w*(*T ≈ NA*), которому соответствует точка *А*. Ясно, что бюджетное ограничение Федора ≈ это прямая *ВТ*, а ее наклон (- *w*) характеризует ставку заработной платы.

Обратим внимание на то, что бюджетное ограничение в задаче выбора между досугом и потреблением (досугом и работой) аналогично бюджетному ограничению в задаче потребителя. Наклон бюджетной прямой в данном случае также отражает альтернативную ценность одного блага в терминах другого блага. Альтернативной ценностью досуга является отвергнутое потребление; следовательно, альтернативная ценность часа досуга Федора равна ставке его заработной платы! Бюджетное ограничение

*C = w*(*T-NA*)

перепишем в следующем виде:

*C + wNA = wT*.        (1)

В левой части (1) отражены затраты потребителя-работника на потребление и досуг, а в правой ≈ ценность *находящегося в его распоряжении времени* (*англ*, time endowment).

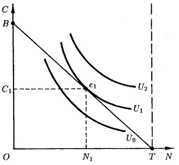


Рис.2. Равновесная комбинация досуга и потребления

Чтобы определить, какую точку на прямой *ВТ* выберет Федор, нам нужна информация о его предпочтениях. Привычным для экономистов способом характеризовать предпочтения лица, принимающего решения, является семейство кривых безразличия, в данном случае без различия между досугом и потреблением. На рис. 2 такая карта безразличия Федора наложена на его бюджетное ограничение. Если решение является внутренним, то оно находится в точке касания бюджетной прямой и кривой безразличия, *e*1.Таким образом, Федор выбирает *N*1 часов досуга и *C*1 единиц потребления, из чего следует, что он *предлагает* на рынке *Т* - *N*1 часов своего труда в неделю.

Займемся сравнительной статикой. Предположим, что ставка заработной платы Федора понизилась с *w*1 до *w*2. Чтобы увеличить свой досуг на один час, он должен теперь отказаться только от заработка *w*2, а не *w*1 Эта ситуация представлена на рис. 3, а. Бюджетное ограничение Федора представлено теперь более пологой прямой *B*2, наклон которой равен *-w*2. Из-за сокращения ставки заработной платы первоначальная комбинация потребления и досуга, *e*1, более не является достижимой. Федор должен выбрать какую-то точку на бюджетной прямой *B*2. При карте безразличия, изображенной на рис. 3, а, этой точкой является *e*2. Сокращение заработной платы понизило предложение труда со стороны Федора на *N*2 - *N*1 часов. Обратите внимание, что бюджетная прямая при снижении ставки зарплаты, *w*, поворачивается против часовой стрелки вокруг точки *Т*.

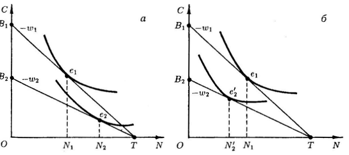


Рис.3а, б. Реакция Федора (а) и Трифона (б) на сокращение ставки заработной платы.

Субъект с другой картой безразличия реагировал бы на сокращение заработной платы, возможно, иначе. Например, на рис. 3, б изображена карта безразличия Трифона, бюджетные ограничения которого до и после сокращения ставки заработной платы те же, что и у Федора. Пусть до изменения ставки заработной платы Трифон работал такое же количество часов, что и Федор. Однако после сокращения заработной платы Трифон в отличие от Федора станет работать больше, увеличив предложение труда на *N*1 - *N*2 часов. Такой выбор Трифона объясняется особенностями его предпочтений в отношении досуга и потребления.

Человек может решить работать больше, меньше или столько же часов в неделю в ответ на экзогенное сокращение ставки заработной платы в зависимости от своих предпочтений, которые могут определяться составом семьи, культурными традициями, наконец, индивидуальными особенностями характера. Например, возможным объяснением различий в предпочтениях Федора и Трифона (рис. 3) может быть то, что Федор одинокий человек, а у Трифона на иждивении большая семья, либо то, что он просто трудоголик.

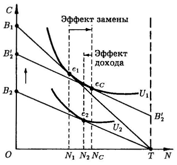


Рис.4. Эффект замены, доминирующий над эффектом дохода

Мы значительно обогатим наш анализ, если разложим воздействие, оказываемое на предложение труда изменением ставки заработной платы, на эффект замены и эффект дохода. На рис. 4 воспроизведена еще раз реакция Федора на изменение ставки его заработной платы. Эффект замены будет определен, если при новой ставке заработной платы обеспечить Федора дополнительным фиксированным доходом, который позволит ему как раз сохранить первоначальный уровень полезности. Для этого сдвинем вверх параллельно самой себе бюджетную прямую *B*2 настолько, чтобы она стала касательной к первоначальной кривой безразличия *U*1 Мы получим прямую *B*2 которая касается кривой безразличия в точке *eC*. Таким образом, эффект замены ≈ это переход из точки *e*2 в точку *eC*. С другой стороны, эффект дохода ≈ эффект, возникающий исключительно благодаря сокращению дохода из-за изменения ставки заработной платы, ≈ это переход из *eC* в *e*2.

Обратите внимание, что на рис..4 эффект замены, порождаемый сокращением ставки заработной платы, увеличивает число часов досуга с *N*1 до *NC*, в то время как эффект дохода уменьшает их число с *NC* до *N*2. В итоге число часов работы Федора сокращается на N2 - N^, поскольку эффект замены превышает эффект дохода.

Интуитивно ясно: когда заработная плата снижается, потребление товаров и услуг становится более дорогостоящим в том смысле, что работник должен пожертвовать большим досугом за каждую дополнительную единицу потребления. Следовательно, существует тенденция замещать потребление досугом, т. е. сокращать предложение труда при снижении заработной платы. С другой стороны, сокращение ставки заработной платы означает, что при том же числе часов труда индивид становится беднее и это создает эффект дохода. Как правило, направление эффекта дохода зависит от того, является ли благо нормальным или некачественным. Обычно предполагается ≈ и это находит подтверждение в статистических исследованиях, ≈ что досуг является нормальным благом. Следовательно, когда заработная плата падает, спрос на досуг при прочих равных условиях снижается.

Итак, по воздействию на предложение труда эффект замены от снижения ставки заработной платы всегда отрицателен (уменьшает предложение труда), а эффект дохода всегда положителен (увеличивает предложение труда). Однако их абсолютные величины могут соотноситься по-разному. У Федора эффект замены превысил эффект дохода, и он уменьшил свое предложение труда. У Трифона эффект дохода оказался по абсолютной величине больше эффекта замены, поэтому в ответ на снижение заработной платы он увеличилпредложение труда. Подумайте, что произойдет, если эффект замены и эффект дохода окажутся равными по их абсолютному размеру.

**ИНДИВИДУАЛЬНАЯ И РЫНОЧНАЯ КРИВЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ТРУДА**

Мы определили кривую спроса на товар как зависимость между количеством товара, которое покупатели желают приобрести, и его ценой при прочих равных условиях. Мы показали ранее, что индивидуальную кривую спроса на товар можно вывести из карты безразличия индивида, вращая бюджетную прямую по мере изменения цены товара. Аналогичным образом мы можем вывести индивидуальную кривую спроса на досуг, что при фиксированном наличии времени у индивида равнозначно выведению кривой предложения труда.

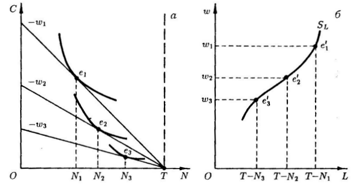


Рис.5. Построение кривой индивидуального предложения труда по карте безразличия и бюджетным прямым.

Рассмотрим рис.5, а. При ставке заработной платы *w*1 оптимальным выбором Федора будет точка *e*1, которой соответствует оптимальный объем спроса на досуг *N*1 часов. Следовательно, оптимальный объем предложения труда Федором равен *T - N*1 часов. На рис.5, б по вертикальной оси измеряется величина часовой ставки заработной платы, а по горизонтальной ≈ предложение труда в неделю. Оптимальный выбор Федора характеризуется точкой *e*1 на рис. 5, б. При ставке заработной платы *w*2 оптимальным выбором Федора будет *e*2 на рис. 5, а, чему соответствует точка *e*2 на рис.5, б с величиной предложения труда *T - N*2. При ставке заработной платы *w*3 предложение труда составит *T -N*3, что задает точку *e*3 на рис. 5, б. Заполняя промежутки между точками *e*1, *e*2, *e*3 и нанося другие подобные точки, получим кривую предложения труда *SL*. Ее положительный наклон (объем предложения труда возрастает при увеличении ставки заработной платы) указывает на то, что для Федора эффект замены преобладает над эффектом дохода.

Если эффект дохода преобладает над эффектом замены, то кривая предложения труда имеет отрицательный наклон. Может случиться, что при изменении ставки заработной платы в некотором интервале значений эффект замены доминирует над эффектом дохода, а при ставках заработной платы за пределами этого интервала, наоборот, эффект дохода доминирует над эффектом замены. Подобная ситуация показана на рис. 6. Когда ставка заработной платы низка, ее Увеличение вызывает рост предложения труда ≈ эффект замены доминирует. Когда ставка заработной платы высока (больше *w*2 ), ее увеличение побуждает работать меньше ≈ Доминирует эффект дохода. Такая кривая предложения труда называется *загибающейся в обратном направлении* (*англ* backward bending).

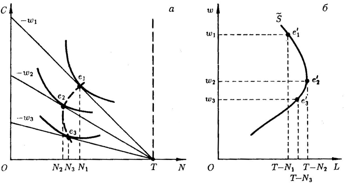


Рис.6. Загибающаяся в обратном направлении кривая предложения труда

Соответствует ли наша модель поведения потребителя-работника действительности? Одно из возражений может заключаться в том, что продолжительность рабочей недели (рабочего дня) установлена законом или правилами фирмы и не может быть предметом индивидуального выбора. Однако, как легко убедиться, люди действительно могут выбирать продолжительность своей рабочей недели (рабочего дня). Во-первых, продолжительность рабочей недели разная для различных занятий, профессий. Выбирая занятие, человек выбирает продолжительность своего рабочего времени. Во-вторых, даже на одном и том же рабочем месте можно удлинить рабочую неделю за счет сверхурочной работы или работы по совместительству либо укоротить ее посредством неоплачиваемого отпуска, больничного листа и т. п. Наконец, для многих видов занятий нет установленной продолжительности рабочего времени, например в индивидуальном предпринимательстве, крестьянском хозяйстве и др.

Другое возражение связано с постулированием загибающейся в обратном направлении кривой предложения труда. Но, как свидетельствует статистика, в *длительном периоде* действительно имеет место сокращение предложения труда, измеряемого фактически отработанным временем, "в обмен" на увеличение реальной заработной платы. Так, в период с 1870 по 1987 г., т. е. более чем за сто лет, *реальная* заработная плата в промышленно развитых странах увеличилась в 6 (США, Англия)-≈ 14 (Франция, Германия) раз, тогда как число отработанных в среднем каждым работником за год часов сократилось вдвое, с 3000 до 1500. Люди в целом стали работать меньше, а зарабатывать больше.

Но эта общая тенденция оказывается существенно дифференцированной, если учесть структуру предложения труда мужчинами и женщинами. Для мужчин средняя продолжительность рабочей недели, возраст выхода на пенсию и доля их в общей рабочей силе существенно снизились на протяжении XX в. Напротив, для женщин продолжительность рабочей недели и доля их в рабочей силе в этот период заметно возросли. Поэтому, как считают многие экономисты, в динамике предложения труда мужчинами доминирует *эффект дохода*, а в предложении труда (по найму!) женщинами доминирует *эффект замены*. Попытайтесь объяснить эти различия.

Итак, наша модель реалистична и на ее основе мы получили кривую индивидуального предложения труда. *Рыночную* кривую предложения труда можно получить (горизонтальным) суммированием индивидуальных кривых предложения труда всех лиц, предлагающих свои услуги на данном рынке труда. Предположим, что все общество состоит из двух человек: Федора и Трифона. На рис. 7 показано, как можно построить рыночную кривую предложения труда, суммируя индивидуальные кривые этих двух субъектов. Для каждой ставки заработной платы объем рыночного предложения труда равен сумме индивидуальных величин, например:



Разумеется, такой способ построения (формирования) рыночной кривой предложения труда применим при любой численности трудоспособного населения.

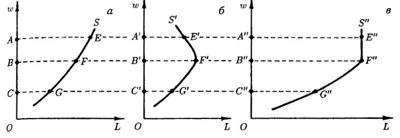


Рис.7. Построение рыночной кривой предложения труда суммированием индивидуальных кривых

Наша теоретическая модель в достаточной степени соответствует действительности, чтобы быть полезной в оценке мер экономической и социальной политики.

В дни, когда пишутся эти страницы, в Государственной думе Российской Федерации идет проработка проекта федерального закона "О прожиточном минимуме в Российской Федерации". Оценим с помощью наших теоретических инструментов одно важное положение, содержавшееся в первоначальном варианте этого законопроекта.

Согласно проекту, величина прожиточного минимума в Российской Федерации устанавливается равной стоимости минимального уровня потребления материальных благ и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности одного человека. Этот минимальный уровень потребления соответствующим образом рассчитывается и утверждается.

Семья (одиноко проживающий гражданин), фактический среднедушевой доход которой (доход которого) ниже прожиточного минимума, считается малообеспеченной и имеет право на социальную помощь в виде денежного пособия. Размер денежного пособия, согласно первоначальному проекту, предусматривалось установить равным разнице между среднедуше-вым доходом семьи (гражданина) и величиной прожиточного минимума.

Проанализируем последствия применения данной социальной программы. Пусть величина прожиточного минимума установлена на уровне *М* руб. в неделю. Если гражданин, получающий социальное пособие, решит работать, то каждый заработанный им рубль уменьшит размер социального пособия на один рубль. Важно представить себе, как выглядит бюджетное ограничение гражданина в этом случае.

Начнем с уже известной нам модели. На рис. 8 прямая *AT* изображает бюджетное ограничение некоего индивида при отсутствии программы социальной помощи. Наклон бюджетной линии задается ставкой заработной платы индивида. Точка *e*1 изображает его оптимальный выбор.

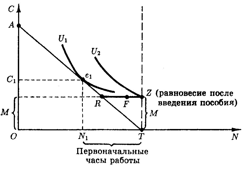


Рис.8. Предложение труда при наличии программы социальной помощи

Пусть теперь появилась возможность получения денежного пособия, равного разнице между заработком индивида (одиноко проживающего гражданина) и фиксированной суммой *М*. Построим новое бюджетное ограничение. Если продолжительность рабочего времени достаточно велика, чтобы заработок превышал прожиточный минимум, бюджетное ограничение выглядит так же, как и прежде, ≈ это прямая *AR*. При занятости меньшей, в том числе и при полном отказе от работы по найму, программа социальной помощи гарантирует суммарный доход (заработок плюс пособие) в размере *М*. Соответствующий участок бюджетного ограничения ≈ горизонтальный отрезок *RZ*, так что точка *Z* является достижимой (нулевая занятость и максимальная величина пособия). Итак, бюджетное ограничение здесь ≈ это ломаная линия *ARZ*. Через точку *Z* проходит кривая безразличия *U*2, соответствующая *большему* уровню полезности, чем кривая *U*1 Следовательно, индивид с картой безразличия *U*1 и *U*2 выберет точку *Z*, в которой его полезность максимизируется при заданном бюджетном ограничении.

Таким образом, гражданин, работавший *T - N*1 часов в неделю до введения программы социальной помощи, предпочтет не работать вообще и получать денежное пособие, если такая программа появится. Меньший объем потребления материальных благ и услуг будет с лихвой компенсирован большей продолжительностью досуга. Это, разумеется, точка зрения данного субъекта.

С общественной же точки зрения важно другое. Рассматриваемая социальная программа снижает стимулы к труду и его Предложение, что явно имеет отрицательные экономические и социальные последствия: замедление экономического роста, увеличение расходов государственного бюджета, снижение качества рабочей силы (ее "ржавление").

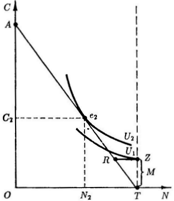


Рис.9. Случай когда предложения труда не изменяется под влиянием программы социальной помощи

Не все работники прекратят работу с введением таких пособий. Если кривые безразличия у индивида достаточно пологие, как на рис. 9, то его оптимальный выбор останется прежним ≈ точка е2. Однако ни один социальный субъект не выберет внутреннюю точку на отрезке *RZ*, например F на рис. 8, поскольку такой выбор означал бы меньшую продолжительность досуга, чем при выборе *Z*, но тот же суммарный доход, так как работа в этом случае на столько же сокращает размер пособия, сколько приносит заработка. Кривая безразличия, проходящая через *F*, лежит ниже кривой *U*2.

Итак, такая программа социальной помощи сокращает предложение труда со стороны одной части населения и не изменяет его со стороны другой, но общий итог ≈ сокращение предложения труда на рынке.

**ВЫБОР ЗАНЯТИЯ И КОМПЕНСИРУЮЩИЕ РАЗЛИЧИЯ В ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЕ**

До сих пор мы слишком упрощали дело, когда предполагали, что человек принимает решения о своей занятости, обращая внимание лишь на уровень оплаты труда. На самом деле люди также заинтересованы в неденежных аспектах своей работы-При прочих равных условиях люди предпочитают чистые и безопасные виды занятий грязным и опасным. Работа, дающая власть и престиж, часто предпочитается занятиям, лишенным этих характерных черт. И. Фишер называл такого рода доход *психическим*. Поэтому мы сделаем нашу модель полнее, признав, что человек предлагает свои трудовые услуги в том виде занятий, где весь набор денежных и неденежных (или психических по Фишеру) характеристик принесет ему наивысший возможный уровень полезности.

Представим себе группу людей с одинаковыми способностями и уровнем образования, выбирающих между работой преподавателями вузов и управляющими торговыми предприями. Пусть преподавательская работа отличается более желательными свойствами ≈ меньшими стрессами, гибким рабочим днем, возможностями общения с образованными коллегами и талантливой молодежью. Если все это правда, то какой вид занятия выберут представители данной группы людей, если денежное вознаграждение труда преподавателей вузов и управляющих торговыми предприятиями одинаково? Едва ли кто-нибудь захочет быть управляющим торговым предприятием. Вследствие этого заработная плата управляющих торговыми предприятиями должна будет возрасти, чтобы привлечь работников в управление торговыми предприятиями. Предельный работник (последним соглашающийся на данное занятие) будет извлекать одинаковую полезность из того и другого вида занятия.

Следовательно, виды занятий с менее желательными характеристиками должны приносить более высокое денежное вознаграждение. Дополнительное вознаграждение такого рода называют *компенсирующим различием* в оплате труда. Если преподаватель вуза зарабатывает на 2 млн руб. в месяц меньше управляющего торговым предприятием, то он оценивает неденежные характеристики своего занятия *по крайней мере* в 2 млн руб.

С помощью эмпирических исследований можно оценить компенсирующие различия в заработной плате, ассоциирующиеся с теми или иными чертами различных занятий. Например, было исследовано влияние показателей смертности, присущих Различным занятиям, на уровень заработной платы. Сравнивались занятия, требующие одинаковой квалификации (образования, опыта), но различающиеся степенью профессионального Риска. Теория компенсирующих различий говорит, что люди, работа которых связана с большим риском, будут иметь более высокую заработную плату. В одном исследовании было обнаружено, что повышение на единицу смертности в расчете на 10 000 представителей профессии ведет к увеличению годовой заработной платы на 5.5%.

Компенсирующие различия объясняют различия в заработной плате среди занятий, требующих одного уровня квалификации. Поэтому то, что уборщик мусора зарабатывает меньше адвоката, не противоречит теории, хотя уборка мусора менее приятное занятие, чем работа адвоката. Теория предсказывает лишь то, что уборщик будет иметь заработную плату выше, чем работник с равной квалификацией, но с более комфортными условиями труда, например вахтер в жилом доме.

Чтобы проиллюстрировать это, предположим для простоты, что каждое занятие характеризуется единственной неденежной чертой ≈ безопасностью, измеряемой долей представителей профессии, избежавших в течение года серьезного вреда здоровью. Теория компенсирующих различий в заработной плате указывает на то, что для индивида с данным уровнем квалификации ставка заработной платы тем ниже, чем безопаснее работа. На рис. 10 кривая *B*1 представляет различные комбинации ставок заработной платы и уровней безопасности (*S*), доступные Александру и Борису, имеющим одинаковый уровень квалификации (среднее образование, пять лет трудового стажа). Выпуклость этой кривой в сторону, противоположную началу координат, указывает на то, что чем безопаснее занятие, тем дороже обходится каждая дополнительная единица безопасности в терминах заработной платы, которой приходится жертвовать. Кривая безразличия *UA* принадлежит карте безразличия Александра, a *UB* ≈ карте безразличия Бориса. Александр изберет для себя занятие со ставкой заработной платы *wA* и безопасностью *SA*, а Борис ≈ занятие с заработной платой *wB* и безопасностью *SB*.

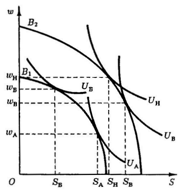


Рис.10. Компенсирующие различия в заработной плате

Кривая *B*2 представляет комбинации ставок заработной платы и уровней безопасности, доступные Виктории и Николаю, обладающим более высокой квалификацией (высшее образование, семь лет трудового стажа). Кривая безразличия *UB* характеризует предпочтения Виктории, а кривая *UH* ≈ Николая. Заметим, что заработная плата Виктории при ее выборе ниже, чем заработная плата Бориса, хотя ее квалификация выше. Факт более высокой квалификации Виктории находит отражение в том, что при каждом заданном уровне безопасности Виктория может рассчитывать на более высокую ставку заработной платы, чем Борис (*B*2 лежит выше, чем *B*1). Виктория настолько сильно предпочитает безопасные условия работы (крутой наклон кривых безразличия), а Борис настолько склонен к риску, что заработная плата Виктории оказалась ниже, чем у Бориса. Впрочем, Николай имеет и более высокую заработную плату, и более безопасное занятие, чем Борис, благодаря своей более высокой квалификации.

Все эти наблюдения находятся в соответствии с теорией компенсирующих различий. Поскольку *B*1 и *B*2 имеют отрицательный наклон, каждый индивид имеет выбор, позволяющий замещать безопасность заработной платой, и наоборот.

Разумеется, компенсирующие различия являются не единственным источником различий в заработной плате людей с одинаковыми способностями. Дискриминация работников по половому или национальному признаку со стороны работодателей также может вести к различиям в заработной плате. Наконец, условия несовершенной конкуренции на рынке труда ≈ еще один источник различий в заработной плате, особенно актуальный для стран с переходной экономикой. Например, доступ к некоторым занятиям может открываться только с принадлежностью к определенному клану, роду, группировке.

**ПРЕДЛОЖЕНИЕ КАПИТАЛА**

Предприятия используют реальный (физический) капитал, равно Как и труд, чтобы производить товары и услуги. Под реальным Капиталом, напомним, подразумевают здания, сооружения, машины и оборудование, конторскую мебель и компьютеры. Как и труд, капитал предприятиям поставляют домашние хозяйства. Однако это не означает, что, скажем, токарный станок принадлежит некому субъекту, который буквально тащит его на ближайшее предприятие. Вместо этого индивид (домохозяйство) предоставляет ему в долг часть своего дохода. Эти деньги, представляющие *финансовый капитал*, используются предприятием, чтобы купить или арендовать нужный станок. Домохозяйство предоставляет в долг ту часть своего дохода, которая остается у него сверх текущего потребления. Следовательно, теория предложения капитала ≈ это, по существу, теория предложения сбережений. Финансовый капитал, или сбережения, предоставляется публикой сфере бизнеса либо непосредственно, путем покупки акций или облигаций, либо опосредованно, через финансовые институты, обычно через банки.

Чтобы описать то, как принимаются решения о сбережениях, нужно различать в буквальном и переносном смысле слова *сегодня* и *завтра*. Анализ решений о сбережениях основывается на модели жизненного цикла. Эта модель исходит из того, что решения людей о потреблении и сбережении в данном году (периоде) являются результатом планирования, которое принимает во внимание обстоятельства, уже ставшие фактом и прогнозируемые на предстоящее будущее, или, используя научный сленг, обстоятельства всего жизненного цикла домохозяйства. Следовательно, то, сколько вы сберегаете в текущем периоде, зависит не только от дохода этого периода, но и от доходов, ожидаемых в будущем, а также ваших сбережений на начало текущего периода, если таковые имелись.

**МОДЕЛЬ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА**

До сих пор, говоря о функции полезности потребителя, мы предполагали, что величина полезности зависит только от количеств благ и услуг, которые он потребляет в данном периоде. Модель жизненного цикла предполагает более широкий и общий взгляд на проблему потребления, как на задачу *межвременного выбора*, или *межвременной оптимизации*. Предполагается, что в каждый данный период времени индивид определяет полезность программы потребления всей предстоящей жизни, поэтому величина полезности зависит от количеств благ и услуг, потребляемых в каждом из периодов его жизненного цикла (еще не ставших историей).

Чтобы выяснить суть проблемы, достаточно предположить, что жизненный цикл человека разделен всего на два периода: настоящий (период 0) и будущий (период 1). Пусть речь идет о Федоре. Его доход в настоящем периоде равен *I*0, и у него есть представление о доходе в будущем периоде, *I*1. (Например, текущий период ≈ это годы работы по найму, когда *I*0 представляет собой заработную плату, а будущий период ≈ это пенсионный период, когда доход Федора *I*1 будет равен пенсии).

Потребление субъекта в настоящем и будущем периодах необязательно должно совпадать с величиной дохода соответствующего периода. Потребление в настоящем периоде, *C*0, можно "обменять" на потребление в будущем периоде, *C*1, сберегая часть текущего дохода и увеличивая за счет этого потребление будущего периода. И наоборот, можно увеличить потребление текущего периода в обмен на уменьшение потребления будущего периода, занимая деньги в настоящем периоде и возвращая их с процентами из дохода будущего периода. Возможность подобных замещений во времени необходимо принимать в расчет, когда мы формулируем задачу межвременного выбора. Принимая решение о величине потребления в настоящем, Федор решает одновременно, как много следует ему сберегать или занимать. Если (*I*0 ≈ *C*0) > 0, он сберегает сумму *S*; если (*I*0 - *C*0) < 0 , то заимствует сумму *В*.

Как всегда, для того чтобы проанализировать (разложить по полочкам) принятие решений о предложении капитала, используем понятия бюджетного ограничения и кривых безразличия.

Начнем с бюджетного ограничения в задаче межвременного выбора размеров потребления и сбережений. Такое ограничение показывает все доступные индивиду комбинации текущего и будущего потребления при заданных величинах *I*0 и *I*1. Поскольку бюджетное ограничение в модели жизненного цикла отражает возможности замещения объемов потребления в разные периоды времени, его называют *межвременным бюджетным ограничением*.

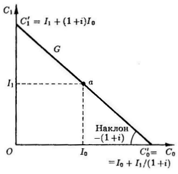


Рис.11. Межвременное бюджетное ограничение

На рис. 11 по горизонтальной оси измеряется объем текущего потребления Федора, *C*0, а по вертикальной ≈ объем его будущего потребления, *C*1. Исходная возможность для Федора ≈ потреблять в точности доход соответствующего периода ≈ отображена точкой а, характеризующей *его представление о фонде доходов* (*англ*, endowment position) в двухпериодной модели жизненного цикла, *I*0 и *I*1. В этой точке *C*0 = *I*0 и *C*1 = *I*1. Очевидно, что линия, характеризующая межвременное бюджетное ограничение Федора, пройдет через эту точку. Но как?

Представим сначала межвременное бюджетное ограничение аналитически, предположив, что часть дохода настоящего периода, *I*0 - *C*0, сберегается, что позволит Федору в будущем периоде увеличить потребление на сбереженную ранее сумму, а также на сумму процентов, начисленных на нее банком. Если процентная ставка равна *i*, то потребление Федора в будущем периоде можно представить как

*C*1 = *I*1 + (*I*0 - *C*0) + *i*(*I*0 - *C*0),        (2)

или, иначе, как

*C*1 = *I*1 + (1+ *i*)(*I*0 - *C*0),        (2\*)

где второе слагаемое правой части представляет сбереженную в настоящем периоде сумму *вместе* с начисленными на нее и выплаченными в будущем периоде процентами. После простейших перестановок мы можем переписать (2\*):

*C*1 = [*I*1 + (1 + *i*)*I*0] √ (1 + *i*)*C*0.        (3)

Уравнение (3) представляет межвременное бюджетное ограничение домохозяйства. Оно характеризует соотношение между потребительскими расходами настоящего и будущего периодов. Или, иначе, оно характеризует возможный компромисс между будущим, *C*1, и настоящим, *C*0, потреблением.

Выражение.(3) можно рассматривать как уравнение межвременной бюджетной прямой, *G*, проходящей через точку а на рис. 11. Эта прямая пересечет ординату, как очевидно, при *C*1 = *I*1 + (1 + *i*)*I*0, т. е. когда *C*0 = 0, а весь доход настоящего периода будет обращен в сбережения. С другой стороны, положив в (3) *C*1 = 0, мы можем определить точку пересечения межвременной бюджетной прямой с абсциссой:

*C*0 = [*I*1 + (1 + *i*)*I*0]/(1 + *i*) = *I*0 + *I*1/(1 + *i*).        (4)

Правая часть (13.4) характеризует настоящую, или, как ее традиционно называют по-русски, *приведенную* (к настоящему моменту), *ценность доходов* Федора в двух смежных периодах, т. е. *I*0 и *I*1.

Зная отрезки *OC*1 и *OC*0, отсекаемые межвременной бюджетной прямой, *G*, на координатных осях, мы можем определить ее абсолютный наклон:

*OC*1/*OC*0 = [*I*1 + (1 + *i*)*I*0](1 + *i*)/[*I*1 + (1 + *i*)*I*0] = 1 + *i*         (5)

Наклон межвременной бюджетной прямой, как обычно, измеряет альтернативную ценность одного блага в терминах другого, в данном случае текущего потребления в терминах будущего потребления. Потребление в настоящем периоде в объеме 1 руб. означает отказ от потребления в будущем в объеме (1 + *i*) руб., так что *C*1/*C*0 = -(1 + *i*).

Поскольку точка пересечения бюджетной линии и горизонтальной оси показывает максимально возможный объем потребления в настоящем периоде (в двухпериодной модели предполагается, что занимать можно лишь столько, сколько возможно вернуть из будущего дохода), ее и называют *настоящей, или приведенной, ценностью доходов двух периодов ≈ I0 и I1.* В приведенной ценности текущий доход учитывается рубль за рубль, а будущий ≈ с дисконтом, т. е. со скидкой в i процентов.

Наличие межвременного бюджетного ограничения означает, что индивид не должен жестко привязывать объем своего потребления в данном периоде к величине своего дохода в том же периоде. Если доход изменяется во времени, потребление необязательно должно колебаться вслед за ним, потому что, сберегая в периоды высоких доходов и беря кредит в периоды низких доходов, можно выровнять свое потребление во времени. Например, в странах Запада выпускники высших учебных заведений, получившие перспективную работу, склонны брать кредит для того, чтобы финансировать приобретение машины или других предметов длительного пользования, потому что ожидают, что их доходы в будущем будут существенно выше, чем заработки в настоящем. Степень, в которой отдельные люди склонны вовлекаться в подобное выравнивание потребления во времени, зависит от их индивидуальных межвременных предпочтений.

Итак, у Федора есть множество доступных вариантов программы потребления во времени, которое представлено линией бюджетного ограничения (мы предполагаем, что Федор не расточает впустую никакой части своих доходов, поэтому точки, лежащие ниже линии *G*, мы не рассматриваем как его возможный выбор). Федор должен выбрать наилучшую точку на бюджетной прямой. Чтобы описать этот выбор, мы должны представить предпочтения Федора в отношении текущего и будущего потребления в виде карты безразличия.

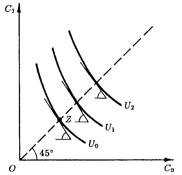


Рис.12. Кривые безразличия нетерпеливого

Мы можем рассматривать *C0* и *C1* (настоящее и будущее потребление) как два составных потребительских товара, поэтому естественно предположить существование убывающей предельной нормы замещения между ними. Кривые безразличия, удовлетворяющие такому предположению, изображены на рис. 12. Они вогнуты в сторону начала координат. Поскольку больший объем потребления в любом из периодов предпочитается меньшему, кривые безразличия, расположенные выше и правее, соответствуют большим уровням полезности.

Предельная норма замещения между C0 и I1 характеризует интенсивность индивидуальных предпочтений в отношении потребления в различные периоды. Поэтому ее называют предельной нормой предпочтений во времен*и (MRTP; marginal rate of time preference ≈ англ.).*

*MRTP = - (C0/C1)|U = U0.        (.6)*

Тех, кто предпочитает настоящее потребление будущему, можно назвать нетерпеливыми. Однако при достаточно малом объеме текущего потребления в сравнении с объемом будущего потребления у большинства людей предельная норма предпочтения во времени будет высокой (обычно кривые безразличия на своих левых верхних участках имеют крутой наклон). Поэтому, чтобы классифицировать потребителей по степени нетерпеливости, следует поинтересоваться их предельными нормами предпочтения во времени при условии равенства объемов настоящего и будущего потребления.

Рассмотрим на кривой безразличия U0 (рис. 13.12) точку Z, которая лежит на луче, проведенном из начала координат под углом 45╟. В этой точке текущее потребление в точности равно будущему потреблению. Заметим, что предельная норма предпочтения во времени в точке Z у данного потребителя больше единицы. Следовательно, когда его настоящее и будущее потребление равны, нужно увеличить будущее потребление данного субъекта более чем на 1 руб., чтобы он отказался от текущего потребления тоже на 1 руб. Такого потребителя можно назвать нетерпеливым: его предельная норма предпочтения во времени на луче, проходящем под углом 45º, больше единицы.

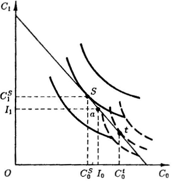


Рис.13. Равновесие кредитора и заемщика

Равновесная (оптимальная) программа потребления определяется, как всегда, из требования максимизации полезности при заданном бюджетном ограничении. На рис. 13 изображены бюджетное ограничение Федора и его карта безразличия (сплошные кривые). Федор достигает максимума полезности в точке *S*. В этой точке кривая безразличия касается бюджетной линии, следовательно,

*MRTP = 1 + i,*

где *i* ≈ ставка процента, по которой возможно давать и брать деньги в кредит.

В равновесии текущее потребление Федора *CS0* меньше текущего дохода *I0* а будущее потребление *CS1* больше будущего дохода *I1*. Следовательно, Федор является кредитором (заимодавцем).

Пусть Трифон наделен такими же доходами в настоящем и будущем, как и Федор, и пользуется той же ставкой процента на финансовом рынке. Но карта безразличия у Трифона другая, она представлена на рис. 13 прерывистыми кривыми. Равновесие Трифона характеризуется точкой t, он берет взаймы в настоящем периоде и сокращает потребляемую часть в доходе будущего периода. Он в отличие от Федора является заемщиком.

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ СТАТИКА МОДЕЛИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА**

Теперь мы подготовлены, чтобы заняться сравнительной статикой потребителя ≈ кредитора или заемщика, используя модель жизненного цикла. Нас интересует влияние на решения о сбережении изменений в экономических условиях. Прежде всеговыясним, как воздействует на сбережения изменение ставки процента.

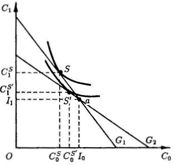


Рис.14. Снижение ставки процента снижает сбережения

Рассмотрим опять положение Федора, которое воспроизведено на рис. 14. Предположим, что ставка процента, по которому Федор может давать и брать взаймы, понизилась с **i** до **i'.** Тогда линия бюджетного ограничения Федора повернется вокруг точки a, т. е. вокруг его endowment position, а ее наклон теперь станет меньше (по абсолютному значению). Новая линия бюджетного ограничения ≈ это **G2**, прежняя ≈ **G1**.

Стесненный бюджетным ограничением **G2**, Федор максимизирует свою полезность в точке *S*, где он потребляет в настоящем, *CS0* и в будущем, *CS1*. Как следствие сбережения Федора снизились с *I0 - CS0* до *I0 - CS0.* Однако такой результат не является общим правилом. Человек с иной картой безразличия может увеличить сбережение и при понижении ставки процента. Если вам кажется невероятным такое поведение, представьте себе человека, который сберегает для достижения какой-то определенной цели, например для того, чтобы собрать нужную сумму денег для оплаты будущего обучения своего сына или дочери в вузе. Предоставим читателю самостоятельно изобразить графически подобную ситуацию. Таким образом, в зависимости от индивидуальных предпочтений снижение ставки процента может вызвать как увеличение, так и уменьшение сбережений.

По аналогии с моделью предложения труда мы можем заключить, что такая неопределенность является следствием того, Что эффект дохода и эффект замены, порождаемые изменением ставки процента, имеют противоположную направленность и общий результат зависит от соотношения этих эффектов в каждом отдельном случае.

Сделаем разумное допущение, что *C0* и *C1* являются нормальными товарами, т. е. при увеличении *I0* и *I1* индивид при прочих равных условиях решает увеличить потребление в каждом периоде. Тогда на индивида, который первоначально был кредитором, снижение ставки процента оказывает следующие эффекты.

1. Эффект замены. Альтернативная стоимость текущего потребления снижается, так как уменьшается размер части будущего потребления, которой необходимо пожертвовать за каждый рубль прироста текущего потребления. Этот эффект способствует росту текущего потребления и поэтому сокращает сбережения.

2. Эффект дохода. Если индивид является заимодавцем (кредитором), то он становится беднее, когда ставка процента снижается, потому что одалживание денег сулит меньше дохода. Поскольку текущее потребление ≈ это нормальное благо, такое снижение дохода влечет сокращение текущего потребления и, следовательно, увеличивает сбережения.

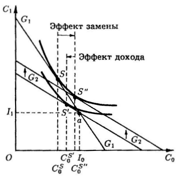


Рис.15. Эффект замены доминирует над эффектом дохода

Обратимся к рис. 15, на котором представлены эффект замены и эффект дохода. На нем воспроизведено положение кредитора. Первоначальная линия бюджетного ограничения и карта безразличия предполагают оптимальный выбор S. Понижение ставки процента вызывает поворот линии бюджетного ограничения (вокруг точки а), и она занимает положение G2. Новый оптимальный выбор ≈ точка S.

Чтобы выделить эффект замены, мы должны определить влияние снижения ставки процента при условии неизменности первоначального уровня полезности. Для этого сдвинем новую линию бюджетного ограничения G2 параллельно самой себе до ее касания с первоначальной кривой безразличия. Получим точку *S"*, которая представляет оптимальное решение индивида при новой ставке процента и прежнем реальном доходе.

Следовательно, переход из *S* в *S"* характеризует эффект замены, инициируемый снижением ставки процента, а перемещение из *S"* в *S'* ≈ эффект дохода. Эффект замены увеличивает текущее потребление, эффект дохода уменьшает его. В случае, представленном на рис. 13.15, эффект замены доминирует, поэтому текущее потребление возрастает, когда ставка процента снижается. До сих пор наше обсуждение было сосредоточено на эффектах замены и дохода в случае, когда индивид является кредитором. Что произойдет, если мы заменим кредитора заемщиком? Как и для кредитора, для заемщика эффект замены, порождаемый снижением ставки процента, ведет к увеличению текущего потребления, так как ценность текущего потребления относительно ценности будущего потребления снизилась. Однако в отличие от кредитора для заемщика эффект дохода, инициируемый снижением ставки процента, увеличивает текущее потребление. Заемщик теперь должен меньше своим кредиторам и, следовательно, стал богаче. Поскольку текущее потребление ≈ нормальный товар, оно увеличивается.

Таким образом, в случае, когда домохозяйство является заемщиком, эффект замены и эффект дохода, порождаемые снижением ставки процента, имеют одинаковую направленность и усиливают друг друга. Сбережения уменьшаются. Заимствование увеличивается.

Предлагаем читателю самостоятельно изобразить все это на рисунке. Начните с того, что точка первоначального равновесия заемщика лежит на линии первоначального бюджетного ограничения ниже и левее точки с координатами (*I1*, *I0*). Новую линию бюджетного ограничения получите поворотом первоначальной линии вокруг указанной точки в нужном направлении. Чтобы определить эффект замены, необходимо сдвинуть вниз (скажите, почему вниз) новую бюджетную линию. Подумайте, как будет выглядеть остальное.

Теперь мы можем построить индивидуальную кривую предложения сбережений. Для этого нужно определить равновесные для данного субъекта объемы сбережений, соответствующие каждой ставке процента, и на основе этих данных построить график, откладывая величину сбережений на горизонтальные оси, а ставку процента на вертикальной. Рыночная кривая предложения сбережений, показывающая общую величину сбережений, которую все индивиды вместе взятые готовы предложить при той или иной ставке процента, определяется горизонтальным суммированием индивидуальных кривых предложения.

Мы сформулировали изящную теорию, но читателя, наверное, не оставляет чувство беспокойства о том, насколько верно теория описывает действительность, особенно действительность российскую. У такого беспокойства есть основания.

Каждый, кто пытался получить кредит в банке, знает, а остальные наверняка слышали от знакомых предпринимателей, что получить кредит трудно и что он очень дорог. С другой стороны, если вы сберегли часть текущего дохода и хотите отдать свои деньги в кредит, то обнаружите, что сделать это на выгодных условиях непросто и что кредит дешев.

Всех этих проблем не было в картине, представленной выше. Мы предполагали совершенную конкуренцию на финансовом рынке и отсутствие на нем трансакционных затрат, т. е. затрат, которые участники сделок несут на сбор информации, поиск возможных контрагентов в сделке, составление договора и обеспечение его выполнения.

Теперь, если мы введем в рассмотрение несовершенство финансового рынка и трансакционные затраты, то первое, что мы обнаружим, это то, что ставка процента, под которую можно дать деньги в кредит, отличается от ставки процента, под которую можно взять их в кредит, а именно первая меньше второй. Вследствие этого в известной нам задаче межвременного выбора изменится характер бюджетного ограничения.

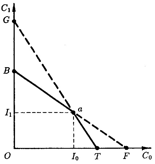


Рис.16. Межвременное бюджетное ограничение при разных ставках процента для кредитора и заемщика

На рис. 16 прямая *BF* проходит через точку а и имеет наклон, определяемый ставкой процента, под которую можно давать деньги в кредит. Индивид может воспользоваться этой ставкой процента, только если он кредитор, т. е. его выбор лежит левее точки *а*. Следовательно, точки на отрезке *Ва* являются допустимыми для него, а точки на отрезке *aF* ≈ нет.

Прямая *GT* тоже проходит через точку а, но имеет более крутой наклон, определяемый ставкой процента, по которой индивид может брать деньги в кредит. Такая ставка процента применяется только к заемщику, т. е. индивиду, чей оптимальный выбор лежит правее точки о. Следовательно, точки на отрезке *аТ* доступны ему, а точки на отрезке *Ga* ≈ нет.

Таким образом, межвременное бюджетное ограничение при наличии разницы в ставках процента на рис. 16 будет отображаться ломаной *ВаТ*.

Представим себе теперь большое число потребителей, имеющих одно и то же бюджетное ограничение, но различающиеся карты безразличия. Как распределятся их точки равновесия вдоль бюджетного ограничения? Когда бюджетное ограничение является прямой, как на рис. 13, с равной вероятностью можно ожидать попадание оптимального решения в одну из двух близко лежащих друг к другу точек. Это не так в случае, когда бюджетное ограничение представлено ломаной, как на рис. 16. Вероятность того, что оптимальное решение совпадет с точкой *а*, существенно выше вероятности его попадания в любую другую точку на ломаной *ВаТ*.

Иначе говоря, если бюджетное ограничение является прямой линией, как на рис. 13, то даже малая вариация ставки процента обязательно сместит точку равновесия. Если же бюджетным ограничением является ломаная, а точка равновесия потребителя совпадает с точкой *а*, то малое изменение ставки процента, скорее всего, не изменит оптимального выбора потребителя.

Итак, если кредитный рынок характеризуется высокими трансакционными затратами, то мы должны ожидать, что оптимальный выбор значительной доли потребителей будет заключаться в том, чтобы потребление в каждом периоде в точности совпадало с доходом соответствующего периода (т. е. не брать и не давать деньги взаймы).

**ПРИВЕДЕННАЯ ЦЕННОСТЬ БУДУЩИХ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ.  
ВНУТРЕННЯЯ НОРМА ДОХОДА**

Обсуждая межвременное бюджетное ограничение, мы видели, что точка его пересечения с горизонтальной осью характеризует приведенную ценность двухпериодной комбинации доходов, на которую рассчитывает индивид, т. е. измеряет максимально возможную величину сегодняшнего потребления, соответствующую данному потоку его текущего и будущего дохода.

Понятие приведенной ценности оказывается незаменимым средством для осмысления проблем, в которых присутствует задача соизмерения или сравнения разнесенных во времени доходов и расходов. Например, учеба в университете стоит немалых расходов в настоящем, но влечет за собою получение дополнительных доходов в течение многих лет в будущем. Как решить, оправдывают ли будущие доходы сегодняшние расходы? В этом разделе мы представим концепцию приведенной ценности, а в следующем используем ее для ответа на поставленный выше вопрос.

Предположим, что вы отнесли свои 100 тыс. руб. в банк и поместили их на счет, приносящий 14% в год. В конце года вы будете иметь (1 + 0.14) 100тыс. руб. = 114 тыс. руб., т.е. 100 тыс. руб. основной суммы и 14 тыс. руб. процентов. Пусть вы оставили деньги на счете на следующий год. В конце второго года вы будете иметь (1 + 0.14)114 тыс. руб. = 129.96 тыс. руб. Этот результат можно получить следующим образом: (1 + 0.14)(1 +0.14) 100 тыс. руб. = (1 + 0.14)2∙100 тыс. руб. Аналогично, если деньги оставлены на банковском счете в течение трех лет, они вырастут за три года до (1 + 0.14)3∙100 тыс. руб.

Итак, если мы вкладываем М руб. на Т лет при неизменной ставке годового процента i, то в конце T-го года мы будем иметь *М(1 + i)T* руб. *Эта формула показывает будущую ценность денег, инвестируемых сегодня.*

Теперь предположим, что кто-то предлагает вам заключить договор, согласно которому вам обязаны заплатить 100 тыс. руб. через год после заключения договора. Причем обязательство берет на себя абсолютно надежное лицо и вы можете не опасаться его неплатежеспособности. Пусть инфляция отсутствует, чтобы наши расчеты были проще. Какую максимальную сумму вы готовы заплатить сегодня, чтобы приобрести право, предоставляемое договором?

Если кто-то скажет, что такое обещание заплатить 100 тыс. руб. имеет ценность 100 тыс. руб., то он ошибется, поскольку упустит из вида то, что обещанные 100 тыс. руб. будут уплачены через год. Платить же за договор нужно сегодня, поэтому вы потеряете процент, который могли бы заработать за год, поместив сегодня свои деньги на счет в банке. Разумно ли платить сегодня 100 тыс. руб. за приобретение через год 100 тыс. руб., если вы можете, поместив ту же сумму на счет в банке, иметь через год 114 тыс. руб.? Следовательно, 100 тыс. руб., которые будут получены через год, сегодня ценятся меньше, чем 100 тыс. руб., имеющихся сегодня.

Сегодняшняя ценность некоторой будущей суммы денег ≈ это максимум того, что вы готовы заплатить сегодня за право получить в будущем данную сумму денег. А именно, это столько, что, будучи умноженным на 1 + 0.14, оно становится равным 100 тыс. руб. В этом случае рассматриваемый договор будет для вас привлекателен не меньше, чем помещение денег в банк. Обозначим *PV* приведенную ценность договора. Сформулированное только что условие будет выглядеть так:

*PV(1 + 0.14) = 100 тыс. руб.*

Следовательно, приведенная к настоящему моменту времени ценность оговоренной суммы равна

100 тыс. руб./(1 + 0.14).= 87.72 тыс. руб.

Итак, чтобы найти будущую (через год) ценность сегодняшней суммы денег, нужно умножить ее (сумму) на 1 + i, а чтобы Найти приведенную ценность будущей (наличной через год) суммы денег, нужно разделить ее на 1 + i.

В общем случае, когда годовая ставка процента равна i, сегодняшняя ценность грядущей через Т лет суммы М равна M/(l + i)T. Следовательно, даже при отсутствии инфляции будущий рубль представляет собой сегодня меньшую ценность, чем рубль сегодняшний. Поэтому любую будущую сумму денег (как доходов, так и расходов) необходимо дисконтировать (уменьшать) с коэффициентом, зависящим от ставки процента и срока, по истечении которого эта сумма окажется в наличии. По этой причине i часто называют нормой дисконта.

Представим себе абсолютно надежное обещание потока доходов, состоящего из M0 (рублей) сегодня, M1 через год, M2 через два года и т. д. на Т лет. Как высоко ценится такое обещание (обязательство)? Теперь нам понятно, что наивный ответ (M0 + M1 + M2 + ┘ + MT) неверен.

Приведенная к настоящему моменту ценность указанного потока доходов равна

*PV = M0 + M1/(1 + i) + M2/(1 + i)2 + ┘ + MT/(1 + i)T.*      (7)

Приведем некоторые примеры использования концепции приведенных затрат для анализа конкретных ситуаций.

Предположим, что вы вознамерились купить квартиру, но не имеете сегодня необходимых для этого 175 млн руб., поэтому подумываете о том, чтобы взять в банке эту сумму в кредит под залог квартиры (кредит по закладной). Банк предлагает вам на выбор два варианта закладной. По варианту А вы должны ежегодно выплачивать 14 млн 600 тыс. руб. в течение 30 лет. По варианту Б вы должны ежегодно выплачивать 19 млн 720 тыс. руб. в течение 15 лет. Если просто просуммировать деньги, которые предстоит выплатить за весь срок кредита, то по варианту А получится 438 млн руб., а по варианту Б ≈ 295 млн 800 тыс. руб.

Многим покажется, что выплаты по закладной ≈ это грабеж средь бела дня. Почему нужно платить так много за 175-миллионный кредит? Даже "более дешевый" вариант Б стоит без малого 300 млн руб.! Не лучше ли быстрее покинуть банк с чувством, что вы сэкономите кучу денег?

Верны ли такие рассуждения? Концепция приведенной ценности утверждает ≈ нет. 175 млн руб. вы получите сегодня, а выплачивать деньги в погашение долга вам придется в будущем, в том числе в будущем весьма отдаленном.

Пусть альтернативная ценность денежных фондов, доступных вам, равна 7,5% в год. При такой норме дисконта сегодняшняя ценность всех выплат по 30-летней закладной равна 172 млн 432 тыс. руб., а сегодняшняя ценность всех выплат по 15-летней закладной составит 174 млн 71 тыс. руб. Получается, что вам есть смысл взять кредит. При этом заметим, что закладная с 15-летним сроком вовсе не лучше, так как стоит дороже. Правда, если ваша норма дисконта будет ниже, закладная с меньшим сроком может оказаться предпочтительнее.

Таким образом, вывод о приемлемости условий кредита, сделанный с учетом дисконтирования будущих выплат, отличается от первоначального наивного суждения. Трудно переоценить важность исчисления сегодняшней ценности будущих доходов и расходов для принятия правильных решений.

Рассмотрим еще один пример. Чтобы консолидировать долги, вызванные войной с Наполеоном, британское правительство выпустило облигации, называемые консолями, по которым в каждом будущем периоде выплачивалась фиксированная сумма. Консоль является примером пожизненной ренты (ренты на неограниченный срок). Какова приведенная ценность пожизненной ренты?

Оказывается, ее очень просто определить, если ставка процента остается неизменной. Пусть фиксированная сумма денег, выплачиваемая ежегодно, равна М, а годовая ставка процента ≈ i. Чтобы определить приведенную ценность пожизненной ренты, нужно определить сумму денег, которая, будучи помещенной в банк под процент i, приносила бы ежегодно процентный доход М. Эта сумма, PV, определяется из решения уравнения iPV = М; следовательно,

*PV = M/i.*       (8)

Мы можем получить тот же результат иначе, использовав обобщение формулы (7) для бесконечного срока Т, т. е. определить сумму бесконечной геометрической прогрессии:

*PV = M + М/(1 + i) + M/(1 + i)2 + ┘ + M/(1 + i)T = M/i.*     (9)

Если, например, годовая ставка процента равна 5%, приведенная к начальному моменту ценность пожизненной ренты в 250 ф. ст. равна 5000 ф. ст.

Хотя в современной практике консоли уже не используются, уравнение (2) чрезвычайно полезно по двум причинам. Во-первых, некоторые активы, такие как земля, приносят доходы бесконечно долго, и формула (8) помогает оценить их. Во-вторых, уравнение (8) может быстро дать приблизительное значение приведенной ценности потока доходов, поступающих в течение конечного числа лет, если это число велико. Предположим, вы оцениваете поток доходов, ожидающийся в следующие 20 лет, причем годовая ставка процента равна 12%. Применять формулу (6) несложно, но утомительно. Проще и быстрее воспользоваться формулой (7). Результат будет хорошим приближением к точному ответу. Разумеется, погрешность зависит от величины ставки процента и числа лет. Чем меньше ставка процента и чем больше число лет, тем точнее результат.

Итак, концепция приведенной ценности позволяет нам сравнивать доходы и расходы различных лет, если нам известна цена кредита (годовая ставка процента) в каждом году. Предположим, что вы оцениваете некоторый проект (например, капиталовложений), который изменяет ваши доходы и расходы в ближайшие *Т* лет. Чтобы определить прибыльность этого проекта, следует вычислить приведенную к начальному моменту ценность всех доходов (дисконтировав будущие доходы) и приведенную ценность всех расходов (дисконтировав будущие расходы), после чего вычесть из первой суммы вторую. Если вы получили положительную величину, ваш проект прибыльный.

Полезную информацию о проекте может дать ответ на следующий вопрос: при какой годовой ставке процента сумма дисконтированных расходов в точности равна сумме дисконтированных доходов? Такая ставка процента, делающая проект безубыточным, называется внутренней нормой дохода (*IRR; internal rate of return ≈ англ.*). Обозначим доходы, приносимые проектом в году *t, Rt,* расходы, связанные с осуществлением проекта, Et. Тогда внутреннюю норму дохода *IRR* находят из решения уравнения

galperin_f13_2

Если проект характеризуется, например, внутренней нормой дохода 15%, а у вас есть основания ожидать, что годовая ставка процента на кредитном рынке будет сохраняться на уровне 12%, то можете сделать вывод о прибыльности проекта.

**ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ**

Рассматривая модели предложения труда, мы предполагали, что ставка заработной платы индивида фиксирована. Однако люди могут повлиять и влияют на свои ставки заработной платы, инвестируя в человеческий капитал, т. е. в умения и способности, которые увеличивают их производительность как работников.

Инвестиции в человеческий капитал осуществляются в различных формах ≈ ив виде обучения в учебном заведении, и в виде "научения делом" (англ, learning by duing) на рабочем месте. Посредством их люди увеличивают свои будущие заработки. Например, в США норма отдачи вложений в получение среднего образования составляет от 10 до 13%, а вложений в получение высшего образования ≈ от 8 до 10%. Человеческий капитал является очень важной формой инвестиций в развитых рыночных экономиках. По оценкам Мирового банка человеческий капитал превышает 80% всех производительных богатств в Японии и 60% в США. В Австралии и Канаде, обладающих огромными природными ресурсами и сравнительно небольшим, но высокообразованным населением, доля человеческого капитала составляет около 20% производительных богатств этих стран.

Разумеется, накопление человеческого капитала стоит затрат. Некоторые из них явные. Плата за обучение (если она взимается) и расходы на учебники ≈ это явные затраты. Однако также очень важны затраты отвергнутых возможностей: если вы сидите в аудитории, вы не можете одновременно работать и теряете возможную заработную плату, что также представляет собой стоимость вашего обучения.

Инвестирование в человеческий капитал всегда предполагает получение больших заработков в будущем за счет меньшего потребления в настоящем. Следовательно, вложения в человеческий капитал являются разновидностью межвременных решений; поэтому общий подход применим и к анализу решений о вложениях в человеческий капитал.

Дальнейшее изложение материала мы разобьем на два этапа. Сначала рассмотрим более простую ситуацию, в которой индивид не имеет доступа на рынок финансового капитала и поэтому единственная для него возможность инвестирования ≈ это вложения в человеческий капитал. Затем мы рассмотрим более интересную модель, в которой индивид может инвестировать и в человеческий, и в физический капитал.

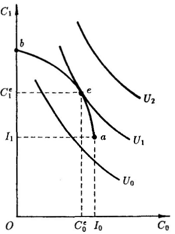


Рис.17. Инвестиции в человеческий капитал при отсутствии финансовых рынков

На рис. 17 по горизонтальной оси измеряется уровень потребления Федора в годы его юности, *C*0, а по вертикальной оси ≈ его потребление в годы зрелости, *C*1. Если не инвестировать в обучение вообще, Федор сможет зарабатывать *I*0 в юности и *I*1 в зрелости. Следовательно, точка а (*I*0, *I*1) характеризует фонд доходов (*англ*. endowment position) индивида в двухпериодной модели.

Теперь представим себе, что Федор имеет возможность окончить бухгалтерские курсы. Такое обучение стоит ему сокращения *текущего потребления*. Зато, окончив курсы, Федор может увеличить свои *будущие заработки*. Имеются курсы различных ступеней: начальные, промежуточные, продвинутые, усложненные. Чем большее число курсов пройдет Федор, тем выше его бухгалтерская квалификация и тем выше его будущие заработки как бухгалтера. Однако этот процесс подчиняется вездесущему закону убывающей предельной производительности: каждый дополнительный день обучения последовательно увеличивает его будущие заработки на все меньшую и меньшую величину.

При сделанных предположениях альтернативные возможности Федора воплощаются в кривой *bа* на рис. 17. Ее выпуклость в сторону, противоположную началу координат, указывает на то, что каждый следующий рубль сокращения текущего потребления приносит последовательно все меньшее и меньшее приращение будущего потребления. Кривая *bа* называется *производственной функцией человеческого капитала*. Она показывает, как индивид (в данном случае Федор) может свои вложения в человеческий капитал (измеряемые приносимым в жертву текущим потреблением) трансформировать в будущие прибавки в заработках.

Для того чтобы найти решение задачи Федора, нам необходимо включить в рассмотрение его предпочтения относительна настоящего и будущего потребления. На рис. 17 изображены его кривые безразличия вместе с производственной функцией человеческого капитала. Оптимальный выбор Федора ≈ точка *е*, в которой он потребляет *Ce*0 в настоящем и *Ce*1 в будущем. Вложения Федора в *свой* человеческий капитал составят *I*0 - *Ce*0. Как следствие он сможет увеличить потребление в зрелые годы с *I*1 до *Ce*1.

Решающим предположением, лежащим в основе ситуации, изображенной на рис. 17, является отсутствие у Федора доступа на рынок финансового капитала. Теперь откажемся от него и допустим, что Федор может занимать и одалживать деньги по текущей ставке процента i. Насколько это изменит ситуацию?

Рис. 18 воспроизводит ту же производственную функцию человеческого капитала Федора и его фонд доходов (точка *а*). Мы знаем, что через эту точку проходит линия межвременного бюджетного ограничения, *G*0, с наклоном, равным -(1 + *i*). Имея доступ на рынок капитала, Федор может заимствовать и одалживать деньги, следовательно, он может, если пожелает, перемещаться из точки а в любую сторону вдоль линии *G*0.

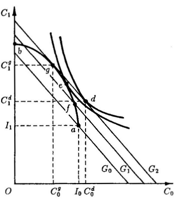


Рис.18. Инвестиции в человеческий капитал при наличии финансовых рынков

Но у Федора есть также возможность, инвестируя в собственный человеческий капитал, перемещаться вдоль кривой *bа*. Например, он может избрать точку *f*, решив окончить начальные бухгалтерские курсы. Однако в точке *f* Федору с помощью кредитного рынка доступны все точки вдоль линии бюджетного ограничения, проходящей через нее, т. е. вдоль *G*1 . Даже не зная ничего о карте безразличия Федора, мы можем сделать вывод, что точка *f* предпочтительнее *а*, потому что бюджетное ограничение *G*1 лежит дальше от начала координат и допускает большие возможности потребления, чем ограничение *G*0. Та же логика приведет нас к заключению, что наилучший объем вложений в человеческий капитал ≈ это тот, который отодвигает бюджетное ограничение как можно дальше от начала координат, но принадлежит в то же время кривой *bа*. На рис. 13.18 это точка *g*, в которой линия, имеющая наклон -(1 + *i*), т. е. линия *G*2, касается производственной функции человеческого капитала *bа*. В этой наилучшей точке Федор решает инвестировать в свой человеческий капитал сумму *I*0 - *Cg*0. Находясь в точке *g*, он может выбрать любую комбинацию настоящего и будущего потребления из представленных бюджетной линией *G*2. Таким образом, инвестирование в человеческий капитал, приводящее Федора в точку *g*, максимально увеличивает множество доступных ему альтернатив потребления.

Для того чтобы завершить наш анализ, нам необходимо только показать, какую точку на линии *G*2 выберет Федор. Найдем точку *d*, в которой его кривая безразличия между потреблением в юности и в зрелые годы как раз касается линии его бюджетного ограничения. В этой точке наш субъект получает максимум полезности, потребляя в юные годы *Cd*0 и в зрелые *Cd*1.

Остановимся подробнее на решении Федора. В чем оно заключается? Во-первых, он решает закончить продвинутые бухгалтерские курсы, т. е. переместиться из точки а в точку *g*. Он делает это потому, что такой уровень образования максимизирует его возможности в будущем. Однако с точки зрения его предпочтений точка *g* представляет собой слишком низкий уровень текущего потребления (в юности) и слишком большой уровень будущего потребления (в зрелости). Проблема решается просто при наличии кредитного рынка. Федор идет в банк и заимствует *Cd*0 - *Cg*0, чтобы увеличить текущее потребление. В следующем периоде он возвращает банку *Cg*1 - *Cd*1 из своих доходов *Cg*1.

Пусть нарисованная картина не покажется нам невероятной. В высокоразвитых странах Запада молодые люди занимают деньги у своих семей, университетов и государства, чтобы не только получить образование, но и поддержать свое потребление в период обучения на разумном уровне. В России в настоящее время круг кредиторов узок: занять можно только у своей семьи, что обычно не принято, и в редких случаях у предприятия, на котором работаешь. Но если финансовый рынок в стране сформируется, изменится и положение с кредитованием учащихся.

Важным уроком, полученным из обсуждения данной модели, является уяснение роли рынка финансового капитала посредством сопоставления рис. 17 и 18. На рис. 17, отображающем ситуацию, когда отсутствует рынок финансового капитала, инвестиции индивида в человеческий капитал зависят от его индивидуальных предпочтений относительно распределения потребления между настоящим и будущим. Поэтому если по какой-то причине его предпочтения изменятся, то изменится и его выбор относительно вложений в человеческий капитал.

В отличие от этого на рис. 18, где присутствует рынок Финансового капитала, выбор индивида совершенно *отделен* от его предпочтений! Если карта безразличия будет другой, он все равно выберет точку *g* на кривой производственной функции человеческого капитала. Каковы бы ни были предпочтения индивида, инвестиции в человеческий капитал задают границы доступных для него альтернатив потребления. Предпочтения определяют, какую конкретную альтернативу он изберет, но не величину инвестиций в человеческий капитал. В то же время становится ясно, что при наличии, но несовершенстве рынков финансового капитала (что, по-видимому, имеет место в сегодняшней России) предпочтения людей все-таки влияют на их решения о капиталовложениях в собственное образование.

Итак, совершенный рынок финансового капитала позволяет индивиду отделить свои решения о вложениях в человеческий (и *физический*) капитал от своих решений о межвременном распределении потребления, причем так, чтобы максимизировать свою полезность. Этот вывод часто называют *теоремой отделимости*, потому что он показывает, как существование рынков позволяет человеку отделить решения о производстве от решений о потреблении.

Кроме того, вспомним, что пересечение бюджетной прямой, проходящей через точку, характеризующую фонд доходов, с горизонтальной осью показывает сегодняшнюю ценность доходов в модели жизненного цикла индивида. Следовательно, процесс нахождения самой высокой бюджетной линии, имеющей общую точку с производственной функцией человеческого капитала, эквивалентно максимизации сегодняшней ценности доходов. Теорема отделимости говорит нам, что, если индивид может брать и давать взаймы по установившейся ставке процента, *он должен инвестировать в человеческий капитал столько, сколько необходимо для того, чтобы максимизировать приведенную к настоящему моменту времени ценность свой> доходов в течение жизненного цикла*. Когда она максимальна, от его предпочтений зависит, как много потреблять в настоящем и как много в будущем.

# ЛЕКЦИЯ. Внешние эффекты в рыночной экономике и их государственное регулирование

**Внешние эффекты и их регулирование**

Иногда рыночный механизм не позволяет достичь парето-эффективного размещения ресурсов. В силу ряда причин могут возникать ситуации, называемые *провалами* (или несостоятельностями) *рынка*, в которых рынок не справляется со своими функциями и либо вообще не может обеспечить производство блага, либо не может обеспечить его производство в эффективном объеме. Именно подобная неспособность рынка обеспечить эффективность обычно рассматривается в качестве основания для государственного вмешательства в экономику.

В этой лекции мы рассмотрим происхождение, последствия и способ преодоления одного из типов несостоятельности рынка - внешних эффектов.

Происхождение внешних эффектов

Причиной существования внешних эффектов является то обстоятельство, что все люди живут в одном мире и используют одни и те же ресурсы. Каждый человек может преследовать свои цели, при этом его действия могут иметь побочный результат (не входящий в его цели), который оказывает воздействие на состояние других лиц.

На языке экономической теории это означает, что потребление или производство какого-то блага может оказывать побочное воздействие на потребление или производство другого блага. Такие воздействия и называются *внешними эффектами*. Заметим, что под внешними эффектами мы подразумеваем непосредственное (физическое) воздействие одного процесса на другой. Внешними эффектами не является воздействие одного процесса на другой через систему цен (например, увеличение производства кирпича через ценовую систему "бьет" по производоству бетона).

1. **Отрицательные внешние эффекты**. Воздействие может быть *отрицательным*, если оно выражается в снижении полезности какого-либо потребителя или выпуска какой-либо фирмы. В этом случае говорят об *отрицательном внешнем эффекте*, а уменьшение полезности или выпуска считают *внешними затратами* данного вида деятельности.

Наиболее очевидным примером отрицательных эффектов является загрязнение окружающей среды. Если химический завод сбрасывает свои отходы в реку, это приводит к росту заболеваемости людей из-за ухудшения качества воды. Если же потребители хотят очистить воду, это требует расходов. И в том и другом случае происходят увеличение денежных затрат потребителей и (или) уменьшение их уровня полезности.

2. **Положительные внешние эффекты**. Воздействие может быть *положительным*, если оно выражается в увеличении полезности стороннего потребителя или выпуска фирмы. В этом случае говорят о *положительном внешнем эффекте*, а прирост полезности или выпуска считают *внешними выгодами* данного вида деятельности.

Например, Ленинградское оптико-механическое объединение, территория которого отделена от основных городских магистралей железной дорогой, в свое время построило подземный переход под путями, которыми могли пользоваться все горожане. В результате вырос их уровень полезности.

По направлению действия внешние эффекты могут быть разделены на следующие четыре группы.

1) "*Производство - производство*". Отрицательный внешний эффект: химзавод спускает в реку свои отходы, которые мешают производству расположенного ниже по течению реки пивоваренного завода. Положительный внешний эффект: расположенные рядом пасека пчеловода и яблоневый сад производителя фруктов оказывают друг на друга благоприятное воздействие (сбор меда зависит от числа яблонь, и наоборот).

2) "*Производство - потребление*". Отрицательное воздействие: жители прилегающих районов страдают от вредных выбросов в атмосферу промышленных предприятий. Положительное воздействие: завод в маленьком поселке ремонтирует дорогу, по которой "заодно" ездят и местные жители.

3) "*Потребление - производство*". Отрицательный эффект: в результате семейных пикников возникают лесные пожары, которые вредят лесному хозяйству. Положительный эффект: забор предприятия не нужно охранять, если рядом проходит людная улица и ни один воришка не может перелезть незамеченным.

4) "*Потребление - потребление*". Отрицательный эффект: полезность индивида уменьшается, если его сосед ночью включает на полную громкость музыку. Положительный эффект: если вы разбили цветник перед домом, то полезность ваших соседей от созерцания красивых цветов будет расти.

Таким образом, одни субъекты хозяйства (фирмы или потребители), преследуя свои цели, могут одновременно наносить ущерб или приносить выгоду другим субъектам.

В каком случае эта ситуация является провалом рынка и в чем заключается этот провал? Иными словами, в каком случае распределение ресурсов не является парето-эффективным?

ми, в каком случае распределение ресурсов не является парето-эффективным?

**Отсутствие платы за внешний эффект**

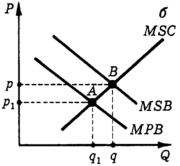
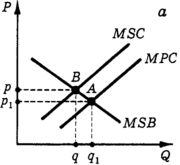
Провал рынка возникает в том случае, если отсутствует плата за внешний эффект. А платы может не быть в том случае, если отсутствует рынок того ресурса или блага, через который этот внешний эффект реализуется.

Предположим, что бумажная фабрика может использовать такой ресурс, как чистая речная вода, *не приобретая его на рынке* и, следовательно, *ничего за него не платя*, но лишая других потребителей (рыболовов, купальщиков) возможности использовать этот ресурс. Подобная ситуация возможна потому, что ресурс "чистая вода", который стал ограниченным (за него конкурируют фабрика и потребители), не имеет собственника и используется бесплатно тем, кто сумеет им воспользоваться. В результате фабрика не учитывает возникающие при этом внешние затраты и производит свою бумагу в парето-неэффективном объеме.

Подобная ситуация может возникать тогда, когда эти блага или ресурсы переходят из категории свободных в категорию экономических (становятся ограниченными), и один из тех, кто их потребляет, мешает другим пользоваться этим же благом и порождает внешние затраты. Если рынок при этом не возникает и плата за редкий ресурс не назначается, внешние затраты не влияют на поведение того лица, которое их вызывает, и это приводит к парето-неэффективности. Покажем это на следующем примере.

Представим себе отрасль, в которой действует совершенная конкуренция. Все фирмы отрасли несут затраты на производство дополнительной единицы продукции, равные *предельным частным затратам*, *MPC* (рис. 1, а). При этом все фирмы загрязняют окружающую среду, и это обходится им бесплатно. С увеличением производства растет совокупный ущерб от загрязнения, который называется *общими внешними затратами*. Следовательно, существуют *предельные внешние затраты* (*MEC*), связанные с выпуском каждой дополнительной единицы продукции и не оплачиваемые производителями. Поэтому, чтобы определить *предельные общественные затраты* (*MSC*), показывающие, во что реально обходится хозяйству производство блага, мы должны сложить *MPC* и *MEC*.

Как видно из рис. 1, рыночное равновесие установится в точке *А*, и объем выпуска *q1* не является парето-эффективным. Поскольку фирмы несут только часть реальных затрат, в точке *А* имеет место перепроизводство блага. Если бы все затраты были включены в цену, парето-эффективное равновесие установилось бы в точке *В*.

  
**Рис. 1.** Отрицательные (а) и положительные (б) внешние эффекты.

Аналогично этому нетрудно убедиться, что при положительном внешнем эффекте благо будет недопроизводиться. Представим, что продажа цветов на улицах приносит полезность всем прохожим вне зависимости от того, являются они покупателями этих цветов или нет. Следовательно, существует положительный внешний эффект. Чтобы рассчитать *предельные общественные выгоды* (*MSB*), которые показывают всю полезность производства для общества, нам нужно сложить *предельные внешние выгоды* (*MEB*), достающиеся бесплатно, и *предельную полезность потребителей*, полученную от купленных цветов. Поскольку фирмы не получают вознаграждения за внешние выгоды, равновесие устанавливается в точке *А*, и это означает недопроизводство цветов. Если бы потребители платили за удовольствие созерцания цветов на улицах, эти цветы выставлялись бы в большем объеме и равновесие установилось бы в точке *B* (рис. 1,б).

Что нужно сделать, чтобы устранить этот провал рынка? Необходимо сделать так, чтобы лицо, порождающее внешний эффект, считалось с внешними затратами или получало вознаграждение за внешние выгоды. Существуют три подхода к решению этой проблемы: интернализация внешних эффектов, введение корректирующих налогов и субсидий и закрепление прав на все ресурсы в соответствии с теоремой Коуза.

**Интернализация внешних эффектов**

Один из способов заставить лицо считаться с теми внешними эффектами, которые оно порождает своей деятельностью, заключается в *интернализации* внешних эффектов (от *лат. internus* - внутренний). Под интернализацией мы здесь понимаем превращение внешнего эффекта во внутренний. Возможным путем интернализации является объединение субъектов, связанных внешним эффектом, в одно лицо.

Представим, что химический и пивоваренный заводы из приведенного выше примера объединяются в одно предприятие. При этом внешний эффект, который раньше создавал химзавод, исчезает, так как теперь одна фирма вынуждена иметь дело с обоими производствами и ни на кого извне она влияния не оказывает. Теперь затраты в виде уменьшения выпуска пива она воспринимает как свои собственные и будет стремиться их минимизировать.

Точно так же, если вы "достаете" свою соседку веселой музыкой, а потом женитесь на ней, то в дальнейшем снижение ее полезности будет восприниматься вашей ячейкой общества как общее снижение полезности, и, следовательно, вы будете принимать в расчет это воздействие.

Однако интернализация далеко не всегда возможна или желательна. В использованном выше примере нет смысла объединяться химическому и пивоваренному заводам (если, конечно, не считать саму интернализацию, которая никогда не была бы главной причиной объединения). В некоторых случаях объединение двух производств может грозить потерей эффективности за счет отрицательной экономии от масштаба. Что касается примера с соседкой, невозможно создать семью со всеми людьми, с которыми вас связывают внешние эффекты...

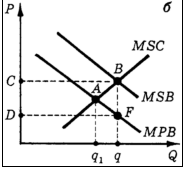
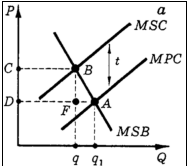
**Корректирующие налоги и субсидии**

Существует другой способ побудить лицо, являющееся источником внешних эффектов, считаться с затратами, которые эти эффекты порождают, - заставить его оплатить эти затраты. Если производитель внешних затрат будет вынужден с ними считаться, он будет пытаться оптимизировать соотношение затрат и выгод, а это путь к парето-эффективности.

Но кто может это сделать? Только тот, кто обладает властью в хозяйстве и может назначить плату за ограниченный ресурс, который не имеет собственника. Эта плата может быть назначена в виде налога, который называют *корректирующим налогом*, или *налогом Пигу* (по имени английского экономиста, предложившего такой налог).

Корректирующий налог - это налог на выпуск товара, позволяющий уравнять предельные частные и предельные общественные затраты. Этот налог заставляет фирму воспринимать внешние затраты, как свои собственные, увеличивая предельные частные затраты производства на сумму, равную *МЕС*.

Рассмотрим рис. 2, а. Пусть *МЕС* постоянны, и введен налог t на единицу продукции, причем *t = MЕС*.

  
**Рис. 2.** Корректирующие налоги (а) и субсидии (б).

Без корректирующего налога рыночное равновесие было в точке *А*. Введение налога привело (в условиях совершенной конкуренции) к росту цены и подняло *МРС* до уровня *MSC*. Это привело к уменьшению выпуска продукции. Величина налогового сбора равна площади прямоугольника *CBFD*. Новое равновесие, достигнутое в точке *В*, является эффективным, так как выполняется условие:

*МРС + МЕС = MSC = MSB*.

Уменьшение общественных затрат, а следовательно и выигрыш в эффективности, равно площади треугольника *BAF*.

Теперь рассмотрим случай положительных внешних эффектов. Как уже отмечалось, при их наличии

стороны государства для установления эффективного уровня производства. Для этого используются корректирующие субсидии - платежи создателям положительных внешних эффектов. На рис. 2, б показаны последствия введения корректирующей субсидии.

Целью корректирующей субсидии является выравнивание предельной частной и предельной общественной полезности. До введения субсидии рыночное равновесие было в точке *A*. Пусть предельные внешние выгоды постоянны и введена корректирующая субсидия *s = MEB*. Это приведет к увеличению спроса на благо, что в свою очередь вызовет рост объема производства и цены. Новое равновесие соответствует точке *B*, и количество производимого блага будет эффективным, поскольку выполнено условие:

|  |  |
| --- | --- |
| *MEB + MPB = MSB = MSC* , |  |

где *MPB* - предельные частные выгоды. Общая величина субсидии равна площади прямоугольника *CDFB*.

Однако использование корректирующих налогов и субсидий наталкивается на некоторые препятствия. Сопоставим действие налогов и штрафов.

1. Введение потоварного налога приводит к желаемому результату лишь в предположении, что существует единственно возможная технология производства продукта, так что объем выпуска и размер внешнего эффекта однозначно связаны друг с другом. Если же при одном и том же объеме выпуска величина внешнего эффекта может варьировать (скажем, фирма может строить или не строить очистные сооружения), то налог на продукт не побуждает фирму выбирать технологию, эффективную с общественной точки зрения. Эту задачу могут решить налоги (штрафы), величина которых непосредственно связана с величиной внешнего эффекта. Применение штрафа в размере *MEC* на единицу внешнего эффекта приведет к тому, что предельные затраты для фирмы будут равны

|  |  |
| --- | --- |
| *MPC + MEC = MSC* , |  |

что побудит фирму осуществлять выпуск в общественно оптимальном объеме и к тому же использовать общественно эффективную технологию.

2. При установлении размера корректирующего налога на продукцию или штрафа необходимо определить предельные общественные затраты, что представляет собой непростую задачу. Введение штрафов за производство внешних эффектов сопряжено также с дополнительными техническими трудностями: внешние эффекты требуется измерять специально, что может потребовать значительных затрат.

Если в качестве затрат или выгод выступает изменение уровня полезности людей, то в этом случае ничего измерить просто невозможно. Полезность, получаемая соседями от созерцания вашего цветника, не имеет ценностного выражения. Однако вы не можете ни запретить соседям пользоваться этим благом, ни принудить их платить за пользование. Государственные меры (корректирующие субсидии и т. д.) в отношении этих внешних эффектов не могут быть применены хотя бы в силу невозможности определения предельной внешней полезности.

3. Одна и та же фирма может производить одновременно несколько различных внешних эффектов, каждый из них необходимо измерить, и для каждого требуется определить размер штрафа на уровне предельных внешних затрат. Штраф должен играть роль цены ресурса, но в отличие от последней его величина не формируется рынком, а должна быть определена расчетным путем.

По этим причинам для уменьшения отрицательных внешних эффектов часто используются не корректирующие налоги и не штрафы, а государственная регламентация. Государство может устанавливать предельно допустимые нормы загрязнения или непосредственно контролировать производственный процесс, требуя от фирм, например, строительства определенных очистных сооружений. Но это уже сопряжено с возможными провалами государства,

**Теорема Коуза**

В предыдущем разделе мы предполагали, что государство является арбитром в ситуации с внешними эффектами, устанавливая плату за право на внешний эффект, которая сделает распределение парето-эффективным. Но предположим, что государство не может или не хочет вмешаться. Смогут ли участники этой ситуации разобраться без его участия и каким будет итог этого "разбирательства"?

Может быть, сторона, которая терпит убытки от внешнего эффекта, согласится заплатить другой стороне за его непоявление? Или, может быть, наоборот, виновник внешнего эффекта должен заплатить за право его осуществления?

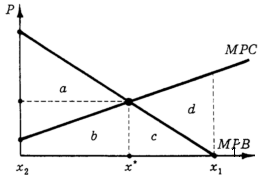
Вопрос не разрешим без дополнительной информации о том, кто обладает юридически оформленным правом на использование ресурса, через который действует внешний эффект. Если правом на ресурс обладает виновник внешнего эффекта, то платить придется страдающей стороне, и наоборот.

Но самая удивительная вещь заключается в том, что вне зависимости от того, кому принадлежат права, в итоге будет достигнуто одно и то же парето-эффективное распределение ресурсов (при отсутствии трансакционных затрат). От распределения прав зависит только то, кто получит плату. Это утверждение получило название *теоремы Коуза*, в честь знаменитого первооткрывателя трансакционных затрат, продемонстрировавшего это положение в одной из своих статей.

Теорему Коуза можно проиллюстрировать на следующем примере. Пивоваренный завод "Емельян Пугачев" использует для производства пива воду из реки. Выше по течению расположено химическое предприятие "Красный квадрат", сбрасывающее отходы своего производства в реку. Объем этих стоков прямо зависит от объема выпуска продукции "Красного квадрата". Это означает, что затраты на производство пива зависят от выбора химическим предприятием объема выпуска продукции, а также от количества вредных веществ, которые должны быть удалены из воды перед тем, как приступить к производству фирменного сорта пива "Емельян Пугачев".

"Красный квадрат" будет устанавливать объем выпуска исходя из максимизации собственной прибыли и не будет учитывать воздействия загрязнения на прибыль пивоваренного завода. Но руководство последнего предпочло бы заплатить химическому предприятию за снижение выброса вредных веществ, поскольку это снизило бы издержки производства "Емельяна Пугачева". Но это привело бы к снижению прибылей химиков из-за уменьшения выпуска их продукции. Если снижение издержек пивоваренного завода превосходит снижение прибыли химического предприятия, то существует потенциальная возможность для "торговли" уровнем выбросов и его приведения к эффективному.

Отложим на оси абсцисс (рис. 3) количество (*x*) выброса вредных веществ в реку. Для простоты допустим, что дополнительная прибыль "Красного квадрата" является функцией от количества загрязнения и изображена кривой *MPB*. Также предположим, что ущерб "Емельяна Пугачева" (в виде потери прибыли) тоже есть функция от количества загрязнения и показана кривой *MPC*. И наконец, предположим, что выбросы химического предприятия не являются внешними эффектами для других индивидов.

  
**Рис. 3.** Выгоды и затраты от загрязнения.

Эффективный уровень загрязнения *x\**, при котором суммарная прибыль двух фирм достигает максимума, удовлетворяет условию:

|  |  |
| --- | --- |
| *MPB* = *MPC*. |  |

Рассмотрим два возможных законодательных режима установления прав собственности на загрязнение и предоставляемые ими варианты решения проблемы.

1. *Разрешительный законодательный режим*. "Красный квадрат" имеет законное право сбрасывать любое количество вредных веществ, и никто не может ему в этом помешать.

В этом случае "Красный квадрат" выбирет величину загрязнения на уровне x1, при котором его предельная выгода равна нулю (*MPB* = 0). Уровень загрязнения будет неэффективно велик, потому что его воздействие на пивоваренный завод химическим предприятием игнорируется.

В этом случае пивоваренному заводу будет выгодно предложить "Красному квадрату" сократить уровень загрязнений до *x\**, компенсировав ему потерю прибыли в размере фигуры с. "Емельян Пугачев" при этом сэкономит свои затраты на сумму *c + d*, получив чистый выигрыш в размере *d*. В результате возникнет парето-эффективное распределение ресурсов и общая прибыль достигнет максимума.

2. *Запретительный законодательный режим*. "Красный квадрат" не имеет законного права сбрасывать вредные вещества, а "Емельян Пугачев" имеет право запретить любые выбросы.

В этом случае "Емельян Пугачев" будет контролировать уровень загрязнения и выберет уровень загрязнения *х2* = 0, при котором дополнительные издержки на ликвидацию последствий выбросов минимизируются. Но нулевой уровень загрязнения также неэффективен при наших допущениях, так как прибыль "Красного квадрата" сведена на нет.

В этом случае "Красному квадрату" будет выгодно просить у пивоваренного завода разрешения на увеличение уровня загрязнений до *x\**, компенсировав ему потерю прибыли в размере фигуры *b*. "Красный квадрат" при этом увеличит свою прибыль на сумму *a + b*, из которой он отдаст *b* в качестве компенсации и получит чистый выигрыш в размере *a*. В результате тоже возникнет парето-эффективное распределение ресурсов и общая прибыль достигнет максимума.

Таким образом, согласно теореме Коуза, при сделке будет достигнуто эффективное размещение ресурсов, несмотря на первоначальное закрепление прав собственности. Если взаимодействующие стороны могут заключить контракт друг с другом, то за внешний эффект может быть предложена плата, и сторона, которая имеет законное право контролировать внешний эффект, в своих действиях учтет ее влияние на контрагента. Единственное, на что влияет первоначальное закрепление прав, - это на распределение дохода обеих фирм. В соответствии с разрешительным законодательным режимом эффективная сделка увеличивает прибыль химического завода на *c*, при запретительном режиме - прибыль пивоваренного завода на *a*.

Самым главным следствием теоремы Коуза является то, что при нулевых трансакционных издержках перераспределение прав "делать что-либо, имеющее вредные последствия" (именно так трактовал Коуз право использования ресурсов), может происходить парето-эффективным образом без вмешательства государства. В этом теорема резко расходилась с общепринятым до ее появления мнением, что правительственная интервенция всегда необходима для достижения эффективного размещения ресурсов при наличии внешних эффектов.

Вместе с тем эта идея далеко не всегда обеспечивает саморегуляцию рыночной системы и достижение парето-эффективности. Ведь мир теоремы Коуза очень специфичен - он существует только для двусторонних сделок, при полноте информации и при нулевых трансакционных затратах.

# ЛЕКЦИЯ. Общественные блага. Общественный выбор и благосостояние

**Классификация и свойства общественных благ.**

Экономику определяют как науку о выборе направлений использования ограниченных ресурсов (факторов производства и потребительских благ). Ближайшим следствием ограниченности является конкуренция, соперничество за использование ресурсов. Поведение потребителей и производственных фирм рассматривается через призму такой конкуренции. Однако не всегда ограниченность благ ведет к соперничеству за их потребление. С этой точки зрения все блага можно разделить на частные и общественные.

В случае чистых частных благ предполагается, что все затраты на их производство полностью несет продавец товара, а все выгоды достаются только непосредственному покупателю, никакие затраты и выгоды не могут быть переложены на любое третье лицо, не участвующее в сделке. Как видно из этого определения, существование чистого блага предполагает отсутствие внешних эффектов. Лишь немногие товары и ресурсы в реальном мире соответствуют этому предположению. Если, например, вы выпили стакан "кока-колы", это может вызвать отрицательные эмоции у страдающего от жажды человека, на глазах которого это произошло. Это приведет к снижению его полезности, т. е. вызовет отрицательный внешний эффект. И напротив, выгоду от того, что качество и состав "кока-колы" абсолютно одинаковы, получают все индивиды, а с прибавлением дополнительного потребителя выгода, получаемая остальными покупателями, не снижается. По сути дела чистые частные блага - идеальная конструкция, такая же, как например совершенная конкуренция.

**Чистые общественные блага**

Другой "крайностью", противоположной чистым частным товарам, являются чистые общественные блага. Они обладают двумя важнейшими свойствами - несоперничеством и неисключаемостью в потреблении.

*Несоперничество* означает, что прибавление дополнительного потребителя не снижает полезности остальных. Фонарь на улице светит двум прогуливающимся под ним индивидам так же ярко, как и трем. Данное свойство, очевидно, не будет выполняться для частного блага. Например, если два человека решат выпить бутылку "кока-колы", то прибавление в компанию третьего снизит их полезность.

Формально условие несоперничества в потреблении можно представить в следующем виде: если чистое частное благо в количестве *x* может быть распределено среди различных индивидов (1, 2, ... , *s*) следующим образом:

50_46_e1

то для общественного блага в количестве *y* одновременно для каждого *i*-того индивида выполняется условие:

*y = yi , i = 1, ... , s*.

Условие равного потребления общественного блага всеми индивидами в свою очередь связано с неделимостью блага, а также с наличием внешних эффектов.

Неделимость блага в потреблении означает, что индивид не может непосредственно выбирать объем потребления блага. Мы неизбежно пользуемся всем объемом услуг по обороне страны. Ни один человек не имеет возможности выбрать, какие именно из развернутых армий должны защищать его самого, а какие - соседа, какие самолеты поднимутся в воздух на его защиту, а какие должны обеспечить прикрытие супруге. Население пользуется всем объемом предоставляемого на данной территории чистого общественного блага. Подчеркнем, что речь идет о неделимости в потреблении, а не в производстве и предоставлении общественных благ. Общество безусловно может выбрать необходимый уровень национальной обороны (численность войск, их материальное обеспечение, объем финансирования), что приводит к разному объему предоставления блага. Неделимость блага предполагает лишь совместное предложение общественного блага (*joint supply*) - весь объем услуг по национальной обороне предоставляет Неделимость блага в потреблении означает, что индивид не может непосредственно выбирать объем потребления блага. Мы неизбежно пользуемся всем объемом услуг по обороне страны. Ни один человек не имеет возможности выбрать, какие именно из развернутых армий должны защищать его самого, а какие - соседа, какие самолеты поднимутся в воздух на его защиту, а какие должны обеспечить прикрытие супруге. Население пользуется всем объемом предоставляемого на данной территории чистого общественного блага. Подчеркнем, что речь идет о неделимости в потреблении, а не в производстве и предоставлении общественных благ. Общество безусловно может выбрать необходимый уровень национальной обороны (численность войск, их материальное обеспечение, объем финансирования), что приводит к разному объему предоставления блага. Неделимость блага предполагает лишь совместное предложение общественного блага (*joint supply*) - весь объем услуг по национальной обороне предоставляет государство; все уличные фонари предоставляются муниципалитетом и финансируются из одного источника - конкуренция между частными владельцами отдельных фонарей на одной и той же улице попросту невозможна.

Наличие положительных или отрицательных внешних эффектов - невозможность отразить в рыночных ценах полные общественные затраты, возникшие в связи с производством и потреблением товара, - одна из основных причин государственного вмешательства в экономику. Именно внешние эффекты являются причиной неисключаемости общественных благ.

Под *неисключаемостью в потреблении* понимается невозможность путем установления рыночных цен исключить отдельные фирмы или отдельных индивидов из числа получателей по крайней мере части выгод (или части затрат), прямо связанных с производством и потреблением определенного товара. Невозможно, к примеру, запретить пешеходу пользоваться светом горящего фонаря, а индивиду, имеющему радиоприемник, принимать радиопередачи.

Неисключаемость может возникнуть как в результате невозможности физически исключить кого-либо из пользования данным благом (как в случае пешеходов, гуляющих по освещенной улице), так и вследствие чрезвычайно высоких затрат на исключение в сравнении с возможными выгодами продавца. В принципе можно снабжать радиоприемники специальными декодерами для приема отдельных программ, но потенциальные выгоды будут крайне невелики в сопоставлении со стоимостью этого проекта. Поскольку рынок радиопрограмм высококонкурентен (одновременно предлагается множество взаимозаменяемых программ), потребители просто настроят свои приемники на другие радиостанции. Отметим, что на рынке телепрограмм потенциальные выгоды, напротив, вполне сопоставимы с затратами на исключение и это стимулирует развитие коммерческих каналов телевидения (вспомним сеть "НТВ плюс" в России). После того как потребители преодолели порог исключения, благо становится для них неисключаемым (можно смотреть коммерческий канал круглые сутки без какой-либо дополнительной оплаты).

Эту же ситуацию можно интерпретировать и иначе, как одновременную покупку двух разных благ: права приема телепрограмм (эта услуга является исключаемой, нужно заплатить за декодер на определенный срок) и собственно времени просмотра (в рамках данного срока время просмотра неограниченно). Время просмотра выступает в роли неисключаемого блага, если только не вводится повременная оплата просмотра, что вполне возможно в случае кабельного телевидения.

Подведем итоги обсуждения понятия чистого общественного блага и его характеристик.

Чистое общественное благо, так же как и его противоположность - чистое частное благо, является теоретической конструкцией, экстремальным случаем (как, например, совершенная конкуренция и чистая монополия). Чистое общественное благо характеризуется несоперничеством в потреблении, что связано с его неделимостью, и неисключаемостью, причина которой - внешние эффекты.

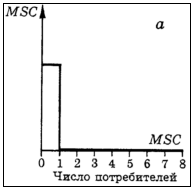
**Смешанные блага**

Если чистое частное и чистое общественное блага признаются исключительно теоретическими конструкциями, то весь реальный мир должен был бы попасть в категорию смешанных благ. Однако это неудобно для анализа, поскольку очевидно, что реальные товары и услуги сильно отличаются друг от друга степенью несоперничества и неисключаемости. По этой причине обычно выделяются только две категории смешанных благ - *перегружаемые*, или переполняемые, (свойство несоперничества в потреблении выполняется только до определенного момента) и *исключаемые* (не выполняется условие неисключаемости). Важно отметить, что и эти две группы смешанных благ также теоретические, в реальном мире существует огромное множество вариаций свойств несоперничества и неисключаемости. Продолжая аналогию с анализом рыночных структур, напомним, что и критерии выявления монополистической конкуренции и олигополии достаточно расплывчаты, а конкретных вариантов поведения предприятий в рамках данных структур бесконечно много.

В приведенном выше примере с теле- и радиопрограммами возможность и целесообразность исключения потребителей из пользования благом никак не влияют на свойство несоперничества, которое сохранялось во всех рассмотренных случаях. Телепрограммы, общественный транспорт, городские парки с возможностью взимания платы за вход - примеры исключаемых благ.

влияют на свойство несоперничества, которое сохранялось во всех рассмотренных случаях. Телепрограммы, общественный транспорт, городские парки с возможностью взимания платы за вход - примеры исключаемых благ.

Типичный пример перегружаемого блага - автомобильная дорога. Будем считать, что полезность, получаемая водителем транспортного средства, зависит только от скорости его движения. Увеличение числа машин не влияет на полезность водителей автомашин, уже передвигающихся по дороге, но лишь до определенного уровня. Рано или поздно рост интенсивности движения приведет к возникновению внешних эффектов - снижению скорости движения и, следовательно, к убыванию полезности водителей. Предельные общественные затраты, начиная с момента перегрузки, будут расти на величину предельных внешних эффектов, в то время как для чистого общественного блага предельные общественные затраты на предоставление *данного* объема блага каждому дополнительному потребителю после первого будут равны нулю (рис. 1). На рис. 1,б точка перегрузки обозначена *РС* (*point of congestion*).

  
**Рис. 1.** Предельные общественные затраты на предоставление чистого общественного (а) и перегружаемого (б) блага.

**Границы предоставления общественных благ**

Важнейшей характеристикой общественных благ является территориальная граница их потребления. По сути требуется найти то сообщество, которое потребляет данное благо. Границы этого сообщества могут не совпадать с границами общества, финансирующего и производящего благо. С точки зрения дифференциации границ потребления и предоставления выделяются международные, общенациональные (общегосударственные) и местные общественные блага.

*Международные общественные блага* либо доступны всем жителям планеты (борьба с загрязнением воздуха и расширением озоновой дыры, международная стабильность и т. п.), либо предоставляются жителям определенного региона Земли, нескольким странам. К числу общественных благ, в том числе международных, в наши дни экономисты относят стандарты, сокращающие трансакционные затраты, в том числе меры длины и веса, язык, денежную систему, результаты фундаментальных научных исследований, международную и региональную стабильность.

Анализ столь необычных для традиционной экономической науки благ представляет значительные трудности. Отдельного внимания в этой связи удостоился вопрос о том, кто именно предоставляет международные общественные блага (международного правительства не существует, его заменяет целый ряд межправительственных и общественных организаций), как влияет на объем их предоставления отсутствие единого правительства.

Последнее десятилетие отмечено бурным развитием интеграции в рамках ЕС, когда многие общественные блага перестают быть национальными, становясь общеевропейскими. Как следствие, совершенствуются и изменяются функции многих институтов ЕС, возникают новые механизмы принятия решений, в том числе касающиеся предоставления общеевропейских общественных благ, решаются вопросы об изменении компетенции национальных правительств и институтов сообщества. Все эти процессы представляют особый интерес для России с точки зрения взаимодействия федеральных и региональных властей, а также роли, которую играет Россия в СНГ.

К *общегосударственным общественным благам* относятся национальная оборона, поддержание общего правопорядка, деятельность федеральных исполнительных, законодательных и судебных властей и мн. др.

Под *местными общественными благами* понимаются любые общественные товары и услуги, доступ к которым имеет не все население страны, а лишь некоторая географическая часть (несколько регионов, один регион, город, район и т. д.). Диапазон конкретных примеров местных общественных благ весьма широк: от региональных экологических программ до уличного освещения и городского парка.

**Достойные блага и общественные блага**

Общественное благо - один из случаев несовершенства рынка, когда необходимо вмешательство государства. Многие экономисты, однако, не соглашались с тем, что государственное вмешательство требуется только в ситуации с чистыми (или близкими к чистым) общественными благами. Речь здесь идет не о государственном регулировании, затрагивающем на практике множество отраслей и самые разные категории благ, а о теоретическом обосновании столь широкого спектра его применения. Одной из таких попыток стала теория *достойных благ*, выдвинутая Р. Масгрейвом в конце 1950-х гг.

В случае общественных благ вмешательство государства необходимо из-за неспособности рынка обеспечить размещение ресурсов в соответствии с *данными* индивидуальными предпочтениями, что предполагает соблюдение суверенитета потребителя. В противоположность этому достойные блага представляют собой случай, когда индивидуальные предпочтения не считаются более заданными, а сами являются объектом корректировки. Достойные блага удовлетворяют потребности, которые общество считает нужным поддерживать и которые у индивидов не сформированы должным образом, в основном из-за неполной информированности, а также из-за того, что "мы ленивы и нелюбопытны". Как следствие, индивиды выбирают меньший объем потребления этих благ, чем следовало бы. В качестве примеров можно привести бесплатное образование, школьные обеды и завтраки, театры и концертные залы, субсидируемое жилье для малообеспеченных семей. Противоположный случай - недостойные блага (*merit bads*), потребление которых общество считает нужным ограничивать. К ним относятся алкогольные напитки, табачные изделия, наркотики и т. п.

Обоснование нарушения суверенитета потребителя в указанных случаях требует поиска места для концепции достойных и недостойных благ в теории благосостояния. Приведем в этой связи лишь три ключевых аргумента в пользу полного или частичного отказа от нормативного идеала следования индивидуальным предпочтениям.

1. Достойные блага могут обладать некоторыми свойствами благ (примеры - образование и здравоохранение).

2. Считается, что при определенных условиях информированная часть населения должна влиять на решения остальных индивидов (образование, здравоохранение, защита интересов меньшинств, контроль за продажей наркотиков и т. п.). В случае образовательных программ, например, качество выбора может быть улучшено за счет делегирования права выбора более информированному специалисту в этой области (на самом деле множеству специалистов). Индивидуальные предпочтения здесь принимаются во внимание (при выборе учебного заведения, специальности), но полное соответствие им (или их доминирование) не является нормативной целью.

3. Идеал суверенитета потребителя также может нарушаться из-за агрессивной рекламы и других способов воздействия на покупателя. Рациональный выбор может быть нарушен в ситуации риска и неопределенности или в результате недооценки потребителем отдельных факторов. В частности, будущее потребление люди склонны недооценивать по сравнению с сегодняшним, а ценность общественных товаров и услуг может быть завышена (из-за их, на первый взгляд, бесплатности) или, напротив, занижена, как следствие крайне негативного отношения к уплате налогов.

Одна из интерпретаций теории достойных благ заключается в принятии индивидами, как членами какого-либо сообщества, определенных ценностей этого сообщества, даже если эти ценности противоречат предпочтениям индивида. Эта ситуация отличается от схожего случая следования моде, когда индивид воспринимает общественные предпочтения как свои собственные. Сознательное принятие ценностей сообщества может выразиться в изменении потребления частных благ (например, алкоголя) или отношения к финансированию общественных благ. Частные и общественные блага, потребление и предоставление которых изменилось в соответствии с ценностями сообщества, можно считать благами, имеющими особые достоинства, или их противоположностями, если речь идет о сокращении потребления.

**Эффективный объем предоставления общественных благ**

В случае частных благ выбор направлений использования ресурсов полностью зависел от предпочтений индивидов, т. е. в качестве одной из аксиом мы принимали положение о суверенитете потребителя - потребительские предпочтения задавали структуру производства и предоставления благ.

Иная ситуация с общественными благами. Если, выбирая объем их предоставления, мы будем основываться только на решениях отдельных индивидов, принятых исходя из гипотезы о максимизации полезности, очевидно, что, с точки зрения всей совокупности индивидов, общественных благ будет предоставлено недостаточно. Представим себе, что Антон и Игорь живут на неосвещенной улице, но из соображений безопасности оба бы предпочли либо чтобы улица была освещена, либо чтобы у каждого из них был свой автомобиль, на котором можно доехать прямо до дома. Предположим также, что стоимость установки фонарей в точности равна стоимости автомобиля. Выбирая между этими альтернативами исходя из максимизации собственной полезности, и Антон и Игорь предпочтут приобрести по автомобилю. При равных ценах автомобиль приносит полезность только его владельцу, а фонари на улице светят не только их владельцу, но и его соседям. Индивид при покупке блага не принимает во внимание выгод (внешних эффектов), которые могут получить другие потребители, пользующиеся благом бесплатно. По этой причине общественное благо будет предоставлено в меньшем объеме, чем следовало бы, с учетом всех возможных выгод.

Почему же при этом учитываются не все выгоды? Связано это с тем, что ряд потребителей благ могут вести себя как "зайцы" (free rider). Если Игорь думает, что Антон в любом случае заплатит за установку фонарей, в ответ на просьбу Антона внести посильную лепту (соответствующую получаемой им полезности) он может сказать, что уличное освещение ему вовсе не нужно и, более того, мешает спать, а следовательно, Антон должен заплатить ему компенсацию. Конечно же, проблема "зайцев" возникает не только из-за непорядочности отдельных граждан, но и по причинам отсутствия у них полной информации (представьте, например, что у вас спрашивают, в каком объеме вам нужны услуги национальной обороны и сколько вы за них готовы заплатить), высоких затрат на сбор платы за каждое отдельное общественное благо в сравнении с унифицированным налогообложением и ряда других причин, вызывающих высокие трансакционные затраты.

Если функции по предоставлению общественных благ берет на себя государство, то принятие решений об объеме их предоставления осуществляется политическим механизмом. Модели такого выбора рассматриваются в следующей лекции. Здесь же мы сконцентрируемся на анализе добровольного (без вмешательства государства) принятия решений об объеме предоставления общественных благ и месте общественных благ в системе общего экономического равновесия.

**Оптимальный объем предоставления общественных благ : частичное равновесие**

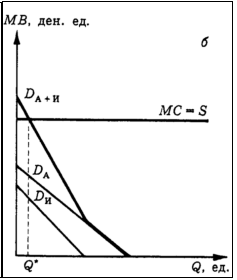
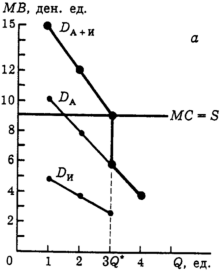
Анализ частичного равновесия предполагает определение функций спроса и предложения и нахождение точки, в которой объем спроса будет равен объему предложения.

Функция спроса на общественное благо представляет собой зависимость получаемой индивидом *предельной выгоды* (*MB - marginal benefit*) от объема потребления блага. В данном случае предельная выгода - это полезность индивида от потребления дополнительной единицы общественного блага, выраженная в денежных единицах. Предельная выгода отражает готовность индивида платить за данную дополнительную единицу. Выводя функцию спроса, мы должны предположить, что предпочтения индивида, т. е. его готовность платить, выявлены точно и без искажений. Иными словами, считается, что ни один из потребителей общественного блага не ведет себя как "заяц". Наличие данного предположения, не требующегося в случае частного блага, делает функцию спроса в некоторой степени условной. По этой причине ее часто называют функцией псевдоспроса на общественное благо.

Линия спроса на общественное благо имеет отрицательный наклон, что отражает убывающую предельную полезность от потребления дополнительной единицы блага. Линия индивидуального спроса строится на основе анализа кривых безразличия и бюджетных линий, так же как и кривая спроса на частное благо.Кривая индивидуального спроса показывает, какую цену согласен заплатить индивид за предоставление ему дополнительной единицы.

Поскольку в отличие от частных благ каждый индивид потребляет весь объем общественного блага, а не какую-либо его часть (свойство несоперничества), цена общего спроса представляет собой при каждом объеме сумму цен индивидуального спроса. Кривая совокупного спроса соответственно находится путем суммирования цен каждого потребителя при заданном объеме (так называемое *вертикальное суммирование* в отличие от горизонтального суммирования при нахождении кривой рыночного спроса на частное благо). Условие установления равновесия - равенство суммарной предельной выгоды (готовности платить) потребителей цене (предельным затратам), по которой данное количество общественного блага готов предложить производитель.

На рис. 2,а приведена графическая иллюстрация определения оптимального объема предоставления общественного блага в случае двух индивидов. Продолжим наш пример с уличным освещением. За первый фонарь, установленный на улице, Антон готов заплатить 10 ден. ед., а Игорь - 5 ден. ед. За второй фонарь Антон бы заплатил 8 ден. ед., а Игорь только 4 ден. ед., за третий соответственно 6 и 3 ден. ед. Четвертый фонарь Игорю уже не нужен, а Антон заплатил бы за него 4 ден. ед. Будем считать, что предельные затраты на установку каждого фонаря одинаковы и равны 9 ден. ед.

  
**Рис. 2.** Оптимальный объем предоставления общественного блага.   
*DA* - линия спроса Антона; *DИ* - линия спроса потребителя Игоря; *DA+И* - линия суммарного спроса; *S* - линия предложения.

Линии спроса на общественное благо могут быть и непрерывными (это зависит от степени делимости блага). Представьте себе, например, что объем услуг национальной обороны измеряется гипотетическим "уровнем защиты населения" и изменяется непрерывно (см. рис. 2,б).

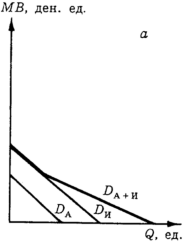
Напомним, что производство и предоставление общественных благ связано со значительными внешними эффектами. По этой причине линия предложения представляет собой линию предельных *общественных* затрат, равных сумме предельных частных затрат производителя и положительных и отрицательных внешних эффектов производства. Таким образом, получаем условие равновесия:



где *pi* - цена, которую готов заплатить *i* - тый потребитель; *MSC* - предельные общественные затраты; *Q* - объем общественного блага.

Мы рассматривали только случай частичного равновесия для чистого общественного блага. Как же в рамках анализа частичного равновесия будет найден оптимальный объем предоставления *смешанного общественного блага*?

Суть подхода состоит в разделении тех характеристик блага, которые можно считать частными, и внешних эффектов, которые приводят к отсутствию соперничества в потреблении. На рис. 3,а приведены кривые индивидуального спроса Антона и Игоря на частные характеристики блага (*DA* и *DИ*) и путем их горизонтального суммирования построена линия совокупного спроса (*DA+И*). На рис. 3,б из двух кривых предельной выгоды от внешнего эффекта (*DEA* и *DEИ*) путем вертикального суммирования выведена линия совокупной предельной выгоды (*DEA+И*). И наконец, на рис. 2,в складываем вертикально линию совокупного спроса (*DA+И*) и линию совокупной предельной выгоды (*DEA+И*), получая линию спроса на смешанное благо (*D*). Внешний эффект возникает в результате предоставления каждой дополнительной единицы блага. По этой причине суммирование линии совокупного спроса и линии предельной выгоды от внешнего эффекта производится вертикально. Оптимальный объем его предоставления (*Q\**) определяется точкой пересечения линий спроса и предельных затрат.

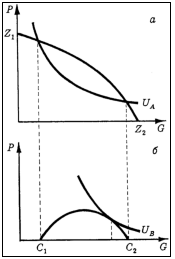
  
**Рис. 3.** Определение оптимального объема предоставления смешанного блага.

**Оптимальный объем предоставления общественных благ : общее равновесие**

Модель оптимального размещения ресурсов в экономике при наличии двух типов благ (частного и общественного) была предложена П. Самуэльсоном в середине 1950-х гг. В модели Самуэльсона присутствует абстрактный специалист по планированию (аналог аукциониста Вальраса), обладающий исчерпывающими сведениями о производственных возможностях экономики и предпочтениях потребителей, а также имеющий собственную систему ценностей.

Рассмотрим сначала графическое решение проблемы оптимального размещения ресурсов при наличии общественного блага.

Предположим, что в экономике производятся только два потребительских блага - частное (*P*) и общественное (*G*). Имеются два потребителя (*A* и *B*) со своими функциями полезности, которым соответствуют кривые безразличия *UA* и *UB*. Функция трансформации представлена на графике кривой производственных возможностей *Z1Z2* (рис. 4).

  
**Рис. 4.** Выбор оптимального объема потребления общественного блага.

Для вывода условия парето-оптимальности зафиксируем полезность, получаемую индивидом *A* на уровне *UA* (рис. 4,а). Тогда при заданной кривой производственных возможностей *Z1Z2* можно найти количество частного блага *P*, доступного второму индивиду, *B* (по определению весь объем общественного блага доступен обоим индивидам, соперничества за его потребление не возникает). На рис. 4,б граница набора потребительских возможностей индивида B обозначена *C1C2*. Она получена как вертикальная разность между кривой производственных возможностей *Z1Z2* и зафиксированной кривой безразличия потребителя *A*.

Иначе говоря, линия *Z1Z2* показывает различные наборы частного и общественного блага, которые могут быть произведены при полном использовании всех имеющихся ресурсов; кривая *UA* отражает множество наборов тех же благ, которые может выбрать потребитель *A* при фиксированном уровне полезности; линия *C1C2* (разница между *Z1Z2* и *UA*) показывает, что осталось потребителю *B*, т. е. какие наборы благ ему доступны.

Если предпочтения потребителя *B* заданы множеством кривых безразличия *UB*, то оптимальным для него будет набор *E*, где его полезность максимизируется при заданных потребительских возможностях. Поскольку кривая потребительских возможностей *C1C2* получена как вертикальная разность между *Z1Z2* и *UA*, то и ее наклон будет равен разности наклонов этих кривых. В свою очередь в точке оптимума E наклон кривой безразличия индивида *B* равен наклону *C1C2*. Таким образом, получаем, что предельная норма замены между частным (*P*) и общественным (*G*) благом для индивида *B* равна

50_46_e2

Отсюда получаем условие парето-оптимума для экономики с общественным благом:

50_46_e3

или в случае множества потребителей

50_46_e4

где *I* - число потребителей.

Исходя из аналогичных предположений, можно вывести условие оптимума по [Парето](http://gallery.economicus.ru/cgi-ise/gallery/g_framen.pl?type=in&search=pareto) при наличии общественных благ аналитически.

Пусть общее количество частных благ равно

50_46_e5

где *Pi* - количество блага, потребленное *i*-тым индивидом.

В случае общественных благ:

*G = Gi (i = 1,..., I)*,

где *Gi* - количество блага, потребленное *i*-тым индивидом.

Предпочтения индивидов заданы функциями полезности:

|  |  |
| --- | --- |
| *Ui = Ui(Pi, G)*. | (1) |

Предположим, что выполняется условие эффективности в производстве, и производственные возможности экономики могут быть описаны следующим уравнением кривой трансформации:

|  |  |
| --- | --- |
| *F(P, G) = 0*. | (2) |

Из всех решений (способов размещения ресурсов), удовлетворяющих этому уравнению, требуется выбрать такое решение, которое приведет к максимизации полезности данного потребителя (пусть это будет индивид *B*, как и в приведенном выше примере) при заданном уровне полезности всех остальных потребителей и заданных производственных возможностях экономики. Запишем соответствующее уравнение Лагранжа:

50_46_e6

При решении этой оптимизационной задачи получаем условия первого порядка, из которых следует

|  |  |
| --- | --- |
|  | (3) |

Как известно, условия первого порядка показывают точки экстремума, а для нахождения собственно точки максимума требуется найти условия второго порядка. Для того чтобы условия второго порядка действительно показали точку максимума, соответствующую (3), требуется предположить вогнутость функции полезности (1) и выпуклость множества производственных возможностей.

**Проблема "зайцев" и оптимальный объем предоставления общественных благ**

Определяя оптимальный объем предоставления общественного блага в рамках моделей частичного и общего экономического равновесия, мы предполагали, что ничто не мешает выявлению истинных предпочтений потребителей и никто из них не ведет себя как "заяц". На самом деле это, конечно же, не так, что немедленно сказывается на величине финансирования предоставления общественных благ. По этой причине такое большое значение придается стимулированию потребителей общественных благ к выявлению их истинных предпочтений.

Зависимость склонности к выявлению истинных предпочтений потребителями от общего числа потребителей противоположна для частных и общественных благ. Если число потребителей относительно небольшое, то каждый из них может повлиять на цену частного блага, что может сделать выгодным сознательные искажения в выражении собственных предпочтений (вспомним симметричный пример на стороне предложения - олигополию с множеством вариантов стратегического поведения участников рынка). Когда речь идет об общественном благе, малое число потребителей способствует честному выражению своих предпочтений отдельным индивидом - ложная информация может привести к пере- или недопроизводству блага. В итоге вероятность выявления истинных предпочтений малым числом потребителей будет больше для общественного блага, чем для частного.

Если потребителей настолько много, что ни один из них не может повлиять на рыночную цену частного товара, никому нет особого смысла скрывать или искажать свои предпочтения. И напротив, рост числа потребителей приводит к росту "поголовья" "зайцев", надеющихся, что общественное благо будет предоставлено вне зависимости от их взноса.

В экономической теории имеется целый ряд моделей, в которых делается попытка предложить механизм для решения проблемы "зайцев". Любой из этих механизмов следует оценивать с точки зрения трех критериев: общественное благо должно предоставляться в парето-оптимальном объеме, выявление истинных предпочтений должно быть в интересах самих индивидов и, наконец, затраты на предоставление общественного блага должны быть равны совокупным выплатам индивидов на эти цели.

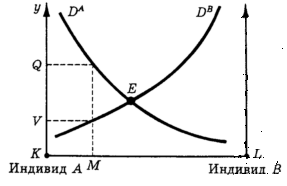
Мы рассмотрим два подхода - модель Линдаля и механизм действия налога Кларка.

*Модель Линдаля*

В модели Линдаля индивиды договариваются о расходах на предоставление общественного блага и о доле каждого в этих расходах. В условиях равновесия (его в свою очередь называют равновесием по Линдалю) цены устанавливаются на таких уровнях, что все индивиды предъявляют спрос на одно и то же количество общественного блага, которое и является оптимальным объемом его предоставления. Речь, по сути, идет об имитации действия рыночного механизма, но цены Линдаля (так называемые налоговые цены), конечно же, не являются ценами реального рынка - они представляют собой доли от общей величины налогового сбора на финансирование общественного блага, которую должны внести отдельные индивиды.

Рассмотрим простейший вариант модели Линдаля, когда общественное благо потребляется только двумя индивидами. Надо сказать, что сам Линдаль рассматривал не случай двух индивидов, а более близкую к реальной жизни ситуацию: в условиях парламентской демократии действуют две политические партии, представляющие два однородных класса (две однородные группы населения). Необходимое условие достижения равновесия по Линдалю - равная сила партий (индивидов) в процессе переговоров.

На рис. 5 по оси ординат (*y*) отложена общая величина общественных расходов, по оси абсцисс - доля от этой суммы, которую платят индивид *А* и индивид *В*.

  
**Рис. 5.** Модель Линдаля.

В точке *K* индивид *А* не несет никаких расходов, 100 % необходимой суммы вносит индивид *В*. По мере движения к точке *L* доля индивида *А* растет, а индивид *В* пользуется общественным благом бесплатно.

Предположив снижение предельной полезности от потребления общественного блага, построим обычные линии спроса с отрицательным наклоном *DA* для индивида *А* и *DB* для индивида *В*. Точка *Е*, находящаяся на пересечении двух линий спроса, представляет точку равновесия по Линдалю. Именно в этой точке полезность от потребления последней единицы общественного блага равна налоговой цене одновременно для двух индивидов.

Будет ли это равновесие устойчивым и какие силы заставляют двигаться к точке равновесия? Положим, первоначальное распределение долей затрат между индивидами в точке *М* не соответствует равновесному и уровень общественных расходов, о котором договорились индивиды, равен *V*. Внося долю *KМ* от общей суммы расходов, индивид *А* предпочел бы более высокий уровень общественных расходов, а именно *Q*, но на рост расходов при сохранении существующих долей не согласится индивид *В*. Более высокий уровень расходов может быть достигнут только при взаимном согласии увеличить долю *А* и уменьшить долю *В*. Отметим, что движение может происходить только в сторону равновесия - уровень расходов *V* в любом случае более предпочтителен для обоих индивидов, чем меньшая величина расходов. В этом смысле равновесие по Линдалю устойчиво.

Модель Линдаля показывает, каким образом добровольный обмен и система цен (в специфической форме налоговых цен) приводят к принятию решений об оптимальном объеме предоставления общественного блага. Свою модель Линдаль формулировал как нормативную, а равновесие называл *фискальным оптимумом*. Далее он сравнивал реальную политическую систему с моделью, определяя природу и направление отклонений от фискального оптимума.

Конечно же, модель Линдаля не решает проблему "зайцев". В модели предполагается, что, сталкиваясь с определенной налоговой ставкой, индивид выявит свои истинные предпочтения, но сущность проблемы "зайцев" как раз и состоит в том, что для потребителя может быть выгодно дезинформировать общество о своих предпочтениях. Кроме того, нет никакой гарантии, что даже при соблюдении очень жесткой предпосылки о равной силе индивидов в процессе переговоров переговоры будут продуктивными и стороны придут к какому-то решению.

Модель Линдаля была предложена в 1919 г., а ее значение для экономики благосостояния было показано более чем через 40 лет после формулировки самой модели, когда было доказано, что равновесие Линдаля является эффективным по Парето. В современной формулировке равновесие Линдаля играет ту же роль при рассмотрении экономики с общественными благами, внешними эффектами и правительственным вмешательством, какую играет равновесие Вальраса при изучении экономики, в которой эти факторы отсутствуют. С оптимумом Линдаля сопоставляется, например, кто и сколько платит налогов. В то же время модель Линдаля уже не имеет того значения при изучении реальных политических систем и процессов принятия решений, которое предполагалось ее автором.

*Налог Кларка*

Можно ли придумать механизм, делающий "заячье" поведение невыгодным и заставляющий индивидов выявлять истинные предложения? Налог Кларка представляет собой попытку построения такого механизма.

Хотя налог Кларка предназначается для решения проблемы выявления предпочтений многих потребителей, мы рассмотрим его действие на более простом и наглядном примере с тремя индивидами.

Представим себе, что три жителя какого-то поселка решают вопрос о выборе между строительством библиотеки или спортзала (затраты на их строительство одинаковые). Каждому из жителей задают вопрос, сколько он готов был бы заплатить за сооружение того или иного объекта. На основе суммы "готовности платить" делается выбор между библиотекой или спортзалом и определяется величина налога Кларка. Налог Кларка для конкретного жителя равен изменению благосостояния остальных жителей, которое произошло бы, если бы данный индивид не принимал участие в голосовании. Помимо налога Кларка каждый житель платит налог, равный стоимости общественного блага, деленной на число жителей. Этот налог никак не зависит от поведения индивида и по этой причине не представляет для нас интереса в обсуждаемом примере.

Допустим, первый и второй жители поселка (индивиды 1 и 2) предпочли бы построить библиотеку, а свою выгоду (полезность) от ее строительства они оценивают соответственно в 10 и 15 тыс. р. (см. таблицу). Полезность от строительства спортзала для них равна нулю, поскольку спортом оба не занимаются. Напротив, третий житель (индивид 3) предпочел бы тренироваться в спортзале, свою выгоду от его строительства он оценил в 20 тыс. р., а полезность библиотеки для него в свою очередь нулевая.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Индивид | Библиотека | Спортзал | Налог Кларка |
| 1 | 10 | 0 | 5 |
| 2 | 15 | 0 | 10 |
| 3 | 0 | 20 | 0 |
| Всего | 25 | 20 |  |

Очевидно, что будет принято решение о строительстве библиотеки. Налог Кларка для индивида 1 равен 5 тыс. р. - именно на эту сумму изменилось бы совокупное благосостояние всех членов сообщества в результате его неучастия в голосовании: если индивид 1 не голосует, будет принято решение о строительстве спортзала. Это увеличит выгоду индивида 3 на 20 тыс. р., но одновременно и снизит выгоду, которую мог бы получить второй голосующий (индивид 2) на 15 тыс. р., что дает итоговое изменение благосостояния в 5 тыс. р.

Аналогичным образом найдем налог Кларка для второго жителя поселка - он равен 10 тыс. р. Обратите внимание, что разница между возможной выгодой от сооружения библиотеки и обязательствами по налогу Кларка положительна для первых двух жителей, т. е. результат голосования, даже с учетом необходимости уплаты налога, все равно принесет им прирост полезности. Для индивида 3 налог Кларка равен нулю, поскольку его голос не влияет на исход голосования и выбор между альтернативами.

Чтобы понять, почему налог Кларка иногда называют налогом, стимулирующим честность, посмотрим, что произойдет в случае искажения индивидами своих предпочтений.

Если индивид 1 завысит свою оценку полезности от библиотеки, результат голосования и налог Кларка никак не изменятся. Напротив, если он будет вести себя как "заяц" и заявит, что библиотека не принесет ему никакой пользы, будет выбрана иная альтернатива - строительство спортзала. "Заяц" будет наказан тем, что в итоге не получит никакой выгоды (полезность спортзала для него равна нулю), точнее говоря, упустит шанс увеличить свою выгоду на 10 тыс. р.

Если индивид 3, чувствуя, что он в меньшинстве, решит ввести в заблуждение своих соседей и завысит оценку своей выгоды от строительства спортзала до 30 тыс. р., спортзал действительно будет построен. Но налог Кларка для третьего жителя составит 25 тыс. р. (потерянная выгода первых двух индивидов), что больше, чем его истинные выгоды от строительства спортзала (20 тыс. р.). Таким образом, налог Кларка делает невыгодным обман и искажение предпочтений - либо это искажение никак не повлияет на результат голосования и величину налога, либо приведет к снижению выгоды "непорядочного" гражданина.

Итак, казалось бы, мы достигли своей первоначальной цели - каждый индивид понимает, что выявление его истинных предпочтений имеет значение и оказывает влияние на остальных жителей сообщества и налоговые обязательства самого индивида. Но решили ли мы проблему "зайцев"? Ответ, к сожалению, будет отрицательным по целому ряду причин.

1. Индивиды в ходе голосования могут формировать коалиции, что будет препятствовать или даже сделает невозможным выявление истинных предпочтений. Более того, мы опирались на предположение о желании всех индивидов принять участие в голосовании. Однако при наличии большого числа голосующих часть индивидов сочтет, что их личные выгоды от участия в голосовании несоизмеримы с затратами на участие в нем (например, на получение подробной информации об альтернативах и т. п.), и вообще откажется голосовать..

2. Предположение, что решения относительно потребления частных и общественных благ можно рассматривать как независимые, не соблюдается на практике.

3. Нет никаких гарантий, что индивиды имеют материальную возможность заплатить налог Кларка, если он будет на них возложен.

4. И наконец, главный, как теоретический, так и практический, аргумент против использования налога Кларка. Выше были сформулированы три критерия, которым должны отвечать механизмы решения проблемы "зайцев". Первым двум из них - общественное благо должно предоставляться в парето-эффективном объеме и выявление истинных предпочтений должно быть в интересах самих индивидов - схема действия налога Кларка соответствует (если, конечно, не принимать во внимание три предыдущих пункта). Но налог Кларка не согласуется с критерием сбалансированности расходов на общественное благо с уровнем налоговых изъятий. Собственно расходы покрываются за счет подушного налога, равного стоимости предоставления общественного блага, деленной на число жителей. Сборы по налогу Кларка создают бюджетный профицит, причем эти "лишние" деньги нельзя вернуть индивидам - это может привести к изменению их поведения.

Мы рассмотрели два возможных механизма решения проблемы "зайцев" - модель Линдаля и налог Кларка. В том и другом случае общественное благо предоставляется в парето-эффективном объеме. В ситуации равновесия по Линдалю бюджет сбалансирован (затраты на предоставление общественного блага равны налоговым сборам на эти цели), но индивиды не имеют стимулов к выявлению своих истинных предпочтений. Механизм действия налога Кларка решает проблему стимулирования, но приводит к постоянному бюджетному профициту. Как в отношении модели Линдаля, так относительно налога Кларка может быть высказано и много других практических возражений.

Итак, мы показали, что решения проблемы "зайцев" в рамках предложенных моделей не существует. В чем же их ценность? Как ни странно, но именно в этом выводе. Принципиальная невозможность "избавления" от "зайцев" приводит нас к выводу о необходимости вмешательства государства в предоставление и финансирование общественных благ. Принудительный характер налогообложения может быть оправдан выгодой индивидов от потребления общественного блага, которую они не могли бы получить при отсутствии государственного вмешательства.

Сразу же укажем, что ни одна из моделей не предлагает механизм, отвечающий одновременно трем критериям. Полное "избавление" от "зайцев", к сожалению, невозможно.

Автор ст.преподаватель каф.ЭТФиБУ О.А.Кочетова

empty