

В. А. ЯНЧУК

В МИРЕ МИКРОЭКОНОМИКИ

ЛЕКЦИИ, ТЕСТЫ, ЗАДАНИЯ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Репозиторий ВГУ

Печатается по решению научно-методического совета учреждения образования «Витебский государственный университет им. П. М. Машерова»

Автор: доцент кафедры экономической теории УО «ВГУ им. П.М. Машерова», кандидат экономических наук, доцент **В. А. Янчук**

Янчук В.А.

В мире микроэкономики: лекции, тесты, задания: Учеб. пособие / В.А. Янчук

В пособии дается представление о микроэкономике и ее теории, раскрываются законы, правила и принципы рационального поведения домашних хозяйств и фирм в условиях современной смешанной экономики.

Теоретические положения увязываются с экономической практикой. Учебный материал широко иллюстрируется рисунками, графиками, таблицами. В каждой главе приводятся определения понятий и терминов экономической теории, подводятся итоги, для контрольной проверки есть вопросы, тесты, смысловые задания и задачи. Даны ответы. Имеется словарь экономических понятий и терминов.

Для учителей общеобразовательных школ и преподавателей средних специальных и высших учебных заведений. Пособие может быть использовано учителями экономики для преподавания курса «Введение в экономику», темы «Человек в системе экономических отношений». Будет полезно для студентов вузов, учащихся старших классов, абитуриентов, всех тех, кто интересуется современной экономикой.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Предлагаемое вам пособие, уважаемый читатель, является продолжением и развитием уже изданной автором «Азбуки экономики». В ней речь идет об экономических азах, экономическом алфавите, если можно так выразиться. В самом деле, для того, чтобы научиться читать, надо вначале выучить и запомнить буквы, а затем уже складывать их в осмысленные слова и предложения. Так происходит и при изучении экономики, т.е. вы сможете понять самые элементарные экономические тексты только в том случае, если будете разбираться в экономических понятиях и терминах.

При этом предполагается также, что вы уже имеете представление об экономике вообще и ее основных системах. Особое внимание будет обращено на рыночную систему. Она, напомним, развивается по законам обмена эквивалентов и денежного обращения, спроса и предложения и т.д. «Живой водой» рыночной экономики является конкуренция, а продукция производится для продажи или обмена. Вместе с тем будем иметь в виду, что не вся современная экономика рыночная, как это довольно часто изображают авторы пособий и учебников по экономике. В ней функционируют еще нерыночный и смешанный сектора.

Надеюсь, уважаемый читатель, что Вас не стоит убеждать в необходимости изучения экономики, а, следовательно, — и экономической теории. По этому поводу лауреат Нобелевской премии по экономике П. Самуэльсон высказал такую мысль: «Человек, который систематически не изучал экономическую теорию, подобен глухому, пытающемуся дать свою оценку музыкальному произведению». Особенно важным знание экономики является для Беларуси, да и всех стран СНГ, поскольку в этих государствах современная экономика еще не сформирована. Поэтому каждому из нас, жителей нашей страны, важно знать, в каком направлении развивается наша экономика, и что даст такая трансформация отдельно взятому человеку.

В пособии, которое перед вами, речь идет главным образом о том, как рационализировать поведение домашних хозяйств и фирм — главных субъектов микроэкономики. При этом, как надеется автор, многие правила и законы рационального поведения, уважаемый читатель, смогут пригодиться и вам, независимо от того, кем вы станете по специальности. В жизни пригодится, естественно, далеко не все — реальная действительность намного богаче любой теории. Поэтому экономическую теорию надо постоянно совершенствовать.

Пособие состоит из четырех разделов и семи глав.

В первом разделе «Потребитель в современной экономике» две главы.

В первой главе раскрывается роль домашних хозяйств в современной экономике.

Во второй главе говорится о том, как покупатель делает свой выбор на рынке потребительских товаров.

Во втором разделе «Фирмы, их издержки и доходы» две главы.

В третьей главе речь идет о предпринимательской деятельности и ее формах, различных видах фирм, факторах производства и производственных функциях.

В четвертой главе рассматриваются классификации издержек и доходов фирм, а также определяются показатели их рентабельности.

В третьем разделе «Фирма на рынках потребительских товаров и ресурсов» две главы.

В пятой главе описываются модели рационального поведения фирм на рынках совершенной и несовершенной конкуренции.

В шестой главе выясняются особенности различных рынков ресурсов. Дается представление о том, как фирмы приобретают ресурсы, используют их для производства товаров и добиваются получения доходов.

В третьем разделе «Фирмы и государство» одна глава.

В седьмой главе, последней в пособии, описывается система управления фирмой. Много места отведено менеджменту и маркетингу, особое внимание уделено роли государства в деятельности фирмы, выясняются методы государственного управления и регулирования на уровне микроэкономики.

В пособии широко представлены рисунки, графики, таблицы, схемы, способствующие более глубокому усвоению материала.

По окончании каждой главы выделяется главное, дается перечень основных понятий и терминов экономической теории, приводятся вопросы, тесты, смысловые задания и задачи. В конце пособия имеется словарь экономических понятий и терминов.

Разобраться в преимуществах и недостатках различных экономических систем, в том числе и современных, непросто, но любая дорога начинается с первого шага.

РАЗДЕЛ I

ПОТРЕБИТЕЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ

- Выясняются роль, функции, структура и показатели домашнего хозяйства в современной экономике.
- Рассматривается модель рационального поведения потребителя на рынке товаров.
- Выводятся правила достижения оптимума рациональным потребителем.
- Дается представление об эффектах замены и дохода.
- Рассматриваются такие категории микроэкономики, как «благосостояние потребителя» и «выигрыш потребителя».

ГЛАВА I

ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В ЭТОЙ ГЛАВЕ

- Говорится о том, что такое домашнее хозяйство и какие функции оно выполняет.
- Описывается структура домашнего хозяйства и раскрывается его роль в современной экономике.
- Дается представление о таких показателях деятельности домашнего хозяйства, как семейный и минимальный потребительский бюджеты.
- Для иллюстрации распределения национального дохода между домашними хозяйствами используется графическая модель, получившая название «лука» (кривой) Лоренца.

1.1. ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО И ЕГО ФУНКЦИИ

Под домашним хозяйством впредь будем подразумевать хозяйство, которое ведет семья или отдельный индивид. В рыночной экономике, как об этом наглядно свидетельствует рис. 1.1, оно играет первостепенную роль.

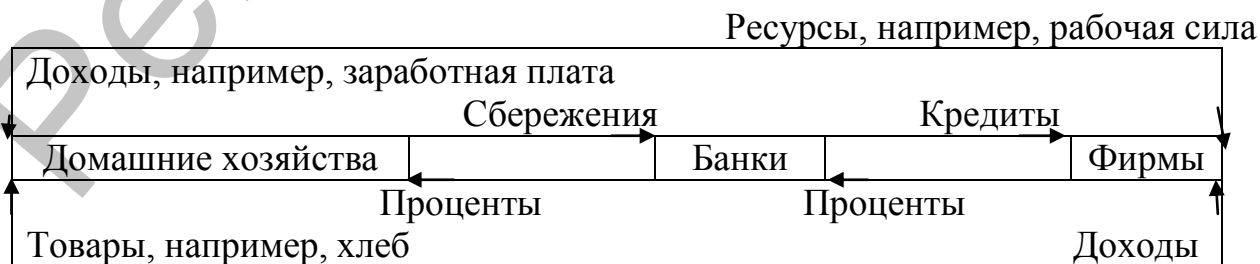


Рис. 1.1. Схема кругооборота домашних хозяйств с фирмами и банками

Кроме того, именно домашние хозяйства «замыкают» кругооборот в рыночной экономике (рис. 1.2). Он, напомним, состоит из четырех стадий: производства (П), распределения (Р), обмена (О) и потребления (С) продукции. Цифры же на рисунке показывают номер года.

У читателя при виде очередного рисунка может возникнуть законный вопрос: почему экономический кругооборот показан в виде расширяющейся спирали? Таким образом, автор старается показать возрастающие из года в год масштабы производства и потребления продукции. Зачем надо увеличивать объем производства, тоже понятно. Без этого невозможно увеличить размер потребления продукции.

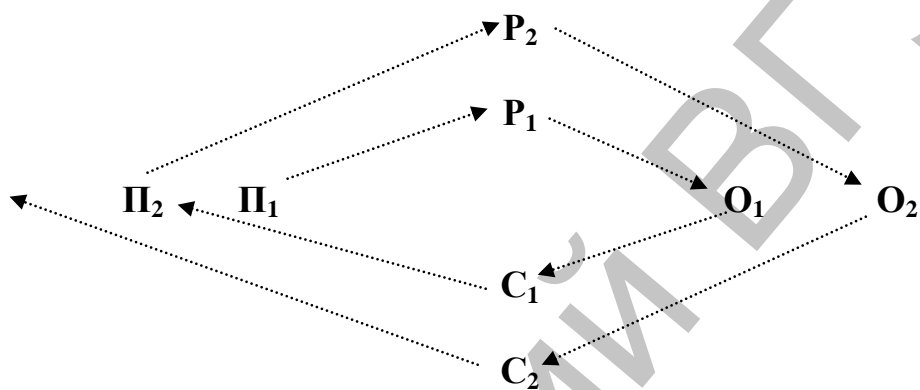


Рис. 1.2. Расширяющаяся спираль кругооборота в экономике

Семья, по своей сути, является конечным потребителем продукции, производимой различными фирмами. И при этом неважно, о какой экономике идет речь: рыночной или нет. Человек поэтому и организует производство продукции, затем распределяет ее, обменивает, чтобы, в конце концов, ее потребить и тем самым удовлетворить свои потребности.

Нередко такие понятия, как «домашнее хозяйство» и «семейное хозяйство» отождествляют. В действительности это не совсем так. Понятие «домашнее хозяйство» по своему объему более широкое, нежели «семейное хозяйство» (рис. 1.3). Дело в том, что вести хозяйство может не только семья, но и отдельный человек. В нашем обществе, к сожалению, немало людей так и нашли своего семейного счастья, однако многим из них все-таки приходится готовить еду, стирать белье, мыть полы и т.д.

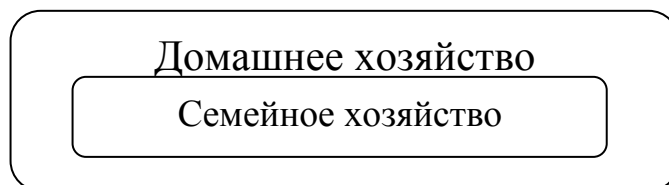


Рис. 1.3. Соотношение объемов понятий «домашнее хозяйство» и «семейное хозяйство»

С учетом того, что в рыночной экономике каждый индивид должен стараться вести себя рационально, можно дать и более широкое определение *домашнего хозяйства*. Это элементарная экономическая ячейка общества в составе одного человека или нескольких членов семьи, собственников ресурсов производства, стремящихся максимизировать удовлетворение потребностей. При этом *под ресурсами* будем подразумевать любое благо, которое может быть использовано в производстве продукции, например, способности к труду, ткань. *Под фактором же производства* будем понимать ресурс, непосредственно используемый в процессе производства продукции. Почему такая оговорка? Дело в том, что не каждый ресурс превращается в фактор производства, например, станок на складе — ресурс, но пока не фактор производства.

Какие функции выполняют домашние хозяйства в современной экономике?

Главная функция домашнего хозяйства, естественно, **репродуктивная**. Ее еще называют функцией деторождения и воспроизводства населения. В Беларуси, к примеру, на 1 января 2003 г. насчитывалось 9 млн. 904. Тys. человек.

Вторая функция домашнего хозяйства тесно связана с первой и состоит в том, что именно в семье, главным образом, **воспроизводится важнейший экономический ресурс** — *рабочая сила*, или физические и интеллектуальные способности человека к производительной деятельности. В начале 2003 г. у нас в стране экономически активное население составляло 4 млн. 530 тыс. человек, или 45,7% всех жителей. Кроме того, в распоряжении или во владении некоторых семей находятся средства производства, например, станки, оборудование.

На рынках ресурсов домашние хозяйства их продают и получают за это соответствующие доходы: наемные работники — заработную плату, предприниматели — прибыль, владельцы земли, если они, разумеется, сдают ее в аренду, — арендную плату, включая ренту, собственники средств производства — процент.

Фирмы, в свою очередь, выступают на рынках ресурсов в качестве покупателей. При этом *завяжем узелок на память* и обратим внимание на то обстоятельство, что доходы домашних хозяйств в то же время являются расходами фирм и равны по величине. Это значит, что в рыночной экономике действует **закон равенства доходов и расходов**. Вам непонятно, о чем идет речь? Тогда приведем такой пример. Предположим, что в магазине вы купили продукции на 20 тыс. руб. Для вас эта сумма денег означает величину потребительских расходов, а магазин же получил, благодаря вашей покупке, 20 тыс. руб. дохода.

Третья функция домашних хозяйств состоит в том, что для фирм они являются еще **источником денежных средств** (рис. 1.1). Каким образом?

Полученные от продажи ресурсов доходы домашних хозяйств могут использовать двояким способом. Большая их часть, естественно, предназначена для приобретения потребительских товаров, она составляет так называемые потребительские расходы (С). Оставшаяся часть доходов и образует сбережения (S). Располагаемый доход (РД), говоря другими словами, подразделяется на потребительские расходы и сбережения:

$$РД = С + S. \quad (1.1)$$

Люди сберегают деньги по-разному. Некоторые граждане хранят их дома, как Плюшкин. Пользы от такого сбережения денег нет ни себе, ни другим людям. Го-

раздо лучше положить деньги на вклад в коммерческий банк. Выгода в этом случае будет двойная. Во-первых, сам вкладчик получит доход в виде процента. А во-вторых, коммерческий банк сможет превратить сбережения граждан в кредитные ресурсы для фирм. Деньги, используемые для получения дохода, превращаются в капитал. В связи с этим *завяжем еще один узелок на память*: деньги, лежащие мертвым грузом, — не капитал, поскольку не приносят дохода.

Четвертая функция домашних хозяйств заключена в том, что **они покупают произведенные для них специально потребительские товары и, следовательно, являются потребителем № 1**. Почему потребителем № 1, но не единственным? Дело в том, что продукцию фирм покупают и потребляют не только домашние хозяйства, но и другие фирмы, государственные организации и учреждения.

Внимательный читатель на рис. 1.1 обнаружит, по меньшей мере, два недостатка. Во-первых, в нем не отражена социально-экономическая роль государства, однако при этом будем иметь в виду, что об это пойдет подробный разговор в курсе «В мире макроэкономики». А во-вторых, в домашних хозяйствах происходит не только потребление на рынке потребительских товаров, например, хлебобулочных изделий, но и имеет место производство предметов потребления и средств производства.

1.2. СТРУКТУРА ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ

Структура домашних хозяйств состоит, как минимум, из трех элементов:

1. Потребления продукции, приобретенной на рынке, например, одежды.
2. Производства предметов потребления из продукции, купленной на рынке, например, из муки, фарша, соли и т.п. можно изготовить пельмени.
3. Производства предметов потребления из продукции домашних хозяйств. В землепользовании домашних хозяйств в Беларуси находится 1,3 млн. га земли, или 15% от всех пахотных земельных угодий. В стране насчитывается 1 млн. 265 тыс. личных подсобных хозяйств. В той или иной мере в них задействована почти половина взрослого населения. В подсобных хозяйствах производят 32% молока, 26% мяса, почти 90% картофеля, 80% овощей, ягод и фруктов.

С течением времени структура домашних хозяйств меняется коренным образом. В годы экономических кризисов роль подсобных хозяйств существенно возрастает, т.е. происходит массовое «окрестьянивание» населения, в том числе служителей науки, учителей, врачей и представителей многих других профессий. Инфляция и низкая покупательная способность заработной платы порождают натурализацию домашних хозяйств. Многие начинают производить продовольственную продукцию собственными силами. Это, в свою очередь, вызывает целый ряд негативных последствий: профессиональную деградацию, снижение экономической эффективности, торможение социального и экономического прогресса. Всерьез же говорить об экономической эффективности подсобных хозяйств вряд ли приходится.

Весьма грубо эффективность домашних хозяйств, основанных на использовании земельных участков, можно оценить по следующей формуле:

$$\text{Эдх} = Q \cdot P / Z \cdot IP, \quad (1.2)$$

где Эдх — показатель экономической эффективности домашних хозяйств; Q — количество произведенной продукции; P — рыночная цена единицы произведенной продукции; Z — стоимость ресурсов, используемых для производства продукции; IP — индекс цен на применяемые в производстве ресурсы.

Попробуем оценить экономическую эффективность подсобного хозяйства на конкретном примере. Предположим, что на земельном участке было произведено 20 мешков картофеля, каждый из которых можно продать по 30 тыс. руб. Выручка, следовательно, составит 600 тыс. руб. (20 м • 30 тыс. руб.). Стоит ли овчинка выделки? Для ответа на этот вопрос надо рассчитать затраты на производство картофеля. Пусть их структура была такова: семенной картофель — 100 тыс., удобрения 80 тыс., плата за землю — 120 тыс., транспортные расходы 150 тыс., упущенная возможность получить заработную плату — 550 тыс. руб. Предположим также, что цены на использованные за период производства картофеля ресурсы выросли на 5%. Какова в таком случае будет экономическая эффективность производства картофеля?

Для ответа на этот вопрос подставляем данные задачи в формулу 1.2: Эдх = 600 тыс. руб. / 1000 тыс. руб. • 1.05 ≈ 0,57.

Вывод: овчинка выделки не стоила, так как затраты на производство картофеля оказались выше полученной от его реализации выручки.

Причины низкой эффективности подсобных хозяйств лежат на поверхности. Во-первых, они представляют, как правило, много продуктовые хозяйства. В самом деле, что только не выращивают на относительно небольшом участке земли: и картофель, и лук, и помидоры... Во-вторых, отметим низкий уровень вооруженности труда современными средствами производства. В-третьих, укажем на недостаточную профессиональную подготовку любителей-производителей продукции. В-четвертых, заметим и неоптимальные размеры площадей земельных участков. Можно приводить и другие аргументы в пользу нерациональной деятельности в подсобных хозяйствах, но не в них суть. Массовое «окрестьянивание» населения на просторах СНГ объясняется, прежде всего, неуверенностью в завтрашнем дне, правилом «лучше синица в руках, чем журавль в небе».

Однако, конечно, не все так мрачно, как кажется на первый экономический взгляд. Владение земельными участками имеет и положительные стороны: близость к природе, возможность отдохнуть и т.д.

О том, насколько рациональным является поведение домашних хозяйств в целом, дают представление такие показатели, как семейный и минимальный потребительский бюджеты и прожиточный минимум.

1.3. СЕМЕЙНЫЙ И МИНИМАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ БЮДЖЕТЫ. ПРОЖИТОЧНЫЙ МИНИМУМ

Под семейным бюджетом подразумевается баланс доходов и расходов семьи. Это своеобразный финансовый семейный «бассейн» с двумя трубами (рис. 1.4). В одну из них он наливается, заполняется доходами, а через вторую выливается, по-

скольку доходы превращаются в расходы на приобретение потребительских товаров.

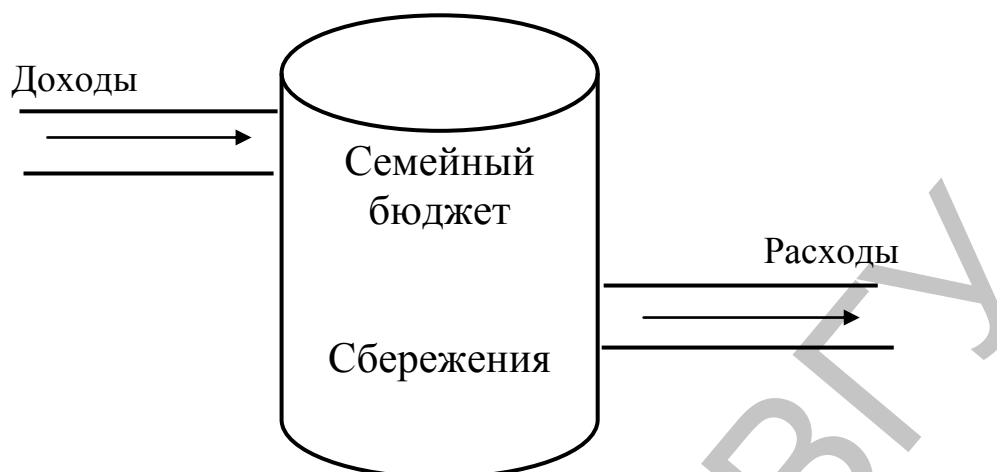


Рис. 1.4. Модель финансового «бассейна» семьи

Семейный бюджет дает достаточно полное представление об эффективности ведения домашнего хозяйства. Различают три его вида: сбалансированный, дефицитный и избыточный (профицитный). В первом случае расходы равны доходам. Во втором — расходы превышают доходы, если, например, семья купила квартиру и «залезла» в долги. Профицитным же считается такой бюджет, когда доходы превышают расходы. Этот случай является наиболее благоприятным для граждан, так как у домашних хозяйств появляется возможность сберечь часть доходов и превращать их в кредитные ресурсы банков. В таком случае деньги граждан «работают» не только на них самих, но и на фирмы, и на государство.

Под доходами семей будем подразумевать сумму денежных и материальных благ, полученных домашними хозяйствами за определенный период времени, например, за месяц. Доходы, как видно из определения, могут существовать не только в денежной, но и в натуральной форме, например, в виде овощей, произведенных на приусадебном земельном участке.

Более полное представление о структуре доходов и расходов домашних хозяйств дает таблица 1.1.

Основным источником доходов, очевидно, у большинства жителей нашей республики является заработная плата, но в последнее время в Беларуси и в России существенно возросли поступления от предпринимательской деятельности. Это говорит о том, что в обществе быстро формируется слой экономически активного населения, который сам зарабатывает себе на жизнь. Главное, чтобы при этом эта деятельность была законной и приносила бы пользу не только отдельному человеку, но и обществу в целом.

Велика еще в семейном бюджете, как видно из таблицы, доля социальных трансфертов, или поступлений из государственного бюджета в виде стипендий, пенсий, пособий и т.д. Значительным является удельный вес льготных услуг, которые, по существу, тоже являются пособиями. Имеются в виду бесплатный и льготный

проезд в общественном транспорте, льготы на жилищно-коммунальные услуги, приобретение лекарств и т.д. Мало кто будет оспаривать необходимость в достаточной поддержке социально слабых слоев населения, но очевидно и другое: во-первых, такая поддержка должна быть, если такое возможно, разумеется, адресной, а во-вторых, — эффективной.

Таблица 1.1. Примерная структура месячного семейного бюджета, в %

№	Доходы	%	№	Предполагаемые расходы	%
1	Заработная плата	50	1	Налоги и др. обязательные платежи, например, подоходный налог	6
2	Доходы от предпринимательства	20	2	Питание	50
3	Социальные трансферты, например, стипендии, пособия	18	3	Одежда, белье, обувь	15
4	От подсобного хозяйства	6	4	Предметы культурно-бытового и хозяйственного назначения	6
5	От ценных бумаг, например, дивиденды	0,5	5	Оплата жилья и коммунальных услуг	5
6	Проценты на депозиты в коммерческих банках	1	6	Бытовые услуги, транспорт и связь	5
7	От недвижимости, например, арендная плата	0,5	7	Предметы санитарии, гигиены, лекарства	2
8	Прочие доходы	4		Прочие расходы	11
	Итого	100		Итого	100

Предоставление льгот наиболее незащищенным категориям граждан — важнейшая составляющая государственной социальной политики. Нуждаются в поддержке со стороны государства в Беларуси ветераны войны и труда, инвалиды, чернобыльцы, многодетные семьи и др. Для большинства из них компенсации расходов на транспорт, лечение, жилищно-коммунальные услуги зачастую не просто помощь, а непереносимое условие выживания. Вместе с тем подход к вопросу о льготах должен быть разумным. Немало людей в состоянии оплатить жилищно-коммунальные, транспортные и др. услуги.

В последние годы заметно возросла роль использования различных объектов собственности граждан для получения доходов, например, от сдачи в аренду жилых помещений, гаражей и т.д.

Вместе с тем пока еще явно недостаточен удельный вес доходов населения от ценных бумаг и депозитов в коммерческих банках, что главным образом объясняется недостаточным развитием рынка ценных бумаг и недоверием населения к банков-

ской системе вообще. Еще не стерлось в памяти ограбление советских вкладчиков, у которых вклады превратились в пустые бумажки.

Другой составной частью семейного бюджета являются расходы. Наибольший удельный вес в них занимают затраты на питание, одежду, белье, обувь, но явно недостаточно денег расходуется на приобретение предметов культурно-бытового и хозяйственного назначения.

Вторым показателем, характеризующим ведение домашнего хозяйства, является *минимальный потребительский бюджет (МПБ)*. Он представляет собой расходы семьи на приобретение наборов потребительских товаров и услуг для удовлетворения основных физиологических и социально-культурных потребностей человека.

МПБ разрабатывается для различных социально-демографических групп: в среднем на душу населения и на одного члена семьи различного состава. В Республике Беларусь стандартная величина МПБ рассчитывается один раз в квартал в средних ценах последнего месяца квартала. Структура МПБ, принятая с 1 ноября 2007 г. по январь 2008 г., представлена в таблице 1.2. В основе определения МПБ лежит так называемая *потребительская «корзина» (ПК)*. Это научно обоснованный сбалансированный набор товаров и услуг, которые удовлетворяют потребности человека.

Таблица 1.2. Структура МПБ для различных социально-демографических групп населения Беларуси с 1 ноября 2007 г. по январь 2008 г.; в %

Социально-демографические группы	Питание	Одежда, белье, обувь	Предметы культ.-быт. и хоз. назначения	Предметы санитарии, и гигиены, лекарства	Оплата жилья и коммунал. услуги	Быт. услуги, транспорт, связь
Семья из 4-х человек	48,8	19,5	6,6	1,8	10,5	8,3
Мужч. трудоспособного возраста	40,8	14,6	8,6	1,8	17,0	11,9
Женщ. трудоспособного возраста	35,6	19,0	9,1	1,8	16,7	12,7
Молодая семья с двумя детьми	45,5	21,8	7,6	1,9	11,1	6,9

Ниже приводятся данные по минимальным потребительским бюджетам для различных социально-демографических групп населения, выраженные в денежных величинах (таблица 1.3).

Таблица 1.3. Минимальные потребительские бюджеты для социально-демографических групп населения в Беларуси с 1 ноября 2007 г. по январь 2008 г.

№	Минимальные потребительские бюджеты в средних ценах марта 2005 года в расчете на месяц для:	В руб.
1	Семьи из четырех человек	289110
2	Мужчины трудоспособного возраста	350090
3	Женщины трудоспособного возраста	354870
4	Молодой семьи с одним ребенком	273190

Представление о том, как выглядит структура потребительской «корзины» для семьи из четырех человек, состоящей из супругов в трудоспособном возрасте, мальчика 13-ти лет и девочки 7-лет, дает таблица 1.4.

Таблица 1.4. Состав годовой потребительской «корзины» семьи из четырех человек по питанию в Республике Беларусь

№	Продукция
1	Хлеб и хлебобродуки
2	Картофель, фрукты, овощи
3	Мясо и мясопродукты
4	Молоко и молочные продукты
5	Рыба и рыбопродукты
6	Яйца
7	Растительные и прочие жиры
8	Сахар и кондитерские изделия
9	Чай
10	Соль

«Ну и что, — спросите Вы, — плох он или хорош этот самый ИПБ»? Да и вообще, какой должна быть структура расходов семьи? Оптимум структуры расходов определить не так-то просто, но про его прогрессивные изменения сказать можно.

Во второй половине 19 века прусский статистик Эрнст Энгель (1821 — 1896 гг.) сформулировал правило, согласно которому *с ростом доходов семьи уменьшается удельный вес расходов на питание, доля расходов на одежду, жилищно-коммунальные услуги практически не меняется, а доля расходов на предметы роскоши увеличивается*. Это правило в дальнейшем получило название **закона Энгеля**.

В таблице 1.5 приводятся данные по структуре расходов семьи горожан в некоторых высокоразвитых странах в начале XXI-го века.

А теперь, давайте, сравним приведенные данные со структурой МПБ для различных социально-демографических групп населения Республики Беларусь (таблица 1.2). Нетрудно заметить, что удельный вес расходов на питание в Беларуси в три с

лишним разра превышает аналогичные расходы в названных странах. Похожая картина наблюдается и в России, и на Украине. Однако в высокоразвитых странах существенно выше затраты на транспорт и связь и на содержание жилья.

Таблица 1.5. Примерная структура расходов семей горожан Швеции, Японии и США, в %

Страна	Питание	Одежда, обувь	Жилье	Транспорт, связь	Обучение, лечение	Прочие расходы
Швеция	16	7	31	19	3	24
Япония	15	6	24	10	15	30
США	10	6	26	13	18	27

На основе МПБ рассчитывается бюджет прожиточного минимума (БПМ). В Беларуси, к слову скажем, в 1998 г. был принят закон «О прожиточном минимуме». Согласно этому закону *прожиточный минимум* представляет собой минимальный набор материальных благ и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности человека и сохранения его здоровья. Прожиточный минимум используется для расчета бюджета прожиточного минимума. Это стоимостная величина прожиточного минимума, а также обязательные платежи и взносы.

В бюджет прожиточного минимума входят затраты на:

- 1) продукты питания, одежду, обувь, предметы общесемейного пользования;
- 2) лекарства, предметы санитарии и гигиены;
- 3) жилищно-коммунальные, бытовые и транспортные услуги;
- 4) услуги дошкольных учреждений.

Бюджет прожиточного минимума, как социальный норматив, предназначается для:

- анализа и прогнозирования уровня жизни населения;
- оказания государственной социальной помощи малообеспеченным гражданам (семьям);
- обоснования минимальных государственных социально-трудовых гарантий. Так, например, с нанимателей удерживаются суммы по погашению задолженности по выплате заработной платы, соответствующие 1,5 размера бюджета прожиточного минимума;
- отнесения граждан к малоимущим группам населения, находящимся за «чертой бедности». Эта черта определяется как 60% среднедушевого минимального потребительского бюджета семьи из 4-х человек за предшествующий квартал.

Бюджет прожиточного минимума в ценах марта 2005 г., например, в расчете за месяц выглядел следующим образом: в среднем на душу населения — 139230 руб., для трудоспособного населения — 151690 руб., для пенсионеров — 121570 руб.

От минимального уровня потребления следует отличать *физиологический минимум потребления*, который необходим для физического существования человека.

Степень благосостояния семьи и отдельного человека оценивается такими показателями, как уровень и качество жизни.

1.4. УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ. «ЛУК» ЛОРЕНЦА

Уровень жизни — это степень обеспеченности населения материальными и духовными благами в соответствии со сложившимися потребностями. При этом будем исходить из того, что именно потребности являются побудительным мотивом экономической деятельности человека.

Для оценки уровня жизни, как правило, используется совокупность показателей: величина реальных доходов, потребление основных продуктов питания на душу населения, обеспеченность промышленными товарами (обычно в расчете на 100 семей), структура потребления, продолжительность рабочего времени, величина свободного времени и его структура, уровень развития социальной сферы и др.

Среди названных показателей важнейшим является показатель *реальных доходов населения*. В свою очередь динамика реальных доходов определяется следующими показателями: уровнем заработной платы во всех сферах народного хозяйства, размером доходов от предпринимательской деятельности и личного подсобного хозяйства, величиной выплат из общественных фондов потребления (социальных трансфертов), налоговой политикой государства, уровнем инфляции.

Среди показателей уровня жизни выделяют интегральные показатели. К ним, прежде всего, относят объем потребляемых благ и услуг и распределение населения по уровню доходов.

Различают функциональное (факторное) и вертикальное (персональное) распределение доходов. *Функциональным* считается распределение доходов по цене рабочей силы, в соответствии с предпринимательскими способностями и объектами собственности (землей, недвижимостью, ценными бумагами, сумой денег).

Вертикальное распределение доходов среди семей показывает степень неравенства в обществе. Разница доходов между семьями определяется разными методами. Один из них получил название «лука», или **кривой Лоренца**. Наглядное представление о нем дает рис. 1.5.

На рис. 1.5 на оси абсцисс нанесено количество семей (в процентах от общего числа), а на оси ординат — доля в доходе общества. Отрезок биссектрисы ОН характеризует абсолютное равенство в распределении доходов, а кривая Лоренца ОВН, напоминающая боевой лук, показывает фактическое отклонение от него. Заштрихованная часть рисунка показывает степень неравенства в распределении дохода общества. Так, например, на 60% семей приходится 20% дохода. Если бы фактическое распределение доходов было бы абсолютно одинаковым, то «лук» Лоренца бы исчез и превратился в биссектрису.

Для характеристики распределения дохода общества между семьями используется коэффициент Джини (Кдж). Он рассчитывается как отношение площади «лука» Лоренца ОВН (S_{овн}) к площади треугольника (S_{онм}):

$$\text{Кдж} = S_{\text{овн}} / S_{\text{онм}} . \quad (1.3)$$

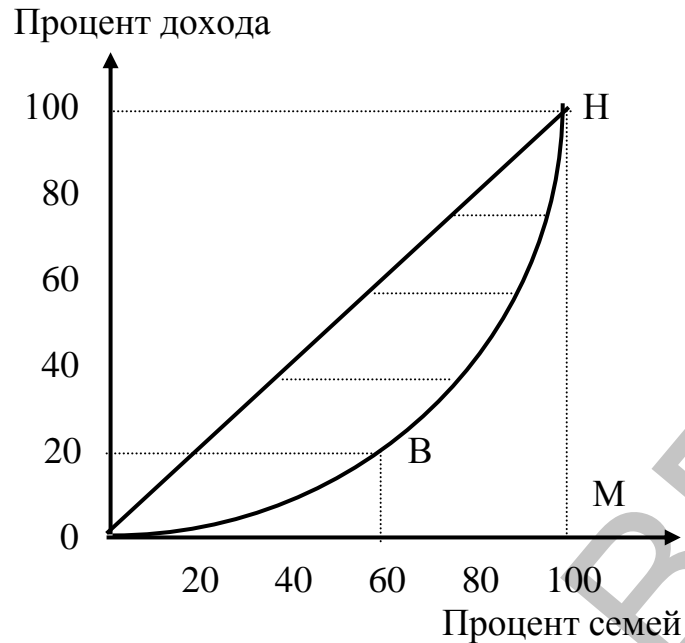


Рис. 1.5. «Лук» Лоренца

Из формулы ясно, что чем больше величина Кдж, тем больше и неравенство в распределении доходов населения в стране.

Для характеристики дифференциации доходов населения довольно часто используется децильный коэффициент, отношение между средними доходами 10% наиболее высокооплачиваемых граждан и средними доходам 10% наименее обеспеченных.

От уровня жизни следует отличать ее качество. К основным показателям качества жизни относятся: условия и безопасность труда, наличие и использование свободного времени; состояние экологии; здоровье и физическое развитие населения и др.

В ООН для оценки качества жизни населения используется такой показатель, как индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП). С его помощью определяется уровень развития страны с учетом, во-первых, ожидаемой продолжительности жизни, во-вторых, уровня образования, и, в-третьих, скорректированного реального дохода на душу населения. По данным доклада ООН за 2003 год, например, в первую десятку по ИРЧП входили следующие страны: 1. Норвегия; 2. Исландия; 3. Швеция; 4. Австралия; 5. Нидерланды; 6. Бельгия; 7. США; 8. Канада; 9. Япония; 10. Швейцария. Республики же бывшего СССР, включая, естественно, Беларусь, занимали такие места: 41. Эстония... 45. Литва... 50. Латвия... 53. Беларусь... 63. Россия ... 75. Украина; 76. Казахстан ... 87. Туркменистан; 88. Грузия; 89. Азербайджан ... 100. Армения; 101. Узбекистан; 102. Кыргызстан ... 108. Молдова ... 113. Таджикистан. При этом особо отметим, что Беларусь вошла в группу высокоразвитых стран.

Уровень жизни отдельного физического лица или семьи в условиях современной экономики зависит главным образом от того, насколько эффективно домашнее хозяйство использует принадлежащие ему ограниченные ресурсы, как делает выбор. Обо всем этом речь пойдет уже в следующей главе.

1.5. ВЫДЕЛИМ ГЛАВНОЕ

◆ *Домашнее хозяйство* — это элементарная экономическая ячейка общества в составе одного человека или нескольких членов семьи, собственников ресурсов производства, стремящихся максимизировать удовлетворение потребностей.

◆ *Основными функциями домашних хозяйств являются:* воспроизводство населения и рабочей силы, предоставление сбережений коммерческим банкам; приобретение товаров и услуг на потребительском рынке.

◆ *Экономическая структура домашних хозяйств состоит из следующих элементов:* потребления, купленных на потребительском рынке, товаров и услуг; производства предметов потребления из средств производства, приобретенных на рынке; производства средств производства и предметов потребления непосредственно в домашних хозяйствах.

◆ Основными показателями, характеризующими домашние хозяйства, являются семейный и минимальный потребительский бюджеты, прожиточный минимум.

Семейный бюджет — это баланс доходов и расходов домашнего хозяйства. Различают сбалансированный, дефицитный и профицитный семейные бюджеты. Доходы семей формируются из денежных средств и материальных благ.

Минимальный потребительский бюджет (МПБ) представляет собой расходы семьи на приобретение наборов потребительских товаров и услуг для удовлетворения основных физиологических и социальных потребностей человека. Согласно **правилу Энгеля** с ростом доходов семьи уменьшается удельный вес расходов на питание, доля расходов на одежду, жилищно-коммунальные услуги практически не меняется, а доля расходов на удовлетворение культурных и иных нематериальных потребностей растет.

Прожиточный минимум — это минимальный набор материальных благ и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности человека и сохранения его здоровья. *Бюджет прожиточного минимума* — это стоимостная величина прожиточного минимума, а также обязательные платежи и взносы.

◆ Степень благосостояния населения оценивается показателями уровня и качества жизни. *Уровень жизни* — это степень обеспеченности населения материальными и духовными благами, в соответствии со сложившимися потребностями.

Различают функциональное и вертикальное распределение доходов. *Функциональное (факторное)* распределение доходов предполагает распределение доходов по цене рабочей силы, в соответствии с предпринимательскими способностями и объектами собственности. *Вертикальное распределение доходов среди семей* показывает степень неравенства в получении доходов в стране. Для анализа различий семей в доходах используется модель «лук» (**кривая**) **Лоренца**.

Для оценки *качества жизни* населения, ООН использует, главным образом, показатель ИРЧП. Он рассчитывается с учетом средней продолжительности жизни, уровня образования и скорректированного реального дохода на душу населения.

1.6. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Домашнее хозяйство. Семейный бюджет. Минимальный потребительский бюджет. Прожиточный минимум. Бюджет прожиточного минимума. Уровень жизни. «Лук» Лоренца. Качество жизни.

1.7. ПРОВЕРИМ СЕБЯ

Ответим на вопросы

1. Какова экономическая роль домашнего хозяйства в рыночной экономике?
2. Каковы достоинства и недостатки подсобных хозяйств?
3. В чем состоит отличие минимального потребительского бюджета (МПБ) от бюджета прожиточного минимума (БПМ)?
4. Какое практическое значение имеют показатели МПБ и БПМ?
5. Что показывает модель «лук» Лоренца?

Выполним задания

1. Выделите функции домашнего хозяйства: 1) приготовление пищи дома; 2) транспортировка пассажиров; 3) выплавка стали; 4) покупка обуви.
2. По данным таблицы выделите сбалансированный, профицитный и дефицитный семейные бюджеты:

Доходы в месяц, в тыс. руб.	Семья			Расходы в месяц, в тыс. руб.	Семья		
	1	2	3		1	2	3
Заработная плата	450	600	900	Питание	450	450	450
Пенсии, пособия, дотации	150	150	150	Одежда, белье, обувь	120	225	150
Доходы от под- собного хозяйства	45	90	60	Оплата жилья и жилищно- коммунальных ус- луг	75	75	150
Прочие доходы	30	60	15	Прочие расходы	105	150	150

3. По правилу Энгеля с ростом доходов семьи удельный вес затрат на жилищно-коммунальные услуги в семейном бюджете:
 - а) практически не изменится; г) вырастет; в) уменьшится; г) такой связи нет.
4. Если ваш располагаемый доход составляет 400 тыс. руб. в месяц, а потребительские расходы равны 300 тыс. руб., то норма сбережения будет равна:
 - а) 15%; б) 20%; в) 25%; г) 30%.
5. Предположим, что треугольник абсолютно справедливого распределения доходов населения по площади в 4 раза больше «лука» Лоренца, тогда коэффициент Джини будет равен:

а) 0,1; б) 0,15; в) 0,2; 0,25.

1.8. ЛИТЕРАТУРА

1. Войтов А.Г. Экономика. Общий курс (Фундаментальная теория экономики): Учебник. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. — 1.1.4. Домохозяйства.
2. Микроэкономика: Учеб. пособие / Под ред. М.И. Плотницкого. — Мн.: Новое знание, 2003. — Глава 9. Домохозяйства в экономической системе.
3. Популярная экономическая энциклопедия / Гл. ред. А.Д. Некипелов. — М.: Большая Российская Энциклопедия, 2001. — Домохозяйство.
4. Экономика: Учебное пособие для старших классов общеобразовательных учреждений. — М.: Олимп: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 1999. — Главы 7 — 11.
5. Экономическая теория (политэкономия): Учебник / Под общей ред. акад. В.И. Видяпина, акад. Журавлевой. — М.: ИНФРА-М, 1999. — Глава 17.

ГЛАВА 2

ПОКУПАТЕЛЬ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

«Мы выбираем, нас выбирают.
Как это часто не совпадает».
(Слова из песни)

В ЭТОЙ ГЛАВЕ ВЫ УЗНАЕТЕ О ТОМ

- Как ведет себя рациональный покупатель на потребительском рынке.
- В чем заключается правило максимизации полезности.
- О чем говорит правило равной полезности наборов благ и что такое кривые безразличия.
- О бюджетных ограничениях потребителя.
- Что собой представляет эффект дохода и эффект замены.
- Как оценить благосостояние и выигрыш потребителя.

2.1. КАК ВЕДЕТ СЕБЯ РАЦИОНАЛЬНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ?

В условиях рынка все люди подразделяются на две группы: продавцов и покупателей. Их роли могут меняться местами, то есть покупатель может превратиться в продавца и наоборот. При этом существенно меняется и их поведение на рынке. О продавцах мы поговорим позднее. В данный же момент мы с вами попытаемся установить, каким образом ведет себя рациональный покупатель. И главное, что нас будет интересовать, это как он принимает решения. Схема принятия решения о покупке какого-либо товара предполагает выделение, по меньшей мере, четырех этапов: 1) осознание проблемы; 2) поиск информации о необходимой продукции; 3) оценка альтернатив; 4) принятие решения о покупке. При этом главное внимание уделим оценке альтернатив покупки продукции. Как ведет в этом случае рациональный покупатель? Он, очевидно, стремится потратить свой доход на потребительском рынке наилучшим образом. Но что это означает?

Чтобы ответить на этот вопрос вспомним о том, что каждый товар обладает тремя свойствами: полезностью, стоимостью и меновой стоимостью или ценой. *Под полезностью* будем подразумевать способность блага удовлетворять потребности индивида в процессе потребления. *Стоимость товара* — это затраты всех видов ресурсов на производство и реализацию продукции. Стоимость произведенной продукции в этом смысле придается раз и навсегда, — сколько на нее было затрачено, то стало, если так можно выразиться, ее экономической историей. Другое дело *цена товара* — это реализованная стоимость. Вот она-то по своей величине совсем не обязательно совпадает со стоимостью, что зависит от соотношения между спросом и предложением. Если, положим, на рынке предложено мороженого больше, чем нужно покупателю, то его цена за порцию будет равна не 400 руб., как его стоимость, а, допустим, 350 руб. Возможен и совсем печальный для продавца вариант, когда продукция вообще не нужна покупателю. В этом случае она рыночную цену так и не приобретет, и производитель-продавец выбросит деньги на ветер.

К различным свойствам товара продавцы и покупатели относятся неодинаково. Первых, прежде всего, интересует величина цены товара: чем она больше, тем лучше, так как от этого зависит доход от реализации продукции. Хотя во всем, конечно, надо знать меру.

Покупатель же в первую очередь обращает внимание на полезность товара, его потребительские свойства. Ведь за этим, собственно говоря, он на рынок и пришел. На основе сказанного можно уже сформулировать цель рационального покупателя — *потратит доход таким образом, чтобы полезность приобретаемой продукции была наибольшей*. Цена товара, не будем лукавить, для покупателей тоже имеет значение, но в данном случае мы от этой проблемы абстрагируемся.

Итак, цель рационального покупателя определена — *максимизация полезности приобретаемого товара, или набора товаров*. Но как ее достичь? Ответить на этот вопрос не так-то просто. Прежде, чем выяснить суть методики измерения полезности, выделим две группы товаров: однородные и разнородные. Первые друг от друга, предполагается, ничем не отличаются, как близнецы-братья, возьмем, к примеру, два совершенно одинаковых яблока. Что же касается вторых, то их, в свою очередь, тоже можно разделить на две группы. Первые могут быть разными, но удовлетворяют одинаковые потребности человека, например, из Минска в Москву можно добраться и поездом, и автобусом, и самолетом. Вторые предназначены для удовлетворения различных потребностей, например, в жилье, в одежде.

В 19 веке известными экономистами Г. Госсеном (1910—1859), У.С. Джевонсом (1835—1882) и др. были сформулированы правила измерения полезности товаров. Большой вклад в теорию измерения полезности внесли в конце 19 — начале 20 вв. представители австрийской школы К. Менгер (1840—1921) и Е. Бем-Баверк (1851—1919). В основу их теории была положена идея, согласно которой ценность товара определяется их полезностью для потребителя. Данный подход принципиально отличается от представлений классической школы, согласно которым стоимость товара определяется затратами труда. В теории же полезности приоритет отдается оценке конечного результата.

Центральным понятием теории полезности, естественно, является *полезность*. Под ней понимают удовлетворение, которое приносит благо потребителю. Полезность конкретного блага покупателя оценивают по-разному, например, ручка для студента ценнее, нежели для повара в столовой. Кому-то больше нравится молоко, а кому-то — чай. И тем не менее можно вывести и общие правила измерения полезности блага. При этом также будем иметь в виду, что полезность однородных и разнородных товаров измеряется разными методами. Но обо все по порядку.

Для измерения полезности однородных товаров используется метод, получивший название *количественного или кардиналистского* (англ. cardinal — количественный). В его основе лежат три правила.

Первое правило состоит в том, что по мере потребления однородного блага потребность человека насыщается, достигает максимума и затем уменьшается. Так, например, для полного удовлетворения жажды потребляется три стакана апельсинового сока. Вполне разумное правило, хотя число стаканов с соком, необходимых для утоления жажды, у различных людей может существенно отличаться.

Согласно **второму правилу** полезность (англ. *utility*), которую приносит человеку потребление каждой последующей единицы однородного блага, имеет тенденцию к уменьшению. Вот оно, пожалуй, требует комментариев и уточнения: в самом деле, неужели, уважаемый читатель, всегда первая ложка с супом полезнее второй? А если вы еще не распробовали? В этой ситуации, вернее сказать, полезность ложек с супом вначале возрастает, достигает максимума, а затем уменьшается. Другое дело, если в качестве примера берутся сигареты. Ясно, что полезность второй для курильщика меньше, чем первой, но ведь и первая уже вредна для здоровья

Таким образом, с учетом уточнения **второе правило** можно сформулировать следующим образом: *по мере потребления однородного блага его полезность возрастает до максимума, а затем начинает снижаться*. Завяжем на память очередной узелок.

Осталось определить **третье правило**. Суть его состоит в том, что полезность партии однородного товара определяется предельной полезностью, или полезностью последней единицы с положительной полезностью.

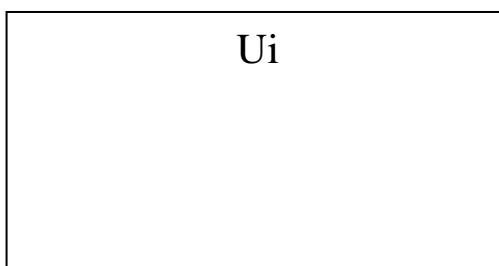
Динамика полезности потребляемого однородного блага может быть измерена следующими показателями: единичной полезностью или определенной по номеру единицы товара (U_i); общей полезностью или полезностью суммы благ (TU); предельной полезностью или полезностью последней единицы блага (MU).

Уточним сказанное на конкретном примере. Предположим, что некто Голубович может купить 6 бананов, полезность каждого из которых измеряется в баллах. Наша задача будет состоять в том, чтобы определить по данным таблицы 2.1 затраты Голубовича как рационального покупателя, которые он готов нести на приобретение бананов. Допустим также, что один балл полезности оценивается в 200 руб.

Таблица 2.1. Единичная (U_i), общая (TU) и предельная (MU) полезности бананов; в баллах

№ банана	U_i	Количество бананов	TU	MU
1	9	1	9	
2	12	2	21	
3	8	3	29	
4	3	4	32	3
5	0	5	32	
6	-2	6	30	

При этом будем иметь в виду одно обстоятельство. В учебной экономической литературе довольно часто вслед за западными авторами отождествляются такие понятия, как единичная полезность (U_i), полезность дополнительной единицы блага (U_d) и предельная полезность (MU). Такая методологическая неряшливость вряд ли оправдана, поскольку может привести к неверным выводам. Кроме того, названные понятия обладают разными объемами, и соотношение между ними может быть наглядно представлено следующим образом:



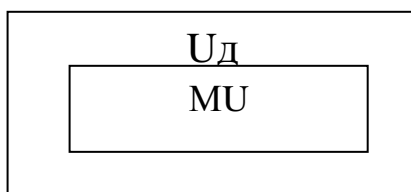


Рис. 2.1. Соотношение объемов понятий единичной полезности, полезности дополнительной единицы блага и предельной полезности

В самом деле, единичная полезность присуща каждому из шести бананов, дополнительная — пяти, следующих за первым, и только один из них (четвертый) с предельной полезностью. Причем само слово «предельный» означает пограничный, крайний. Ясно же, что рациональный потребитель более четырех бананов покупать не будет, так как уже пятый для него является бесполезным. При этом каждое из названных понятий несет определенную смысловую нагрузку и составляет инструментарий анализа полезности однородных благ.

По данным таблицы 2.1 построим кривую единичной полезности бананов и найдем величину общей предельной полезности бананов (TMU).

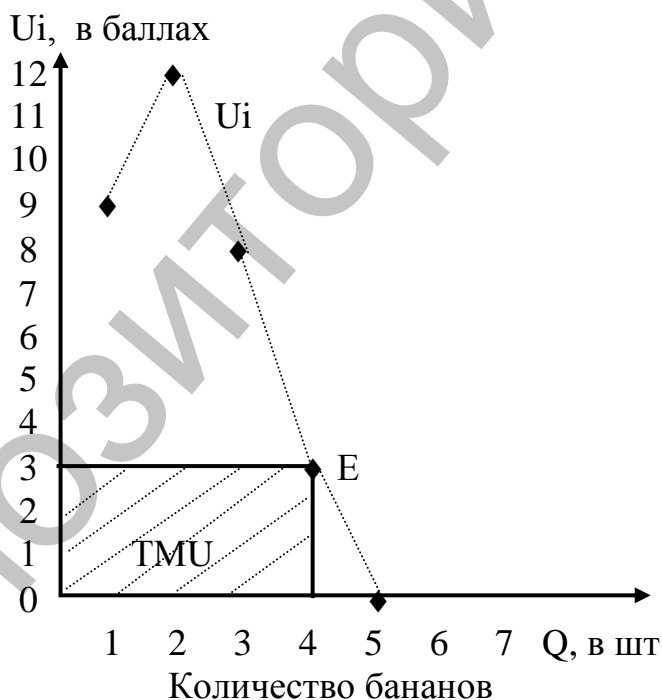


Рис. 2.2. Динамика единичной полезности и прямоугольник предельной общей полезности

На рис. 2.2. отчетливо показана предельная полезность четвертого банана, так как уже пятый банан к общей полезности ничего не прибавляет, не говоря уже о шестом, потребление которого может вызвать даже расстройство желудка. Это значит, что предельная полезность у нас равна 3 балла. Из нее покупатель и будет исходить, покупая четыре банана. Предельная же общая полезность (TMU), приобретаемых четырех бананов, может быть рассчитана по следующей формуле:

$$MU = Q \cdot MU, \text{ где } Q \text{ — количество бананов. (2.1)}$$

Общая предельная полезность в нашем примере равна 12 баллов, или $4 \cdot 3$. На рис. 2.2 она показана площадь прямоугольника ОЗЕ4.

Далее, учитывая установленную цену одного балла полезности (200 руб.), легко вычислить и потребительские затраты (С) Голубовича на покупку четырех бананов: $200 \text{ руб.} \cdot 12 \text{ баллов} = 2400 \text{ руб.}$ А формула для расчета потребительских затрат рационального покупателя имеет следующий вид:

$$C = P \cdot Q \cdot MU, \text{ где } P \text{ — цена одного балла полезности. (2.2)}$$

Читатель уже обратил внимание на то, что неизвестно откуда, как «черт из табакерки», возникла цена одного балла полезности. К этой проблеме мы еще вернемся. Сейчас же завяжем узелок на память: как ни крути, ни верти, полезность блага, в конечном счете, без цены его единицы измерить не удастся.

Итак, мы с вами выяснили, каким образом измеряется полезность однородных товаров. А как измеряется полезность разнородных товаров?

Для сопоставления полезности разнородных товаров используется *порядковый метод или ординалистский* (англ. ordinal — порядковый). В основе этого метода лежит предположение о том, что разнородные блага, или их наборы, по полезности можно расположить в определенном порядке. Для Иванова, положим, на первом месте среди напитков находится томатный сок, на втором — молоко, третьем — чай и т. д. Такие предпочтения покупателей, ясное дело, должен учитывать и предприниматель, занимающийся реализацией напитков, в противном случае он может и «прогореть».

Количественный и порядковый методы можно объединить в одной таблице. Впервые это удалось сделать представителю знаменитой австрийской школы экономистов К. Менгеру (1840—1921). Проиллюстрируем его идею своим примером. Предположим, что у нас имеются пять наборов пирожков с различными наполнителями и нам надо сопоставить их полезности (таблица 2.2). Номера наборов обозначим римскими цифрами, а номер одинакового пирожка — арабскими.

Таблица 2.2. Наборы пирожков с различными наполнителями

Пирожки с				
Мясом	Капустой	Картошкой	Яблоками	Повидлом
I	II	III	IV	VI
5	4	3	2	1
4	3	2	1	0
3	2	1	0	
2	1	0		
1	0			
0				

Внимательный читатель уже, вероятно, обратил внимание на правило, которое используется при составлении таблицы. Это правило **равной предельной полезности наборов благ**. Суть его состоит в том, что предельные полезности последних единиц наборов потребляемых благ для рационального потребителя должны быть

равны между собой. Это правило, в общем виде, можно записать следующим образом:

$$MU_1 = MU_2 = MU_3 = \dots, \quad (2.3)$$

где 1, 2, 3 т.д. — номера различных наборов благ.

2.2. ПРАВИЛО МАКСИМИЗАЦИИ ПОЛЕЗНОСТИ

Правило (2.3) позволяет вывести и правило максимизации полезности потребительских благ. Оно основано на трех предпосылках.

Во-первых, покупатели стремятся использовать доходы таким образом, чтобы полезность приобретаемых товаров была наибольшей.

Во-вторых, рациональный покупатель обладает способностью сравнивать различные наборы товаров по их полезности. Он также представляет, какую полезность можно извлечь из каждой дополнительной единицы блага, которую собирается купить.

В-третьих, цены на товары задаются рынком и покупатель, следовательно, не может на них повлиять.

Для оптимизации выбора благ покупатель должен сравнивать взвешенные полезности различных товаров. Что это такое? *Под взвешенной полезностью будем подразумевать отношение полезности блага к его цене.* Непонятно? Тогда покажем это на следующем примере. Допустим, что покупатель делает выбор между чашками кофе и чая. Полезность чашки кофе при этом он оценивает во 100 баллов, а чая — 80. Известна также и цена чашки кофе — 200 руб., а чая — 100 руб. В этом случае взвешенная полезность кофе составит 0,5 балла (100 баллов / 200 руб.), а чая — 0,8 (80 баллов / 100 руб.). В этом случае выбор покупателя в пользу чая очевиден.

Далее предположим, что потребитель поставил перед собой цель израсходовать свой фиксированный доход таким образом, чтобы приобрести максимально полезный набор из нескольких единиц различных товаров А и В. Доход, который он собирается потратить, пусть будет равен 800 руб., цена единицы товара А — 200 руб., а В — 100. Остальные сведения представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3. Полезности товаров А и В для покупателя; в баллах

№ единицы товара	Товар А		Товар В	
	U _i	На один руб.	U _i	На один руб.
1	2000	10	900	9
2	1600	8	700	7
3	1200	6	500	5
4	800	4	300	3
5	400	2	100	1

Каким будет оптимальный набор благ А В? Из таблицы видно, что наибольшей полезностью в расчете на 1 руб. цены (10 баллов) обладает 1-я ед. блага А, на втором месте — 1-я ед. блага В, третьем — 2-я ед. блага А, на четвертом 2-я ед. блага В и на пятом — 3-я ед. блага А.

Итак, потребитель потратит 800 руб. наилучшим образом в том случае, если купит три ед. блага А за 600 руб. ($3 \cdot 200$ руб.) и две ед. блага В за 200 руб. ($2 \cdot 100$ руб.). Любая же другая комбинация принесет ему меньшую полезность. Можете убедиться в этом сами.

Теперь пришла пора сформулировать и **правило максимизации взвешенной полезности набора различных благ**. Выбор потребителем набора различных товаров будет оптимальным в том случае, если его затраты обеспечат равенство взвешенных предельных полезностей товаров, входящих в приобретаемый набор. Это правило в виде формулы можно записать следующим образом:

$$MU_I / P_I = MU_{II} / P_{II} = MU_{III} / P_{III} = \dots, \quad (2.4)$$

где MU_I , MU_{II} , MU_{III} — предельные полезности товаров из различных наборов; P_I , P_{II} , P_{III} — цены единиц товаров из различных наборов.

Правило 2.4 может быть использовано не только при осуществлении потребительского выбора, но и при распределении ограниченных ресурсов между альтернативными сферами использования.

2.3. ПРАВИЛО РАВНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ НАБОРОВ БЛАГ. КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ

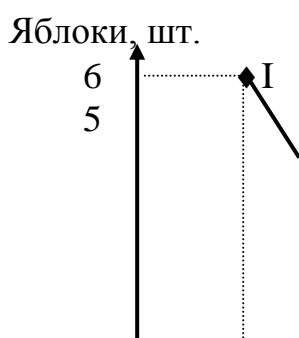
Некоторые виды потребностей человека можно удовлетворить с помощью различных наборов благ, например, в качестве фруктов можно использовать и яблоки, и апельсины. Поведение рационального потребителя в этом случае сводится к тому, чтобы *при любых комбинациях этих благ сумма их полезности не менялась*. Именно в этом и состоит суть **правила равной полезности различных наборов благ**. А теперь рассмотрим конкретный пример.

В таблице 2.4 представлены четыре набора яблок и апельсинов с одинаковой полезностью для потребителя.

Таблица 2.4. Комбинации наборов яблок и апельсинов с одинаковой полезностью для потребителя

№ набора	Яблоки, шт.	Апельсины, шт.
I	6	3
II	4	3
III	3	4
IV	2	6

Данные таблицы 2.4 используем для построения кривой равной полезности наборов яблок и апельсинов (рис. 2.3).



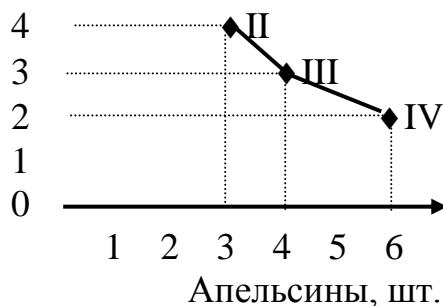


Рис. 2.3. Кривая безразличия наборов яблок и апельсинов по полезности

Кривая, которую вы видите на рис. 2.3, получила название кривой безразличия. Впервые такие кривые в экономическом анализе стали применяться еще в 19 веке Ф. Эджуортом. *Кривая безразличия* — это линия, точки на которой показывают разные наборы благ с одинаковой полезностью.

На рис. 2.3 обращает на себя то обстоятельство, что площади всех четырех прямоугольников, символизирующих одинаковую полезность, равны по величине. Кроме того, кривые безразличия имеют отрицательный наклон. Объясняется это тем, что между количествами двух благ, в нашем случае это яблоки и апельсины, существует обратная связь. Это означает, что, двигаясь от комбинации I к комбинации IV, потребитель увеличивает полезность от апельсинов и уменьшает полезность от яблок.

Наклон кривой безразличия отражает величину нормы замещения блага. *Норма замещения блага* показывает количество, на которое должно быть увеличено потребление одного из двух благ, чтобы компенсировать потребителю уменьшение потребления другого блага. В нашем примере норма замещения, говоря другими словами, показывает каким количеством апельсинов можно заменить уменьшение яблок, чтобы потребительское равновесие при этом сохранилось, то есть сумма полезности благ осталась бы неизменной. Величину этого показателя можно определить по следующей формуле:

$$RS_{Яа} = - \Delta Q_{Я} / \Delta Q_{а}, \quad (2.5)$$

где $RS_{Яа}$ — норма замещения блага яблоки благом апельсина; $\Delta Q_{Я}$ — величина уменьшения количества яблок; $\Delta Q_{а}$ — величина увеличения количества апельсинов.

При переходе от набора I к набору II потребление яблок уменьшается на 2 ед., а количество апельсинов увеличивается на одну ед. Норма замещения 2-х яблок в пользу одного апельсина: $- 2/1 = [2]$. Это значит, что в данной комбинации полезность приобретаемого апельсина оказывается выше полезности одного яблока.

При перемещении из точки III в точку IV норма замещения становится равной 0,5 по абсолютной величине.

Итак, можно сделать вывод о том, что норма замещения при переходе от одной комбинации благ к другой убывает. Это объясняется тем, что готовность потребителя к замещению яблок апельсинами падает. Если вначале он ради одного апель-

сина был готов пожертвовать двумя яблоками, то, в конечном счете, полезность одного, от которого он отказывается, становится равной полезности двух апельсинов.

Кривые безразличия могут отличаться друг от друга по уровню полезности. В дополнение к рассмотренной кривой безразличия (рис. 2.3) по данным таблицы 2.5 построим еще одну кривую безразличия. В результате чего получим *семейство (карту) кривых безразличия*, оценивая наборы яблок и апельсинов на первой кривой во 120 баллов, а на второй — в 240.

Таблица 2.5. Комбинации наборов яблок и апельсинов с одинаковой полезностью для потребителя

№ набора	Яблоки, шт.	Апельсины, шт.
I	12	2
II	8	3
III	6	4
IV	4	6
V	3	8
VI	2	12

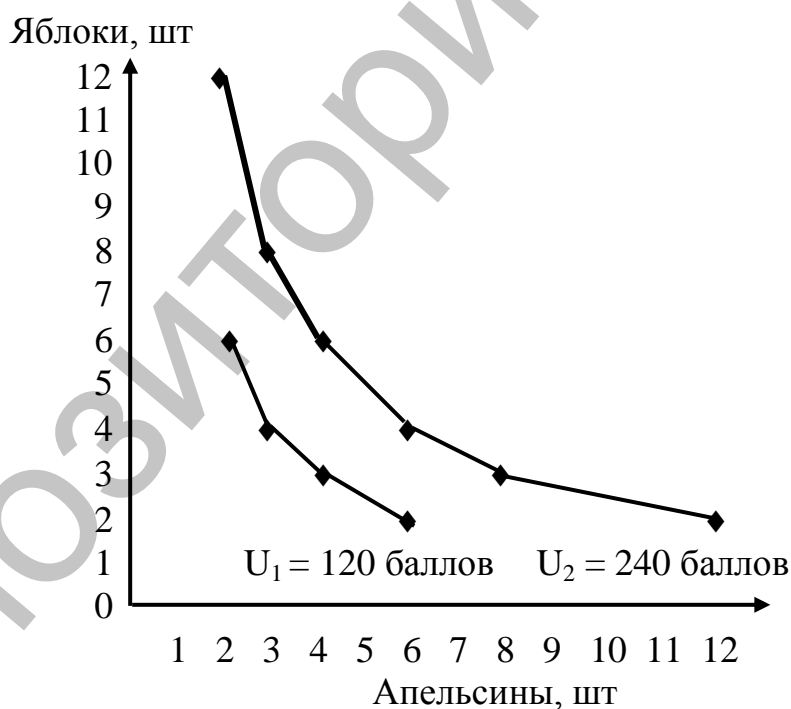


Рис. 2.4. Карта кривых безразличия

Все множество кривых безразличия в пространстве двух благ образует *карту кривых безразличия или карту безразличия*.

Таким образом, карта безразличия в концепции порядкового измерения полезности выполняет ту же роль, что и таблица Менгера в теории количественного измерения полезности.

2.4. ХОЧУ ИМЕТЬ «МЕРСЕДЕС», НО ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ КУПИТЬ МОПЕД

На выбор потребителя оказывают влияние не только его желания, но и величина дохода цен на товары. У потребителя может быть желание иметь «Мерседес», но есть возможность купить мопед, то есть потребитель по рукам и ногам связан бюджетными ограничениями.

Прежде всего, вспомним первую главу, где было сказано о том, что семейный бюджет состоит из двух частей: доходов и расходов. Тот доход, которым располагает потребитель, так и назовем: располагаемый доход (РД). Об этом, кстати, тоже было сказано. Располагаемый доход, в свою очередь, состоит из двух слагаемых: потребительских расходов покупателя на приобретение товаров (С) и сбережений (S). Сами же потребительские расходы зависят от величины цены товара (Р) и от количества приобретаемого товара (Q) и равны, следовательно, $P \cdot Q$. В окончательном виде формулу располагаемого дохода по использованию можно записать в следующем виде:

$$РД = P \cdot Q + S. \quad (2.6)$$

Далее предположим, что у некоего гражданина сбережения равны нулю, а доходов, допустим, в талерах, хватает только на хлеб и молоко. Затем, на основе данных таблицы 2.6, построим линию бюджетных ограничений потребителя.

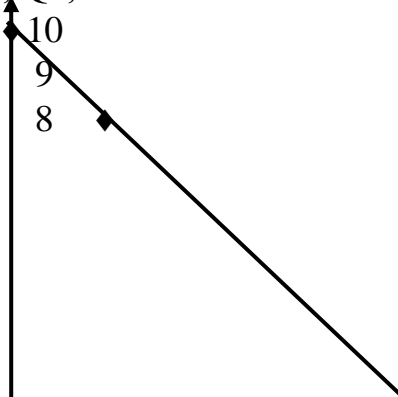
Таблица 2.6. Комбинации потребительских расходов на неделю на 20 талеров на хлеб ($C_x = P_x \cdot Q_x$) и на молоко ($C_m = P_m \cdot Q_m$)

№ комбинации	Хлеб			Молоко			РД; в неделю
	Q_x , кг	P_x , 1 кг	$Q_x \cdot P_x$	Q_x , л	P_m , 1 л	$Q_m \cdot P_m$	
I	0	2	0	5	4	20	20
II	2	2	4	4	4	16	20
III	4	2	8	3	4	12	20
IV	6	2	12	2	4	8	20
V	8	2	16	1	4	4	20
VI	10	2	20	0	4	0	20

Теперь по данным таблицы 2.6 построим линию бюджетных ограничений. При этом будем исходить из предположения о том, что весь недельный располагаемый доход (20 талеров) расходуется только на хлеб и молоко (рис. 2.5).

C_x , в талерах, Q_x , кг

20 10
18 9
16 8



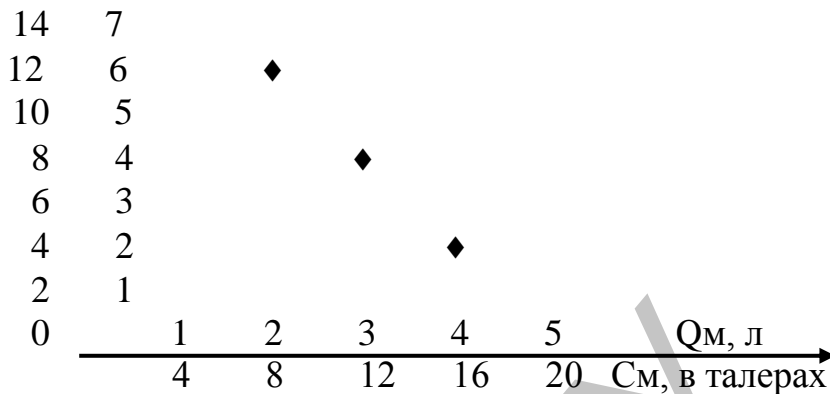


Рис.2.5. Бюджетная линия потребителя

Бюджетная линия показывает различные комбинации двух благ, которые могут быть приобретены при фиксированных величинах дохода и цен.

В общем виде линия бюджетных ограничений может быть описана следующим уравнением:

$$PД = Q_x \cdot P_x + Q_m \cdot P_m. \quad (2.7)$$

Уравнение 2.8 отражает бюджетные ограничения потребителя, его возможности по приобретению наборов товаров двух наименований. Преобразуем это уравнение, поделив обе его части на P_x . В результате получим следующее уравнение бюджетной линии:

$$Q_x = aQ_m + b, \quad (2.8)$$

где $a = P_m / P_x$; $b = PД / P_x$.

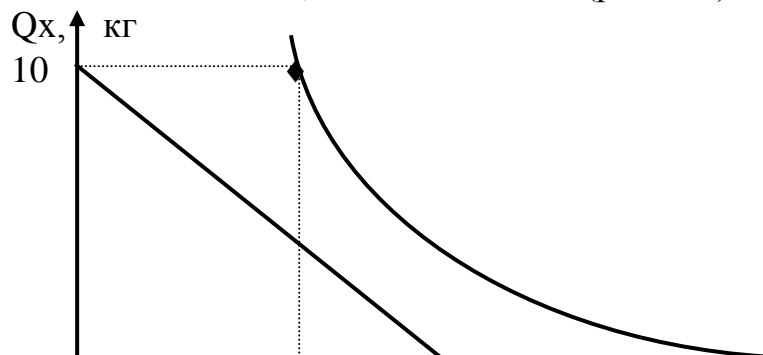
Коэффициент a определяет наклон бюджетной линии, в нашем случае $a = 4$ талера / 2 талера = 2. Это означает предположение о том, что, приобретая 1 л молока, потребитель отказывается от двух кг хлеба.

Теперь пришла пора ответить на вопрос, какая из доступных комбинаций молока и хлеба является наиболее для него полезной. С этой целью, по данным таблицы 2.7, совместим на графике бюджетную линию хлеба и молока с картой безразличия (рис. 2.6).

Таблица 2.7. Комбинации хлеба и молока, образующие кривые безразличия по уровням полезности в баллах

Набор	Q_{x_1}	Q_{m_1}	U_1	Q_{x_2}	Q_{m_2}	U_2	Q_{x_3}	Q_{m_3}	U_3
I	8	1	8	8	1,5	12	10	2	20
II	4	2	8	6	2	12	5	4	20
III	2	4	8	4	3	12	4	5	20
IV				3	4	12			

Далее, по данным таблицы, используя уравнение бюджетной линии 2.8, построим отрезок бюджетной линии и три кривых безразличия, отличающиеся по уровням полезности: $U_1 = 8$ баллов, $U_2 = 12$, $U_3 = 20$ (рис. 2.6).



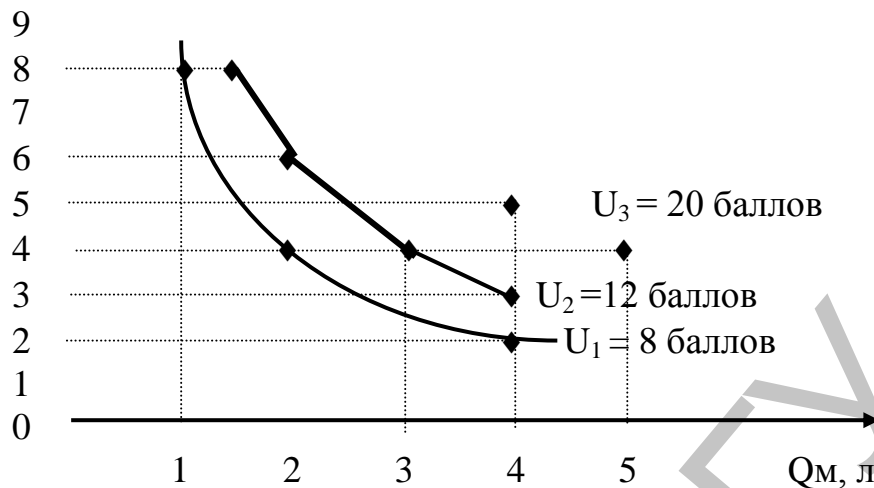


Рис. 2.6. Равновесие и неравновесие потребителя

Каков же выбор потребителя? Выбор, очевидно, любой комбинации на кривой безразличия U_1 свидетельствует о нерациональности поведения потребителя, поскольку это наименьшие по полезности наборы благ (8 баллов). Комбинации на кривой безразличия U_3 просто недоступны потребителю по финансовым соображениям. Остается кривая безразличия U_2 . Точку оптимума, в нашем случае, легко найти из следующей системы уравнений:

$$\begin{cases} Q_x = -a \cdot Q_m + b \\ Q_x \cdot Q_m = U_2 \end{cases} \quad (2.9)$$

Подставив в 2.9 соответствующие данные из таблиц 2.6 и 2.7, получим систему уравнений вида

$$\begin{cases} Q_x = -2Q_m + 10 \\ Q_x \cdot Q_m = 12 \end{cases} \quad (2.10)$$

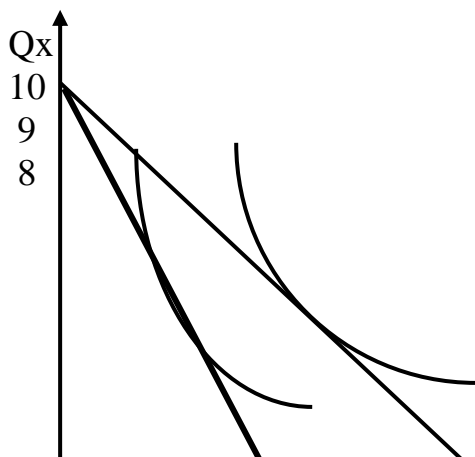
Решение системы уравнений дает нам две точки равновесия $E_1(6;2)$ и $E_1'(4;3)$. Точку оптимума можно определить и с помощью формулы

$$RS_{xм} = P_m / P_x, \quad (2.11)$$

где $RS_{xм} = -\Delta Q_x / \Delta Q_m = -(6 - 8) / (4 - 3) = 2$; $P_m / P_x = 4$ талера / 2 талера = 2.

Таким образом, в нашем примере не одна, а две точки равновесия. Бывает и такое.

Положение равновесия, очевидно, меняется в зависимости от динамики цен и доходов потребителя. Уменьшение, например, цены на молоко вдвое (с 4-х талеров до 2-х за 1 л) означает, что, и количество приобретаемого молока может увеличиться в два раза при прежних бюджетных ограничениях (недельном доходе потребителя в 20 талеров). Это значит, что изменится и уравнение бюджетной линии, а ее точка пересечения с осью абсцисс сместится вправо и положения M_1 в положение M_2 (рис. 2.7).



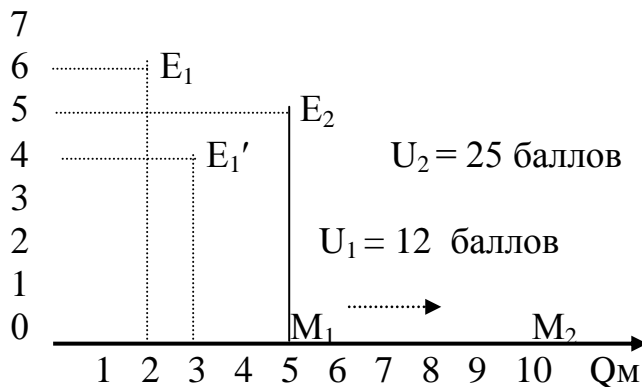


Рис. 2.7. Смещение вправо нижней точки бюджетной линии из положения M_1 в положение M_2

К чему такое смещение приведет? Во-первых, изменится уравнение бюджетной линии. Оно примет вид $Q_x = -1Q_m + 10$. А во-вторых, сместится вправо в положение E_2 (рис. 2.7) и точка равновесия потребителя. Координаты точки E_2 легко найти, решив систему уравнений

$$\begin{cases} Q_x = -1Q_m + 10 \\ Q_x Q_m = 25 \end{cases}$$

Выражаем Q_m через $25 / Q_x$ и в результате преобразований получаем следующее уравнение: $Q_x^2 - 10Q_x + 25 = 0$. Откуда находим, что $Q_m = 5$ и $Q_x = 5$. В результате чего получаем точку равновесия E_2 с координатами 5 и 5.

Теперь выясним, как на выбор потребителя влияет изменение его дохода. С увеличением величины дохода потребителя при неизменных ценах на блага А и В вправо будет сдвигаться и бюджетная линия и положение равновесия потребителя (рис. 2.8).

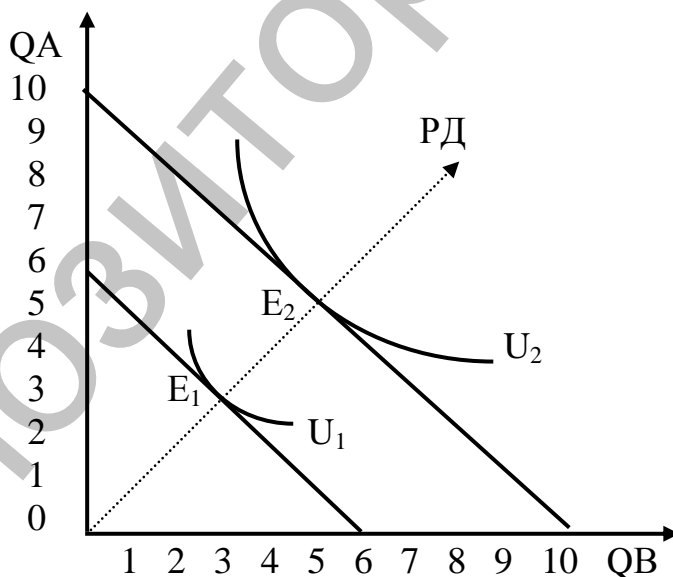


Рис. 2.8. Кривые «доход — потребление» благ А и В

Из сказанного можно сделать вывод о том, что при любом доходе рациональный потребитель стремится выбирать самый полезный набор благ, поэтому каждой бюджетной линии соответствует и своя точка равновесия. Если теперь точки равновесия потребителя при различных уровнях дохода соединим, то получим линию «доход — потребление» E_1E_2 (рис. 2.8).

Располагаемый доход (РД) потребитель использует для потребительских расходов (С), а если он составляет достаточную величину, то часть его идет на сбережение (S).

Согласно закону Энгеля (см. главу 1), с ростом доходов семьи доля расходов на питание уменьшается, но возрастает доля расходов на удовлетворение культурных и других потребностей.

Линия потребительских расходов может быть описана следующим уравнением:

$$C = C_a + N_p \cdot РД, \quad (2.12)$$

где С — потребительские расходы в определенном году; N_p — норма потребления или доля РД, которая идет на потребительские расходы.

Особо остановимся на автономном потреблении (C_a), которое осуществляется за счет накопленного личного имущества, непосредственно не связанного с величиной текущих расходов потребителя. Непонятно? Тогда поясним сказанное конкретным примером. Допустим, что ваше личное богатство оценивается в 6 млн. руб. и каждый год Вы расходуете по 1,2 млн. руб. (продаете имущество) на потребительские расходы. За пять лет в таком случае от вашего богатства, если оно не будет пополняться, останутся “рожки да ножки”.

Динамику располагаемого дохода, потребительских расходов и сбережений, можно проиллюстрировать с помощью рис. 2.9.

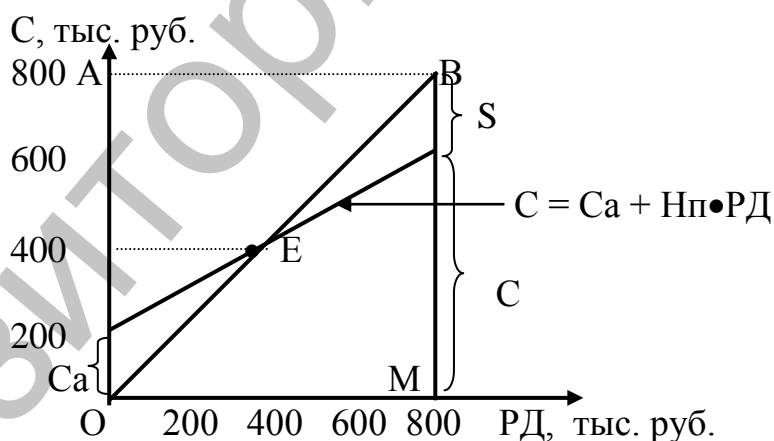


Рис. 2.9. Линия потребительских расходов

Отрезок ОВ, как видно из рисунка, представляет собой геометрическое место точек равенства доходов и потребительских расходов населения. В нашем примере потребитель, когда величина его располагаемого дохода превышает 400 тыс. руб., часть дохода оставляет на сбережения. Сам смысл уравнения 2.12 покажем на следующем примере. Предположим, что величина автономного потребления составляет 200 тыс. руб. в месяц, а норма потребления равна 0,8. Тогда при $РД = 800$ тыс. руб. величина потребительских расходов составит $200 \text{ тыс. руб.} + 0,8 \cdot 800 \text{ тыс. руб.} = 840 \text{ тыс. руб.}$ Что же касается величины сбережений, то в нашем примере они будут равны 160 тыс. руб.

2.5. ЭФФЕКТЫ ЗАМЕНЫ И ДОХОДА

Уважаемый читатель помнит о том, что одним из важнейших элементов механизма рыночной экономики является *закон спроса*. Согласно этому закону между величиной цены на приобретаемый товар и величиной спроса существует обратная связь. В элементарном случае эта связь может быть описана следующим уравнением:

$$P_Q = P_{\max} - \Delta P (Q - 1), \quad (2.13)$$

где P_Q — цена, по которой покупатель готов приобрести определенное количество товара (Q); Q — количество приобретаемого товара или величина спроса; P_{\max} — максимальная цена, по которой покупатель приобретает только единицу товара; ΔP — такое изменение цены, при котором наступает изменение величины спроса.

Далее приведем конкретный пример и допустим, что уравнение линии спроса на апельсины имеет вид $P_Q = 4000 \text{ руб.} - 500 \text{ руб.} (Q - 1)$. Это значит, что семья, предположим, в месяц по цене 3000 руб. за 1 кг купит 3 кг апельсинов. Проиллюстрируем наш пример рис. 2.10.

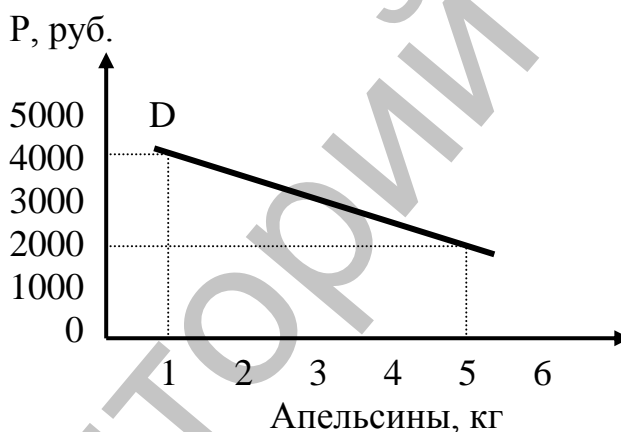


Рис. 2.10. Линия спроса на апельсины

Но к чему все это, спросите вы? Дело в том, что действие закона спроса можно объяснить на основе эффектов замены и дохода, которые возникают в связи с изменением цен.

Эффект замены возникает в тех случаях, когда снижение цены на отдельный товар увеличивает спрос на него за счет отказа от покупки других товаров, ставших для покупателя более дорогими. *Эффект замены* — это та часть прироста величины спроса на подешевевшее благо, которая образовалась вследствие замены этим товаром других благ.

Не совсем ясно? Тогда приведем пример. Положим, что цена 1 кг апельсинов уменьшилась с 4000 руб. за 1 кг до 3000. Это значит, что если по цене 4000 руб. семья в месяц покупала всего лишь 1 кг, то по цене 3000 руб. она готова приобрести 3 кг апельсинов. Поэтому покупатель стремится заменить, например, мандарины апельсинами. Уменьшение цены на апельсины в нашем примере дало эффект замены, равный 2 кг апельсинов, так как покупатель расходует на дополнительную покупку апельсинов только часть высвободившихся денег.

Эффект дохода — результат воздействия изменения цены на реальный доход потребителя и, соответственно, на количество покупаемых благ. Этот эффект определяется той частью прироста величины спроса, которая возникла в результате увеличения реального дохода потребителя при снижении цены на товар. Он отражает влияние снижения цены какого-либо блага на общий спрос покупателя. Покажем сказанное на примере. Вначале, положим, покупатель на 1 кг апельсин расходовал 4000 руб. Таковы были его потребительские расходы. Когда же цена 1 кг апельсин снизилась до 3000 руб. за кг, то он может уже 1 кг приобрести за 3000 руб. и, следовательно, эффект дохода составит 1000 руб.

Эффект замены при снижении цены товара всегда будет выражаться в росте объема спроса на этот товар. Аналогично воздействует на изменение спроса и эффект дохода: с ростом реального дохода в результате снижения цены увеличивается величина потребительского спроса. Это дает основание сделать вывод о том, что величина спроса находится в обратной зависимости от изменения цены. Значит, линия спроса имеет отрицательный наклон. Этот вывод объясняет большинство ситуаций, возникающих на рынке. Однако спрос на «товары низкой категории», в отличие от «нормальных» товаров не всегда соответствует данному правилу. Повышение цены на товар «низкой категории» (к ним относят некоторые товары первой необходимости) может вызвать реакцию малообеспеченного потребителя, которая противоречит закону спроса. Так, рост цен на молоко и на хлеб побуждает малообеспеченных пенсионеров отказываться от приобретения других товаров и увеличивать расходы на покупку этих продуктов питания. Такая тенденция объясняется тем, что при повышении цены на какие-либо товары первой необходимости бывает трудно найти товар-заменитель с таким же полезным эффектом на одну затрачиваемую на него денежную единицу. В таком случае с ростом цен растет и спрос, то есть линия спроса имеет положительный наклон. Условия, при которых возникают подобные ситуации, впервые были проанализированы английским ученым Р. Гиффеном (1837—1910), когда он изучал динамику спроса на картофель в период голода. Поэтому товары с линиями спроса, имеющим положительный наклон, часто называют «товарами Гиффена».

Теоретически такое положение можно объяснить тем, что в некоторых ситуациях эффекты замены и дохода действуют в противоположных направлениях. В абсолютном большинстве случаев повышение цены на товар приводит к уменьшению величины спроса, так как реальный доход потребителя сокращается (эффект дохода). Когда же цена товара первой необходимости, хотя и возрастет, но, тем не менее, остается ниже цен «нормальных» товаров, тогда малообеспеченные потребители будут заменять другие блага товарами «низкой категории». В этом случае будет иметь место эффект замены. Если же эффект замены превысит отрицательный эффект дохода, то спрос индивида вопреки закону спроса не сократится, а, напротив, возрастет.

Эффекты дохода и замены отдельно друг от друга наблюдаются крайне редко. Сумма же двух эффектов дает общий эффект и общее изменение величины спроса.

Рассмотрим модель разложения общего изменения объема спроса на два эффекта, разработанную английским экономистом Д. Хиксом (1904—1989). Допустим,

что наш потребитель имеет бюджетное ограничение, показанное на рис. 2.11 отрезком 6—6, и весь свой доход расходует на два товара: апельсины и яблоки. На рисунке видно, что, находясь в равновесии в точке E_1 , потребитель приобретает в день, предположим, 4 апельсина и 2 яблока. Если цена на яблоки понизится, допустим вдвое, то бюджетная линия сместится в положение 6—12, а равновесие потребителя переместится в точку E_2 . В этом случае потребитель покупает 2 апельсина и 8 яблок.

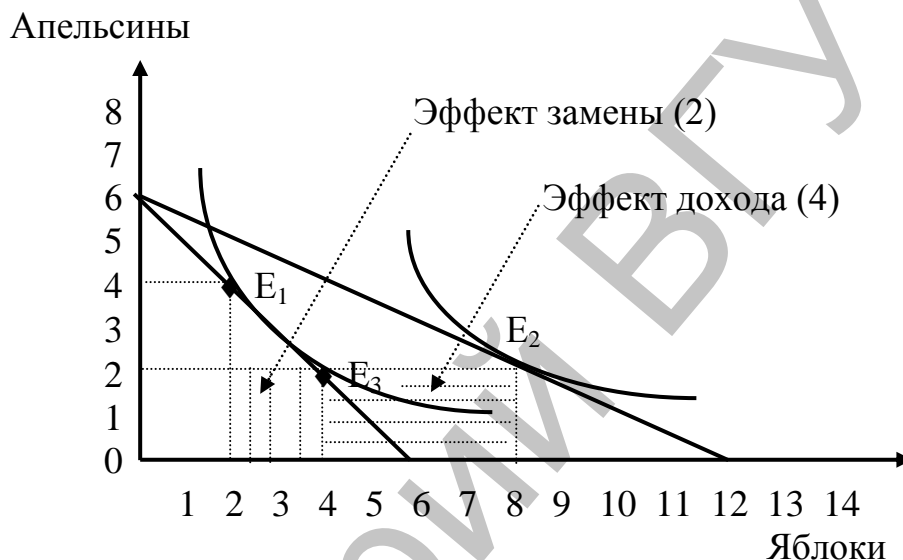


Рис. 2.11. Эффекты замены и дохода

Для выделения эффектов замены и дохода по отдельности выделим точку равновесия $E_3(2;4)$. И, наконец, на рисунке отчетливо показаны квадрат эффекта замены и прямоугольник эффекта дохода. Эффект замены в нашем случае равен 2, а эффект дохода — 4.

Для нормальных товаров эффекты замены и дохода действуют в одном направлении, чем и объясняется отрицательный наклон линии спроса. В случае же товаров Гиффена, о которых речь уже шла, эффекты могут иметь противоположную направленность. Общие же эффекты зависят от того, какой эффект окажется весомее. В целом расходы на низший товар при снижении цены будут понижаться. В случае товара Гиффена эффект дохода перевешивает эффект замены, то есть потребитель товар потребляет больше при возрастании цены, что является исключением из закона спроса.

Следующий вопрос, который при этом возникает, как определить благосостояние и выигрыш потребителя.

2.6. БЛАГОСОСТОЯНИЕ И ВЫИГРЫШ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Для оценки влияния изменения цены товара на благосостояние потребителя используются как количественный, так и порядковый методы анализа. Первый ме-

тод предполагает использование понятия «выигрыш потребителя» или «потребительский излишек». Второй же метод основан на применении понятий «компенсирующее» и «эквивалентное» изменение дохода.

Выигрыш потребителя составляет разница между максимально ценой, которую потребитель готов заплатить за единицу продукции, и его рыночной ценой. Готовность потребителя уплатить предельную цену за определенное количество товара отражается линией рыночного спрос. Нисходящий ее характер показывает, что по мере снижения цены возрастает готовность покупателя приобрести большее количество товара. Как это понимать?

Предположим, что уравнение линии спроса на бананы имеет следующий вид: $P_Q = 800 \text{ руб.} - 100 \text{ руб.} (Q - 1)$. В этом уравнении 800 руб. — максимальная цена, по которой потребитель готов купить только 1 банан; 100 руб. — изменение цены, вызывающее изменение величины спроса.

Теперь предположим, что потребитель готов заплатить за 1 банан 800 руб. и хочет приобрести 4 банана, а цена одного банана равна 500 руб. Каков будет выигрыш у нашего потребителя? Ответ на этот вопрос поможет нам дать рис. 2.12.

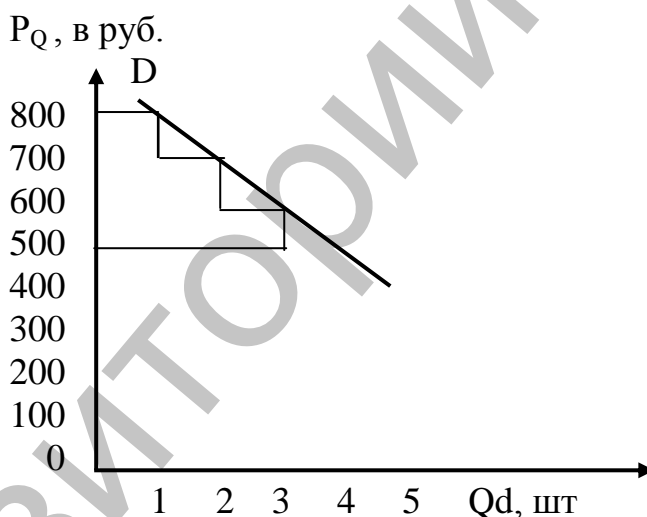


Рис. 2.12. Выигрыш потребителя

Выделенная площадь ступенчатой трапеции составляет выигрыш потребителя. Выигрыш потребителя можно определить и по-другому. Согласно уравнению спроса, за первый банан наш потребитель готов был заплатить 800 руб., за второй — 700, третий — 600, четвертый — 500, то есть всего на четыре банана он готов был потратить 2600 руб. На рынке же ему удалось приобрести четыре банана за 2000 руб., следовательно, общий выигрыш потребителя составил 600 руб. (2600 руб. — 2000 руб.).

Для оценки влияния изменения цены товара на благосостояние потребителя используется порядковый метод (ординалистский) и такие понятия, как «компенсирующее» и «эквивалентное» изменение дохода.

Компенсирующее изменение дохода равно сумме денег, которую необходимо дать потребителю после повышения цены блага для того, чтобы его благосостояние сохранилось на исходном уровне.

Эквивалентное изменение дохода соответствует максимальной сумме денег, которую готов заплатить потребитель за предотвращение повышения цены блага.

Величина компенсирующего изменения дохода, как правило, не совпадает с величиной эквивалентного изменения дохода, что объясняется влиянием на ценность денег структуры цен.

Итак, у нас с вами уже есть общее представление о том, что собой представляют домашние хозяйства и как они ведут себя в условиях рыночной экономики. Теперь настала пора выяснить правила и законы поведения их «слуг» — предпринимателей и фирм.

2.7. ВЫДЕЛИМ ГЛАВНОЕ

◆ Схема принятия решения о покупке товара потребителем предполагает четыре этапа: осознание проблемы; поиск информации; оценка альтернатив; принятие решения о покупке товара.

◆ *Товар* обладает тремя свойствами: полезностью, стоимостью и ценой. *Полезность товара* — это свойство блага удовлетворять потребности человека в процессе потребления. *Стоимость товара* — совокупность затрат факторов производства на его изготовление и реализацию. *Цена товара* — это его реализованная на рынке стоимость. В рыночной экономике она определяется, главным образом, соотношением между спросом и предложением.

◆ *Целью рационального потребителя* является максимизация полезности приобретаемой продукции.

◆ Для измерения полезности товара используются количественный и порядковый методы.

В основе *количественного* метода измерения полезности лежат три правила:

1. По мере потребления блага потребность индивида постепенно насыщается и достигает максимума;
2. Полезность, которую приносит потребителю потребление каждой последующей единицы однородного блага, имеет тенденцию к уменьшению;
3. Полезность партии однородного товара определяется предельной полезностью или полезностью последней единицы, обладающей положительной полезностью.

Полезность товара характеризуется такими понятиями, как единичная полезность, полезность дополнительной единицы, предельная полезность, общая полезность.

Порядковый метод измерения применяется для сопоставления полезности разнородных товаров. В его основе лежит предположение о том, что разнородные блага по значимости для потребителя можно расположить в определенном порядке.

◆ Согласно *правилу оптимизации полезности наборов разнородных благ* предельные полезности последних единиц наборов потребляемых благ для рационального покупателя должны быть равны.

При распределении дохода рациональный покупатель стремится к тому, чтобы были равны предельные полезности товаров, входящих в приобретаемый набор.

Если потребитель удовлетворяет потребность с помощью различных благ, то он должен добиваться того, чтобы при любых комбинациях этих благ сумма их полезности не менялась. В этом состоит *правило равной полезности различных наборов благ*. Линия, отражающая разные наборы благ с одинаковой полезностью, называется *кривой безразличия*. Множество кривых безразличия в пространстве двух благ образует *карту кривых безразличия или карту безразличия*.

Количество, на которое должно быть увеличено потребление одного из двух благ, чтобы компенсировать потребителю уменьшение другого блага, называется *нормой замещения блага*.

Различные комбинации двух благ, которые могут быть приобретены при фиксированном доходе и ценах, образуют *бюджетную линию*.

Максимум полезности рациональному потребителю приносит такая комбинация из двух различных благ, при которой кривая безразличия касается бюджетной линии.

При любом уровне дохода рациональный потребитель стремится выбирать самый полезный набор благ. Поэтому каждой бюджетной линии соответствует своя точка равновесия.

◆ Действие закона спроса основано на эффектах замены и дохода. *Эффект замены* возникает тогда, когда снижение цены на отдельный товар увеличивает спрос за счет отказа от покупки других благ, ставших для покупателя более дорогими. Эффект замены — это та часть прироста величины спроса на подешевевшее благо, которая образовалась вследствие замены этим товаром других благ. *Под эффектом дохода* подразумевают результат воздействия изменения цены на реальный доход потребителя и на количество покупаемых благ.

◆ Для оценки влияния изменения цены товара на благосостояние потребителя используются количественный и порядковый методы. Количественный метод применяется для определения выигрыша потребителя.

Выигрыш потребителя составляет разница между максимальной ценой, которую потребитель готов заплатить за единицу продукции, и его рыночной ценой.

Порядковый метод оценки влияния изменения цены блага на благосостояние потребителя основан на использовании таких понятий, как «компенсирующее изменение дохода» и «эквивалентное изменение дохода».

Компенсирующее изменение дохода рассчитывается как сумма денег, которую необходимо дать потребителю после повышения цены блага для того, чтобы его благосостояние сохранилось на исходном уровне.

Эквивалентное изменение дохода соответствует той максимальной сумме денег, которую готов заплатить потребитель за предотвращение повышения цены блага.

2.8. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Товар, Полезность. Стоимость. Цена. Общая полезность. Предельная полезность. Кривая безразличия. Карта безразличия. Бюджетная линия. Равновесие потребителя. Эффект замены. Эффект дохода. Выигрыш потребителя.

2.9. ПРОВЕРИМ СЕБЯ

Ответим на вопросы

1. Является ли товаром продукция в магазине, которую в данный момент никто не покупает?
2. В каком случае на рынке цена меньше стоимости товара?
3. Какие правила измерения полезности однородных товаров вы знаете?
4. В чем состоит суть порядкового метода измерения полезности?
5. Каково практическое значение схемы К. Менгера?
6. В чем состоит правило максимизации полезности наборов потребляемых благ?
7. Что такое взвешенная полезность блага?
8. В чем состоит правило равной полезности наборов благ?
9. Что такое карта кривых безразличия?
10. Что такое бюджетная линия?
11. Что такое автономное потребление?
12. В чем суть эффекта замены?
13. В чем суть эффекта дохода?
14. В чем заключается выигрыш потребителя? Приведите пример.

Выполним задания

1. Предположим, что общая полезность яблок меняется следующим образом:

Количество яблок	1	2	3	4	5	6
TU; в баллах	8	14	18	20	20	18

Каковы будут затраты потребителя на покупку яблок, если полезность одного балла оценивается в 50 руб.:

- а) 350 руб.; б) 400 руб.; в) 450 руб.; г) 500 руб.

2. Если у вас собой 1000 руб., а цены на пирожок с капустой и на чашку чая в кафе соответственно равны 150 и 200 руб., то, сколько вы сможете купить пирожков и чашек кофе на всю сумму денег?

3. Если доля сбережения в располагаемом доходе (РД) потребителя составляет 25%, а величины РД и автономного потребления составляют соответственно 200 тыс. руб. и 6 млн. руб., то величина потребительских расходов будет равна:

- а) 6,1 млн. руб.; б) 6,15 млн. руб.; в) 6,2 млн. руб.; г) 6,25 млн. руб.

4. Предположим, что линия спроса на мандарины описывается следующим уравнением: $P = 10 \text{ ден. ед.} - 2 \text{ ден. ед.}(Q - 1)$, где P — цена мандарина, а Q — количество мандарин. Расходы потребителя на покупку мандарин составили 18 ден. ед.

Сколько мандарин купил потребитель?

5. Линия спроса на банки кофе описывается уравнением вида $P = 4000 \text{ руб.} - 500 \text{ руб.} (Q - 1)$, где P — цена одной банки, а Q — количество банок. Допустим также, что покупатель готов за одну банку заплатить 4000 руб.

Каков будет выигрыш потребителя, если он купил пять банок по 2000 руб. каждую?

2.10. ЛИТЕРАТУРА

1. Базылев Н.И., Базылева М.Н. Экономическая теория: Учебник для студентов экономических специальностей вузов / Н.И.Базылев, М.Н. Базылева. — Мн.: Книжный Дом, 2004. — Глав 10. Теория потребления.
2. Долан Э. Дж., Линдсей Д. Микроэкономика. С.-Пб., «Санкт-Петербургский Оркестр», 1994. — Глава 5. Потребительский выбор.
3. Лемешевская Л.В. Экономическая теория: тесты, ситуации, задачи: Учеб. пособие.— Книжный Дом; Мисанта, 2005. — Тема 10. Теория потребления.
4. Лемешевский И. М. Микроэкономика (экономическая теория. Ч.2.) Учебное пособие для вузов. —Мн.: ООО «ФУАинформ», 2003. — Глава 4. Теория потребительского выбора.
5. Микроэкономика: Учеб. пособие / Под ред. М.И. Плотницкого. — Мн.: Новое знание, 2003. — Глава 3. Теория потребления и потребительского выбора.
6. Янчук В.А. Азбука экономики: Пособие для учителей общеобразовательных школ. — Мн.: Беларусь, 2002.

РАЗДЕЛ II

ФИРМЫ, ИХ ИЗДЕРЖКИ И ДОХОДЫ

В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ

- Раскрываются сущность и формы предпринимательской деятельности в рыночной экономике.
- Дается представление о различных организационно-правовых формах фирм
- Выясняются факторы производства, в том числе речь идет о человеческом факторе.

- Описываются и комментируются производственные функции.
- Рассматриваются различные классификации издержек фирмы.
- Дается представление о доходах и рентабельности.

ГЛАВА 3

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И ФИРМЫ

В ЭТОЙ ГЛАВЕ ГОВОРИТСЯ О ТОМ

- Какую роль играют предприниматели в рыночной экономике.
- Что такое фирма, и какие функции она выполняют.
- Какие фирмы можно организовать.
- Какие факторы производства используют в производстве товаров.
- Что собой представляют производственные функции.
- В чем сущность закона переменной производительности факторов производства.

3.1. ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И ИХ РОЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Главной фигурой на поле рыночной экономики, как мы уже об этом знаем, является платежеспособный покупатель. Но кто предоставляет ему продукты, одежду, персональный компьютеры и многое другое? Все это входит в обязанности предпринимателей, которые за определенную плату, разумеется, занимаются организацией производства и доставкой различных товаров для покупателей. Предпринимательской деятельностью может заниматься отдельное (физическое) лицо, группа граждан и государство. Тем самым были перечислены различные субъекты хозяйствования. Объектами же хозяйственной деятельности являются эффективное использование ресурсов, их кругооборот, материальная и нематериальная продукция, издержки и доходы. Но что такое *предпринимательская деятельность*? Это инициативная самостоятельная деятельность граждан по организации производства и доставки потребителю товара с целью получения дохода.

Предпринимателем может стать далеко не каждый, хотя возможность получать большие доходы притягивает многих. Такие люди составляют 4-6% экономически активного населения. В Беларуси, например, на начало 2003 года этот процент был равен 4,3. Имеются в виду 190 тыс. индивидуальных предпринимателей.

Что отличает предпринимателей от других людей? Прежде всего, отметим такую черту предпринимательства, как **риск**. Не зря ведь в народе говорят: «Кто не рискует, тот не пьет шампанское». Но есть и вероятность оказаться у разбитого корыта из-за конкуренции, а без нее рыночная экономика просто не существует. Конкуренция — «живая вода рыночной экономики». Велик у предпринимателя также риск потерять и личное имущество, например, квартиру, автомобиль. Всякий ли способен на это?

Отметим и такую черту предпринимателя, как **самостоятельность**. В самом деле, он сам отвечает на вопросы, что производить, как, для кого, в каком количестве, какого качества и др. Он сам ищет вид хозяйственной деятельности. Более того,

во многих случаях предприниматель создает рабочие места, предоставляет возможность другим людям получать заработную плату.

Предприниматель должен проявлять **инициативу**, стараться опередить соперника. Он постоянно ведет **активный поиск** новых форм хозяйствования, широко применяет инновации (нововведения).

Под предпринимательской деятельностью, по мнению известных экономистов А. Маршалла (2842—1924) и Й. Шумпетера (1883—1950), подразумевается новаторская деятельность, направленная на поиск и внедрение новых технологий, форм организации труда и производства, новых рынков и путей удовлетворения потребностей покупателей.

Схема предпринимательской деятельности проста. Предприниматель — слуга двух господ. С одной стороны, он за определенную плату предоставляет товар потребителю и выступает в роли продавца. Но с другой — с этой целью он приобретает и использует соответствующие факторы предпринимательской деятельности, то есть выступает в роли покупателя (рис. 3.1).

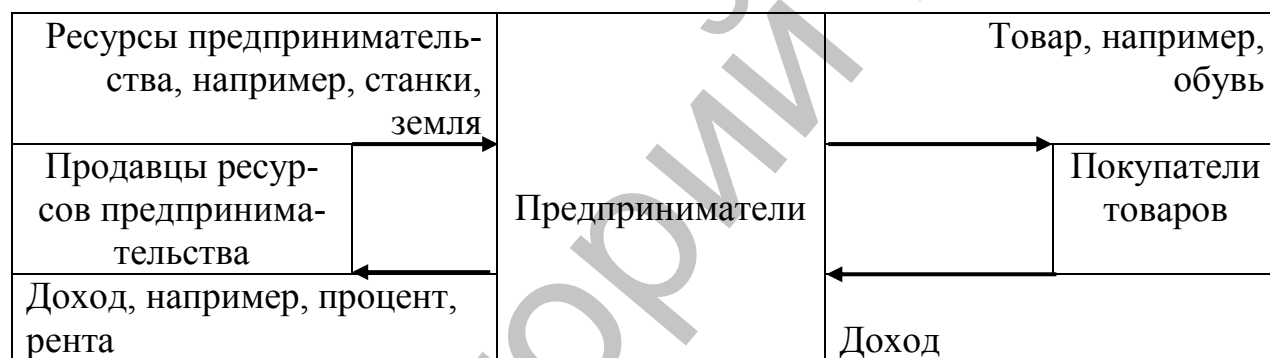


Рис. 3.1. Схема предпринимательской деятельности

Иногда говорят, что «реклама — двигатель торговли». Но верно и другое выражение: «предприниматель — двигатель рыночной экономики». Без его энергии рыночная экономика не смогла бы развиваться.

Мало решить «буду предпринимателем», надо еще выбрать вид предпринимательской деятельности. Каков же выбор?

Самый, пожалуй, сложный из них — это предпринимательская деятельность в **сфере производства**. *Главная функция такого предпринимателя — организация производства. Факторами предпринимательской деятельности в этом случае являются работники, производительный капитал и природные ресурсы. Прибыль же рассчитывается как разница между рыночной ценой единицы продукции и стоимостью затраченных на производство и реализацию продукции факторов производства.*

Проще «сколотить» капитал, занимаясь **коммерцией или торговлей**. *Основная функция предпринимателя-коммерсанта — реализация готовой продукции.* Она же является фактором предпринимательской деятельности. Коммерсанту нужно иметь продукцию, которая заинтересовала бы покупателя. Его *прибыль рассчиты-*

вается как *разница между ценой продажи и ценой покупки*. Ясно, что себе в убыток никто торговать не захочет.

Весьма популярно и **финансовое предпринимательство**. В ходу такое выражение: «*Финансы — кровь рыночной экономики*». При этом под финансовым предпринимательством будем подразумевать не только экономические отношения по поводу купли-продажи на денежном рынке, но и — ценных бумаг, например, акций. *Функция такого предпринимательства* — оказание финансовых услуг. В качестве факторов предпринимательской деятельности здесь выступают деньги и ценные бумаги. Прибыль же определяется как разница между ценами продажи и покупки.

Важную роль в рыночной экономике играет **посредническая деятельность**. Основная функция предпринимателя-посредника — соединение покупателя с продавцом продукции. Главным фактором посредника является *экономическая информация*. Недаром говорят: «Кто владеет информацией, тот владеет миром». За информацию, понятное дело, надо платить. Величина дохода посредника определяется как процент от стоимости сделки.

Отметим также **страховое предпринимательство**. Его функция — возмещение ущерба. Что только не страхуется в наши дни. Платили бы деньги. Объектами страхования могут быть имущество, вклады в банках, здоровье, жизнь и т.д. Прибыль в этой сфере предпринимательства образуется как разница между страховыми взносами и величиной выплат страховки.

В наше дни бурно развиваются и другие виды предпринимательства: инновационное, инжиниринг (оказание инженерных услуг), консалтинг и т.п. (рис 3.2).

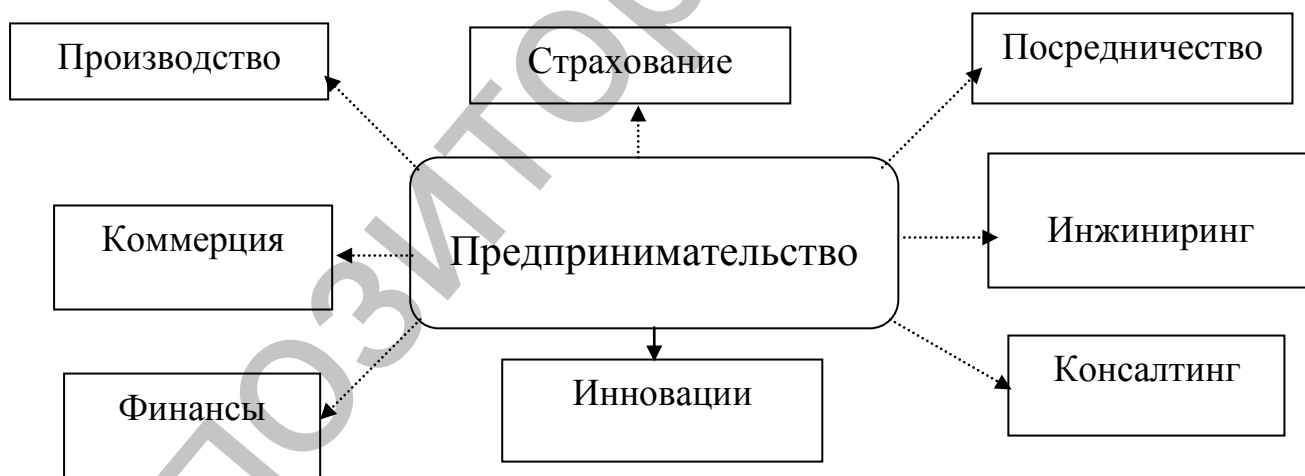


Рис. 3.2. Виды предпринимательской деятельности

Но «нельзя,— как говорил Козьма Прутков,— объять необъятное». Поэтому мы в дальнейшем остановимся, главным образом, на предпринимательстве в сфере производства, исходном пункте предпринимательства вообще. В самом деле, если продукция не произведена, то нечего будет и продавать, не о чем сообщать информацию покупателям.

После того, как выбор сделан, перед предпринимателем встает вопрос перво-степенной важности: создавать ли при этом предприятие или нет? «Челноком» много не заработаешь, да и всю жизнь этим заниматься не интересно. Поэтому, как пра-

вило, серьезный предприниматель предпочитает создать соответствующую фирму. Но что это такое? И чем она отличается от предприятия?

3.2. ФИРМЫ И ИХ ВИДЫ

Фирма — это самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, который производит и реализует продукцию.

Фирма обладает следующими признаками:

- Самостоятельно ведет хозяйство;
- Является юридическим лицом, то есть выступает как единая организация, имеет устав, органы управления и контроля, обладает имуществом, несет имущественную ответственность, на суде выступает от своего имени;
- Имеет трудовой коллектив;
- Использует имущество для производства и реализации продукции.

Наряду с понятием «фирма» для характеристики предпринимательской деятельности часто используется и такое понятие, как «предприятие». Какая разница, возникает вопрос, между ними? На языке формальной логики можно сказать, что «фирма» — по объему более широкое понятие, нежели «предприятие». Она может включать в себя несколько предприятий, как производственные единицы, связанные общим управлением. Эти понятия, другими словами, соподчиненные (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Соотношение объемов понятий «фирма» и «предприятие»

Однако в тех случаях, когда фирма располагает в своем составе только одно предприятие, тогда эти понятия можно считать идентичными.

В современной литературе фирма, как форма организации производственно-хозяйственной деятельности, представляет собой основную экономическую ячейку. Ее структуру образуют два главных элемента. Во-первых, коллектив работников, взаимодействующих друг с другом на основе внутрипроизводственного разделения труда. А во-вторых, сюда входит комплекс средств производства, обладающих технологическим единством.

В мировой практике существуют различные организационно-правовые формы фирм. Они определяются национальным законодательством.

Многообразие фирм велико. Их можно классифицировать по разным признакам. **По форме собственности** выделяют частные, коллективные, государственные и совместные фирмы. **По сфере деятельности** фирмы бывают промышленные, аграрные, строительные, транспортные, торговые и т.д. **По формам организации хозяйственной деятельности** можно выделить государственные хозрасчетные и

бюджетные, арендные, коллективные, единоличные собственные фирмы, акционерные общества открытого и закрытого типа, партнерства с полной, ограниченной и смешанной ответственностью. **В зависимости от размеров** различают крупные, средние и малые фирмы. **По целям деятельности** образуются коммерческие и некоммерческие (бесприбыльные) фирмы.

Стратегической целью всех коммерческих фирм является прибыль, хотя в краткосрочном периоде на первый план могут быть выдвинуты и тактические цели, например, увеличение доли рынка.

Любая фирма в своей деятельности отвечает на такие вопросы, как что и в каком объеме ей производить, какие ресурсы использовать, какие цены установить на продукцию с целью получения запланированного результата.

Более подробно рассмотрим классификацию фирм, основанную на различных формах собственности. По такому признаку выделим частные, коллективные, государственные и совместные фирмы.

3.2.1. Частные фирмы

Фирму будем считать *частной*, если она принадлежит отдельному гражданину (физическому лицу) или членам семьи. Семейные фирмы, в свою очередь, могут быть с выделением доли каждого (долевой собственности) и без определения доли каждого участника (совместная собственность). В первом случае каждый член семьи имеет право на свою долю, поскольку она заранее определена, а во втором — нет.

Частные фирмы в Республике Беларусь формируются, во-первых, путем приватизации государственных предприятий, а во-вторых, за счет создания новых. Имущество частных фирм пополняется, главным образом, за такого источника, как доход собственника.

Частная фирма — это самая простая форма существования фирмы. В этом случае один собственник или семья самостоятельно ведут хозяйство и отвечают на вопросы о том, что и как производить, для кого и т.д. Частник единолично распоряжается выручкой и несет неограниченную ответственность по долгам фирмы, то есть отвечает по ним всем своим имуществом. В случае неудачи с «молотка», как говорится, могут пойти и дом, и автомобиль, и дача. По статистике ежегодно количество разоряющихся частных фирм примерно равно числу возникающих заново.

В странах с развитой рыночной экономикой частные фирмы — самая распространенная форма предпринимательства. В США они, например, составляют около 70% всех фирм. Объясняется это тем, что они обладают рядом достоинств. К ним относятся:

- **Полная самостоятельность и оперативность действий.** Владелец фирмы полностью управляет и распоряжается полученной выручкой и прибылью. В этом случае наиболее полно реализуется и принцип экономической заинтересованности;
- **Простота учреждения и ликвидации фирм.** Для учреждения частной фирмы, как правило, не требуется разрешения центральных властей. Эта проблема решается местной властью. Кроме того, до тех пор, пока собст-

венник регулярно и исправно платит по счетам, он сохраняют право в любой момент прекратить деятельность своего предприятия;

- **Частник платит из своего дохода меньше налог**, нежели другие фирмы, а, следовательно, в большей мере заинтересован в высоких конечных результатах.

Но не всегда, говорят, «коту масленица». Частнику приходится преодолевать и трудности, связанные с недостатками частных фирм. Главный из них — высокий риск. Частный предприниматель несет неограниченную ответственность и может лишиться в случае банкротства не только вложенных в дело средств, но и личного имущества. Тогда «неудачник плачет, кляня свою судьбу». Да и возможности роста частной фирмы ограничены средствами владельца и банковскими кредитами. И далеко не всем удастся нажать многомиллионные состояния честным трудом и смекалкой. Кроме того, частные фирмы недолговечны, разумеется, по сравнению с другими формами предпринимательства. Юридически они прекращают существование со смертью владельца, а переход фирмы к наследникам может отпугнуть прежних клиентов и создать серьезные трудности в работе фирмы. Многое ведь зависит от личности самого предпринимателя, его способностей.

В Беларуси частный сектор народного хозяйства только встал на ноги. Перед ним масс проблем: нехватка стартового капитала для предпринимательской деятельности; трудности в получении кредита; неразвитость рынка ценных бумаг и т.д. При этом львиная доля частного капитала вкладывается в основном в торговлю, в результате чего хиреет производственный сектор.

Не у всех предпринимателей хватает средств, духа и смелости заниматься предпринимательской деятельностью в гордом одиночестве. Тогда перед ними следующий выбор: хозяйственные товарищества (партнерства) и общества, кооперативы, предприятия трудовых коллективов.

Начнем с хозяйственных товариществ. Они являются наиболее простой формой коллективной фирмы.

3.2.2. Хозяйственные товарищества и кооперативы

Хозяйственное товарищество (партнерство) — это такая форма предпринимательской деятельности, при которой имущество фирмы формируется за счет вкладов нескольких граждан, которые объединяются для совместной хозяйственной деятельности на основе договора. В этих фирмах один или несколько участников обязательно несут неограниченную ответственность по обязательствам товарищества и своим вкладом, и личным имуществом. Имущество товариществ формируется за счет вкладов участников на праве общей долевой собственности. Товарищество может использовать труд наемных работников. Полученная прибыль распределяется пропорционально вкладам участников. По признаку ответственности партнеров перед товариществом, выделяют полные, коммандитные и акционерно-коммандитные товарищества.

Товарищество полное, если все его участники несут по его обязательствам полную (неограниченную) ответственность, то есть отвечают по долгам не только величиной своего вклада, но и личным имуществом.

Товарищество коммандитное, если в нем, по меньшей мере, один участник несет неограниченную ответственность, и, хотя бы, один — ограниченную ответственность перед кредиторами. Лица с полной ответственностью называются действительными членами, а с ограниченной — коммандитами (членами-вкладчиками). Коммандит отвечает перед кредиторами только вкладом в общее имущество, но не личным состоянием. Кроме того, у него нет обязательств по управлению товариществом.

Акционерно-коммандитное товарищество отличается от простого коммандитного тем, что коммандиты вносят свою долю, приобретая акции товарищества. Это форма фирмы — переходная по отношению к акционерным обществам.

К достоинствам товариществ относятся:

- Возможность привлекать капитал других вкладчиков, что позволяет создавать предпосылки для расширения и совершенствования производства, повышения качества продукции и конкурентности самой фирмы;
- Несложная процедура учреждения товарищества;
- Простая структура системы управления, что связано с небольшим количеством участников товарищества.

Недостатками товариществ являются:

- Нестабильность функционирования из-за того, что при выходе одного из участников деятельность товарищества, как правило, прекращается;
- Отсутствие четкого централизованного профессионального управления, так как все действительные члены товарищества могут принимать участие в управлении;
- Непривлекательность неограниченной имущественной ответственности, которая нередко приводит к разорению мелких и средних собственников.

Товарищества нашли широко распространение, как об этом свидетельствует опыт развитых стран, в малом и среднем бизнесе, в производстве, в торговле, в сфере услуг.

На принципах товарищества в Беларуси по существу функционируют и кооперативы.

Кооператив — это добровольное объединение граждан на основе членства для совместного ведения предпринимательской деятельности путем привлечения его участниками имущества и личного трудового участия. Все имущество кооператива в соответствии с его уставом делится на вклады членов кооператива. Члены кооператива несут дополнительную ответственность личным имуществом.

Кооперативы подразделяются на производственные и потребительские и от товариществ отличаются тем, что в них не участвуют юридические лица.

Широкое распространение в современной экономике получили и хозяйственные общества.

3.2.3. Хозяйственные общества

Хозяйственное общество создается юридическим и физическими лицами путем объединения их имущества с целью осуществления хозяйственной деятельности. Особенность этой формы фирмы состоит в том, что у всех ее участников только ограниченная ответственность по обязательствам общества. Хозяйственное общество — собственник общего имущества, продукции, доходов от хозяйственной деятельности. Общество отвечает по обязательствам всем имуществом, а его участники рискуют своими паями. Различают общества с ограниченной ответственностью (ООО), с дополнительной ответственностью (ОДО) — и акционерные (АО). Что они собой представляют?

Общества с ограниченной и с дополнительной ответственностью

Общество с ограниченной ответственностью — это общество, в котором каждый его участник несет ограниченную ответственность по обязательствам общества только в пределах своего вклада.

Общество с дополнительной ответственностью — это такое общество, участники которого несут дополнительную ответственность по обязательствам в размерах, превышающих долю в имуществе общества. Размер дополнительной ответственности оговорен в учредительских документах общества и, как правило, в одинаковых размерах (в процентах к вкладу каждого). Это единственное отличие обществ с дополнительной и с ограниченной ответственностью.

Оба названных общества являются закрытыми, то есть его участники могут уступить свою долю участнику общества или третьему лицу только с согласия остальных членов. В них не выпускают акций. Их участники имеют паи, то есть долю в имуществе, находящемся в коллективной собственности. Это удостоверяется специальным свидетельством.

Владелец пая имеет имущественные и другие права на:

- Получение части прибыли фирмы в виде дивидендов;
- Возврат пая по усмотрению участника;
- Участие в управлении обществом;
- Получение информации о деятельности общества.

В качестве недостатка таких обществ можно отметить ограниченные возможности привлечения внешних источников финансирования. Такого недостатка лишены акционерные общества.

Акционерные общества

Общество является *акционерным*, если его уставной фонд разделен на определенное количество акций равной номинальной стоимостью и формируется за счет их продажи.

Для АО характерны следующие черты:

- Обязательное наличие уставного капитала, разделенного на паи или акции;

- Ограниченная ответственность общества по обязательствам только своим имуществом;
- Взаимоотношения участников по управлению фирмой, распределению доходов и имущества строятся в зависимости от размера внесенного ими капитала;
- Участники общества должны вносить вклады в его капитал, но не обязаны трудиться.

АО отличаются тем, что их уставный фонд формируется за счет продажи акций, а его участники владеют акциями.

Акция — ценная бумага, свидетельствующая о вкладе ее владельца в уставный фонд АО. Акции могут выпускаться в виде бланков или в форме записей на счетах. Акции подразделяются на обыкновенные (простые) акции и привилегированные, а также — на именные и на предъявителя.

Обыкновенные акции дают их владельцу такие же права, как паи, за исключением права возврата. Это значит, что АО не выплачивают стоимость акции по желанию или по требованию их владельца.

Привилегированные акции дают их владельцу особые права:

- Преимущество в получении дивидендов в размере не менее заранее установленного фиксированного процента от номинальной стоимости акции, независимо от результатов деятельности общества;
- На участие в разделе имущества общества при его ликвидации.

В Беларуси предусмотрен выпуск привилегированных акций в количестве не более 10% уставного фонда.

Все акционеры имеют право продать свои акции на рынке ценных бумаг, не получая при этом согласия акционерного общества или других акционеров.

Совокупный доход акционера складывается из дивидендов и дохода от продаж акций. Дивиденды выплачиваются, как правило, ежегодно из прибыли, оставшейся в распоряжении общества после направления ее части на развитие производства, в резервный фонд и т.д.

Доход от продажи акций составляет разность между ценой продажи и ценой приобретения акций. Он равен, как об этом свидетельствует опыт стран с рыночной экономикой, около 75% дохода акционера.

Цена, по которой продается и покупается акция, называется *курсом акции* (**Ка**). Курс акции рассчитывается по следующей формуле:

$$K_a = d100\% / R_d, \quad (3.1)$$

где *d* — дивиденд на акцию, а *R_d* — депозитная процентная ставка.

Количество акций, которое позволяет принимать решение на собрании акционеров, называется *контрольным пакетом акций*. Теоретически он равен 50% + 1 акция, однако в реальной действительности для контроля над собранием акционеров, во многих случаях, достаточно иметь около 20%.

Акционерные общества, иногда их называют корпорациями, обладают целым рядом достоинств. К ним относятся:

- Ограниченная ответственность акционера, рискующего лишь суммой денег, потраченной на покупку акций;

- Свобода покупки и продажи акций. В товариществах, например, передача пая другому лицу — дело непростое, так как для этого требуется согласие всех остальных партнеров;
- Акционерные общества более долговечны, нежели частные фирмы и товарищества. В случае смерти акционера его акции просто передаются по наследству. Смерть же частника влечет за собой распад фирмы;
- Акционерная форма фирмы — самая эффективная для привлечения дополнительных финансовых средств. Открытые АО могут иметь множество вкладчиков. Так, у корпорации «Америкэн телефон энд телеграф» более трех миллионов акционеров. Поэтому, очевидно, и возможности АО по привлечению денежных ресурсов гораздо выше частных предприятий или товариществ.

Вместе с тем АО обладают и существенными недостатками, которые иногда перевешивают их достоинства. Так, сложным и весьма трудоемким делом является учреждение АО, требующее множества специальных документов.

АО бывают двух типов: открытые (ОАО) и закрытые (ЗАО). Первых в Беларуси на начало 2003 г. насчитывалось более 1,5 тыс., а число акционеров составило около 100 тыс. человек. ОАО могут привлекать большие финансовые средства. Однако такие общества обязаны подробно отчитываться о результатах хозяйственной деятельности, что в условиях конкуренции считается нежелательным. ЗАО, к слову, вправе не оглашать информацию о своем финансовом положении. Вместе с тем уставные фонды таких предприятий не должны превышать определенную величину.

Серьезным недостатком АО является двойное налогообложение: налоги взимаются как с прибыли, так с дивидендов акционеров. Кроме того, если на частных предприятиях, например, все решения принимает сам собственник, то в АО нередко возникает конфликт акционеров-собственников и управляющих-наемников.

3.2.4. Кто в доме хозяин?

Какая из названных форм фирм лучше? Довольно часто такой вопрос возникает и в экономической литературе. Попробуем на него ответить на примере США (таблица 3.1). Неоспоримое количественное превосходство, как видно из таблицы, за частными (индивидуальными) фирмами, однако, как говаривал А. Суворов, «воевать надобно не числом, а умением». По объему продаж (88—90%) хозяином в рыночном американском доме являются корпорации.

Таблица 3.1. Формы деловых фирм и их экономическая роль в США в 90-е гг. XX века

Фирмы	Доля фирм в общем Количестве; в %	Доля фирм в общем выпуске продукции; в %
Частные	70—73	6—7
Товарищества	9—10	4—5
Корпорации	18—20	88—90

Но стоит ли абсолютизировать какую-то одну организационно-правовую форму предпринимательской деятельности, как это иногда делается? Вряд ли. Все они дополняют друг друга и должны находиться в гармонии.

Представленными выше фирмами список деловых предприятий не ограничивается. В современных условиях все громче заявляют о себе предприятия трудовых коллективов.

3.2.4. Предприятия трудовых коллективов

К предприятиям трудовых коллективов, которые, непонятно почему, часто называют народными, относятся предприятия, образующиеся в результате выкупа частных или государственных предприятий трудовыми коллективами.

В имуществе такой фирмы определяется вклад каждого члена трудового коллектива, что дает ему право на управление предприятием и получение части прибыли.

Имущество предприятия складывается из двух частей: делимой части и неделимой. *Неделимой* является та часть имущества, которая не распределяется между владельцами фирмы в период ее функционирования. Она предназначена для покрытия убытков, расчетов с бюджетом и банками в случае банкротства или ликвидации фирмы и распределяется только после указанных расчетов.

Состав и величина неделимой части имущества определяются уставом предприятия с обязательным включением страхового фонда, предназначенного для выплаты увольняющимся работникам их вкладов в имуществе предприятия.

Делимой называется та часть имущества, в которой определяются вклады работников предприятия. В ней выделяется стоимость имущества, приобретаемого за счет личных средств членов трудового коллектива и за счет общих средств (собственных средств предприятия и кредита).

Степень ответственности и механизм функционирования коллективных предприятий такой же, как и в обществах с ограниченной ответственностью. Отличие состоит в том, что все члены коллективного предприятия должны участвовать в его деятельности своим трудом. При увольнении с предприятия его участники получают стоимость своего вклада и перестают быть совладельцами предприятия.

Важным достоинством данного предприятия является то обстоятельство, что они в большей мере разрешают противоречие между собственниками факторов производства и работниками. Каждый работник такого предприятия является и собственником средств производства. В качестве же недостатка укажем на ограниченные возможности таких предприятий в привлечении дополнительных средств, поскольку собственник непременно должен быть членом трудового коллектива.

Для тех, у кого нет желания, ни способностей к индивидуальной либо коллективной предпринимательской деятельности, остаются государственные предприятия.

3.2.5. Государственные предприятия

Государственными считаются такие предприятия, имущество которых принадлежит государству. Они могут создаваться на бюджетные средства и вклады других государственных предприятий. В Беларуси различают республиканские и коммунальные государственные предприятия. В республике на начало 2003 г. на них было занято 55,8% экономически активного населения. В промышленности такие предприятия составляли половину, в торговле — пятую часть всех предприятий.

В развитых странах, как правило, государственные предприятия — акционерные общества с контрольным пакетом акций у государства.

Государственные предприятия по сравнению с другими типами предприятий обладают определенными преимуществами. Среди них выделим большие возможности для расширения и совершенствования производства за счет бюджета и получения кредита, поскольку гарантом выступает само государство. Кроме того, к руководству такими предприятиями могут привлекаться самые высококвалифицированные специалисты в области управления.

Вместе с тем у них есть и существенные недостатки. Они вытекают из противоречия интересов государства-собственника и коллектива наемных работников. Так, если государство как собственник заинтересовано в накоплении, то есть в увеличении государственного имущества, то трудовой коллектив, наоборот, — в увеличении потребления. Отметим также недостаточную самостоятельность администрации предприятия, у которой много времени уход на согласование своих действий с вышестоящими органами государственного управления, а «время — деньги».

Большую роль в современной экономике играют совместные предприятия.

3.2.7. Совместные предприятия

Предприятие считается совместным, если в нем для ведения хозяйственной деятельности объединен отечественный и иностранный капитал. В Беларуси, например, на начало 2003 г. на предприятиях с участием иностранного капитала было занято около 1% экономически активного населения.

Образовать совместное предприятие могут государство, физические и юридические лица.

Создание совместного предприятия преследует несколько целей:

- Привлечение в национальную экономику современных технологий и оборудования, материальных и финансовых ресурсов;
- Использование мирового управленческого опыта;
- насыщение потребительского рынка высококачественными товарами;
- Повышение конкурентоспособности отечественной продукции.

3.2.8. Хозяйственные объединения

Есть задачи, решение которых одному предприятию просто не под силу, тогда предприятия объединяют свои возможности. При этом, как правило, создают фирмы

акционерного типа. К числу таких объединений относятся картели, синдикаты, тресты, конгломераты, холдинги, концерны, финансово-промышленные группы.

Картели — соглашения предприятий (обычно одной отрасли) о ценах, рынках сбыта, объемах производства и сбыта, обмена патентами при сохранении фирмами полной производственной и коммерческой самостоятельности.

Синдикат — объединение однородных промышленных предприятий, созданное с целью сбыта продукции через единый сбытовой орган, создаваемый в форме акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью.

Трест — объединение, в котором предприятия теряют производственную и коммерческую самостоятельность, управление централизованное, а прибыль распределяется в соответствии с долевым участием в формировании капитала.

Конгломерат — одна из форм союза фирм, взаимосвязанных в процессе производства, с высоким уровнем децентрализации управления.

Холдинг — компания, которая держит пакет акций других фирм, не располагая собственными производственными предприятиями.

Концерн — наиболее развитая форма объединения предприятий, которая осуществляется посредством системы участия, финансовых связей, личной унии. Входящие в концерн предприятия формально остаются самостоятельными, а фактически подчинены единому центру.

Финансово-промышленная группа — крупное объединение кредитно-финансовых учреждений, промышленных, торговых и иных предприятий, НИИ и др. на основе системы участия в акционерном капитале и долгосрочных соглашений о поставке товаров и услуг. Несколько финансово-промышленных групп могут создавать финансово-промышленные комплексы.

3.3. ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА

В дальнейших рассуждениях мы будем исходить из двух предположений. Во-первых, предприниматель для осуществления хозяйственной деятельности создает фирму. А во-вторых, занимается он главным образом производством материальных благ и их реализацией, хотя мы с вами уже знаем, что функции фирмы сводятся не только к этому.

Для производственной деятельности фирма приобретает соответствующие факторы производств. Какая разница между ресурсами, разумеется, экономическими, и факторами производства? Под *экономическими ресурсами* будем подразумевать любое благо, которое может быть использовано в производстве продукции. *Фактором же производства* будем называть ресурс, который уж непосредственно используется в производстве. Между ними, согласитесь, иногда бывает дистанция огромного размера.

Предприниматели в процесс производства, главным образом, используют три группы факторов: работников или человеческий капитал; производительный капитал или произведенные человеком средства производства; природные ресурсы или земля в широком смысле этого слова. Начнем с фактора № 1.

3.3.1. Человеческий капитал

Понятие человеческого капитала

Главной производительной силой общества, естественно, является человек. Именно он — фактор № 1. Недаром говорят: «Руки и труд все перетрут». Без человека другие факторы мертвы. Он создает новейшие технологии, организует производство продукции.

Особую роль в условиях рыночной экономики играет предприниматель. У него двойственная природа, к сожалению, понимают это далеко не все. С одной стороны, это работодатель — он создает рабочие места. С другой стороны, — труженик, создающий новую стоимость. Не стоит его и идеализировать. Среди них довольно часто встречаются и предприниматели-эксплуататоры, присваивающие результаты труда работников, предприниматели-паразиты. С ними государство должно бороться всеми, имеющимися у него, средствами. Но не об этом сейчас пойдет разговор.

В теории экономическая роль человека оценивается относительно недавно. В настоящее время для оценки такой роли, как правило, используется понятие «человеческий капитал». Этот термин отражает степень участия человека как в производстве вообще, так и в экономическом и социальном прогрессе общества. Человек дает начало любому производству, он же является и конечной целью. В таком смысле человеческий капитал можно рассматривать наряду с другими видами капитала.

Главным содержанием теории человеческого капитала является признание человека как объекта экономической деятельности. Дело в том, что вложение капитала в человека не менее прибыльно, нежели в любой другой фактор производства. Так, например, разница в заработной плате между американскими выпускниками средних школ и университетов в начале 90-х годов прошедшего века достигала 85%. По расчетам известного американского экономиста, лауреата Нобелевской премии П. Самуэльсона, выпускник университета мужского пола до 65 лет зарабатывал около 3,6 млн. долл. (на уровне цен и доходов 1993 г.), выпускник средней школы — 2,4, а без среднего образования — 1,7. Овчинка, как видим, стоит выделки. Для того, чтобы больше получить, надо, понятно, больше и вложить. Может общество, учитывая уровень образования работника, переплачивает ему? По расчетам того же автора, вклад образования в прирост валового внутреннего продукта (ВВП) за 1948—1990 гг. в США составил 12%. Именно по этой причине инвестиции в человеческий капитал более эффективны, чем в любой другой сфере предпринимательской деятельности. Здесь уже доход предпринимателя не ставится в зависимость от цены, или тем более, полезности товара для потребителя. Тем самым западные экономисты, хотя бы они того или нет, признают теорию прибавочной стоимости К. Маркса, не ссылаясь при этом, правда, на первоисточник. Но это вопрос, собственно говоря, этики.

В настоящее время четкого и обоснованного определения человеческого капитала нет до сих пор. В одном из популярных на пространстве СНГ американском учебнике по экономике дано такое определение: «Человеческий капитал есть мера воплощенной в человеке способности приносить доход. Человеческий капитал включает врожденные способности и талант, а также образование и приобретенную

квалификацию»(4, 303). Сказано, как видим, в конце 20-го века. А вот что писал К. Маркс в середине 19-го века: «... та часть капитала, которая превращена в рабочую силу, в процессе производства изменяет свою стоимость. Она воспроизводит свой собственный эквивалент и сверх того избыток прибавочной стоимости, которая, в свою очередь, может изменяться, быть больше или меньше»(3, 220). А если мы признаем за рабочей силой способность производить прибавочную стоимость, то надо признать и существование эксплуатации работника владельцем средств производства. Приведем еще одно определение человеческого капитала: «Инвестиции в человеческий капитал — это любое действие, которое повышает квалификацию и способности, или, другими словами, производительность труда рабочих»(2, 171).

Из сказанного вытекает очевидный вывод для экономической политики Беларуси и России: «Если специалист высокой квалификации переезжает в другое государство, то он обязан вернуть средства, затраченные на его образование из государственного бюджета. Эти средств используются для развития образования в стране». Об этом говорится в связи с тем, что в настоящее время США увеличили количество виз научным работникам до 200 тыс., а Германия готова принять до 100 тыс. компьютерных специалистов из стран СНГ. Это свидетельствует о том, что, во-первых, в странах СНГ роль работников интеллектуального труда недооценивается. А во-вторых, — страны так называемого «золотого миллиарда», в первую очередь США и Германия, выступают в роли глобального эксплуататора, то есть используют «мозги» других стран для увеличения национальных объемов производства.

Структура человеческого капитала и его накопление

В человеческом капитале можно выделить затраты на образование, поддержание и развитие здравоохранение, на получение информации и на миграцию рабочей силы, то есть названы четыре основных элемента структуры человеческого капитала. Рассмотрим каждый из них более подробно.

Главной составляющей человеческого капитала является образование. Оно — главный способ повышения квалификации работников. *Под квалификацией* будем подразумевать степень и вид профессиональной обученности работника, наличие у него знаний, умений навыков, необходимых для выполнения определенной работы. В то же время квалификация является и характеристикой работы, требующей определенной точности исполнения, в зависимости от качественного (квалификационного) состояния рабочей силы.

Что входит в понятие «квалификация»? Под этим, прежде всего, подразумеваются различные уровни образования: начальное, среднее, профессионально-техническое, среднее специальное и высшее. Каждая ступень образования дает прирост квалификации, конкретизирует возможности работника выполнять сложную, напряженную, ответственную работу.

Работники с более высокой квалификацией должны получать и более высокую заработную плату. В противном случае будет тормозиться экономический и социальный прогресс общества, как это имеет место в настоящее время в СНГ.

Инвестиции в образование работника гораздо эффективнее вложений в любой другой фактор производства. Так, например, по данным Всемирного банка по 192 странам, экономический рост зависит от прироста человеческого капитала на 64%, а от прироста физического (производительного) капитала и природных ресурсов — на 36%. Объясняется это тем, что рабочая сила, как элемент производительного потенциала и объект капитала, по своей стоимости, полезности, по характеру своего морального износа отлична от других факторов производства. Мы имеем дело с принципиально иным типом морального износа — не с уменьшением (относительным и абсолютным) производительной силы, а с приращением фонда знаний, навыков, и опыта, воплощенных в рабочей силе. Производительная ценность работника, следовательно, со временем повышается.

Второе направление инвестиций в человечески капитал — это здравоохранение. Здравоохранение сопровождает работника со дня рождения до последних дней жизни. Затраты на здравоохранение продлевают срок оборота работника в производстве. О значении здравоохранения с точки зрения его реального вклада в развитие человеческого капитала можно судить по некоторым косвенным показателям. Так, в систему характеристик здоровья входят показатели заболеваемости, инвалидности и нетрудоспособности, которые объединяются в интегральный показатель «глобального бремени болезней» (DALY). Эта система выражает годы жизни, потерянные в результате преждевременной смерти, от нетрудоспособности или инвалидности. И чем меньше этот показатель, тем выше уровень здоровья населения страны, тем выше отдача от вложений капитала в здравоохранение.

Количественные параметры затрат на здравоохранение определены условиями формирования «глобального бремени болезней» и стоимостью мероприятий по его снижению. Хорошее здоровье населения, очевидно, зависит не только от образа жизни индивида, хотя это и очень важно, но и является результатом обоснованной и долгосрочной программы развития здравоохранения и поддержание его на высоком уровне. Ибо хорошее здоровье — это большая продолжительность жизни, высокая производительность труда, меньшие выплаты по бюллетеням, а стало быть, расходы на здравоохранение есть выгодное вложение капитала с возрастающей отдачей.

Третье направление инвестиций в человеческий капитал — это расходы на обеспечение мобильности работников. Мобильность работников определяется как общими экономическими закономерностями развития, так и личными соображениями работника, а также циклическими и структурными колебаниями экономики.

Надо иметь в виду, что в условиях информационной революции полученные знания (информация) устаревают каждые 8—10 лет. При этом, как было подсчитано, за этот период объем знаний человека удваиваются. Возрастают, следовательно, и затраты, необходимые на переобучение и переквалификацию работника. Повышение мобильности работника интенсифицирует воспроизводство Человеческого капитала. В то же время и сам работник стремится переучиваться, получить новую профессию, если в перспективе его ожидает более высокая оплата труда. Мобильность работников является своего рода амортизатором последствий безработицы, как правило, структурной. Поэтому государство должно такие затраты финансиро-

вать. Так, например, в Канаде нет возрастных ограничений для студентов при получении образования, — в любом возрасте можно поступить в вуз. Даже имея одно высшее образование. Во Франции государство оплачивает трехлетнее переобучение работника.

Мобильность работников — явление прогрессивное не только в экономическом смысле, но и в социальном. Высокая мобильность помогает работнику адаптироваться к меняющейся ситуации в экономике. При этом работник преследует две цели: получение большей оплаты труда и утверждение принципа социальной справедливости и равенства на рынке труда. Однако из общего правила бывают исключения, обусловленные национальной спецификой. Так, около 25% работников в Японии связаны с фирмами системой пожизненного найма, и ничего страшного с ними не происходит. Они повышают уровень образования на своей фирме. Мобильность же американцев по стране гораздо выше, нежели японских работников в Японии.

В условиях Беларуси и России повышению мобильности работников мешают институт прописки и недостаточная покупательная способность населения. Но дело не только в этом. В России, например, из-за природно-климатических условий выше затраты на жилье и на транспорт, нежели в западной Европе, Азии и Латинской Америке.

Почему работникам не сидится на одном месте? Ими, очевидно, двигает не только желание получать более высокую заработную плату, работать в лучших условиях и прочие соображения. Ради всего этого они и идут на издержки в настоящем, связанные с миграцией, чтобы «завтра было лучше».

Согласно теории человеческого капитала, производительность труда и, соответственно, рыночная цена услуг работника (заработная плата) определяется тем, сколько работник, его семья и наниматель считают необходимым инвестировать в образование и обучение, здравоохранение и размещение рабочих мест.

А, с последней трети 20-го века инвестиции в человеческий капитал в развитых странах растут значительно быстрее, нежели капиталовложения в материально-вещественные факторы производства, что соответствует месту человека в системе производства и общества в целом.

3.3.2. Производительный капитал

Важным условием эффективного труда работников является наличие на фирме производительного капитала. Под капиталом вообще будем понимать любое благо, которое приносит его владельцу доход. *Под производительным капиталом* будем подразумевать созданные человеком средства производства, используемые для производства продукции.

Капитал производительный, как, впрочем, и любой другой, постоянно находится в движении, или совершает оборот, в противном случае он умирает, как капи-

тал. *Время оборот капитала* — это период времени от момента авансирования ресурсов в денежной форме до момента их возвращения в денежном выражении.

В зависимости от специфики оборота производительный капитал делится на основной капитал и оборотный. *Капитал основной* — это часть средств производства, которая функционирует в процессе производства длительный период времени, например, станки. В процессе производства он подвергается износу и поэтому его стоимость включается в затраты на производимую продукцию по частям в меру износа. *Износ основного капитала* — это потеря им своей стоимости и потребительских свойств. Различают физический и моральный износ основного капитала.

Физический износ — это потеря основным капиталом потребительских свойств в результате его использования в производстве или под воздействием внешней среды (коррозия, выветривание и т.д.). *Моральный износ* — это потеря основным капиталом части своей стоимости вследствие роста производительности труда, НТП.

В учебной экономической литературе обычно указывают два вида морального износа основного капитала. В первом случае теряется часть его стоимости в связи с появлением более дешевых станков, машин, оборудования и т.д. Второй вид морального износа состоит в том, что действующие средства труда вытесняются новыми, более производительными. Все это верно, но моральный износ может выделяться и по другим признакам и трактовать его можно более широко. Новое оборудование, например, может отличаться не только высокой производительностью и меньшей ценой, но и быть безотходным, экологически чистым, выполнять больше функций, потреблять меньше электроэнергии и т.д.

Процесс возмещения износа основного капитала посредством включения его в затраты по производству создаваемых благ называется *амортизацией*. Сама же сумма денег, направляемая на возмещение износа основного капитала, называется *амортизационными отчислениями (АО)*. Как формируется амортизационный фонд, предназначенный для замены изнашиваемого оборудования? Предположим, что некто за 500 тыс. руб. приобрел швейную машину и предполагаемый срок ее эксплуатации равен 5 лет. Для того чтобы через пять лет купить новую машину, нужно ежегодно откладывать по 100 тыс. руб. для возмещения износа. Наглядное представление о формировании фонда амортизации дает таблица 3.2.

В нашем примере определить годовой фонд амортизации ($A_{г}$) довольно просто:

$$A_{г} = K_{ос} / C_{сл}, \quad (3.2)$$

где $K_{ос}$ — цена покупки основного капитала, $C_{сл}$ — предполагаемый срок службы.

Таблица 3.2. Процесс формирования фонда амортизации

Годы	Стоимость швейной машины, тыс. руб.	Фонд амортизации
1	400	100
2	300	200
3	200	300
4	100	400

5	0	500
---	---	-----

Теперь несколько усложним условия задачи. Допустим, что в течение срока эксплуатации швейной машины на ее ремонт было израсходовано 100 тыс. руб. (плохая новость), но то, что от нее осталось по истечении срока эксплуатации, удалось продать за 50 тыс. руб. (хорошая новость). В этом случае годовой фонд амортизации придется рассчитывать уже по другой формуле:

$$A_r = (K_{oc} + Z_p - L_{ст}) / C_{сл}, \quad (3.3)$$

где Z_p — затраты на ремонт, $L_{ст}$ — ликвидационная стоимость.

Нетрудно заметить, что A_r в нашем случае будет равен 110 тыс. руб.

Для оценки износа основного капитала используется и такой показатель, как норма амортизации (A_n), которая представляет собой отношение суммы амортизационных отчислений за год к стоимости основного капитала:

$$A_n = A_r \cdot 100\% / K_{oc}. \quad (3.4)$$

Быстрый моральный износ основного капитала ведет к повышению нормы амортизации. Современный этап НТР обуславливает сокращение сроков амортизации, применение метода укоренной амортизации.

По своему составу основной капитал подразделяется на активную и пассивную части. К активной части относятся те средства труда, которые непосредственно воздействуют на предметы труда, например, станки, машины, оборудование, измерительные и регулирующие устройства и приборы, промышленные роботы, лазерная техника. К пассивной части основного капитала относятся здания и сооружения, транспорт.

Помимо основного капитала в состав производительного капитала входит и *оборотный капитал* ($K_{об}$) — часть средств производства, стоимость которой полностью включается в затраты на производство продукции. К нему относятся предметы труда, то есть сырье и вспомогательные материалы. Экономия оборотного капитала, постоянное улучшение его использования — одно из условий повышения эффективности производства.

Разные части производительного капитала имеют неодинаковую скорость оборота. Оборот, например, производственных зданий может исчисляться десятками лет, а оборудования — в несколько раз меньше.

К факторам производства относятся не только работники и производительный капитал, но и земля в широком смысле этого слова, включая сельскохозяйственные угодья, полезные ископаемые, лес, рыбу и т.д.

3.3.3. Земля как фактор производства

Земля как фактор производства имеет ряд особенностей. Во-первых, ее нельзя увеличить. Поэтому там, где в ней нуждаются, например, в центре города, она дорогая. В то же время на расстоянии нескольких километров она гораздо дешевле. Во-вторых, невозможен обмен дорогой земли на дешевую, поскольку она нетранспортабельна. Отсюда понятно, что небоскребы, например, в Нью-Йорке, и подземные транспортные коммуникации (метро) призваны сократить недостаточность земли.

Земля человеком может использоваться по-разному:

- В качестве сельскохозяйственных угодий, то есть для выращивания зерна, овощей, фруктов и т.д.;
- Для добычи полезных ископаемых;
- Как место нахождения жилых зданий, производственных и спортивных сооружений и т.д.

В том случае, если земля используется фирмами и государством для обработки, разработки и размещения предприятий и организаций, тогда и имеет место использование земли как фактора производства. Сюда, например, относится строительство фабрик, складов, прокладка дорог и пр. Однако земля используется не только с целью производства, но для строительства жилых домов.

В процессе производства продукции ресурсы превращаются в факторы производства и взаимодействуют друг с другом (рис. 3.4).

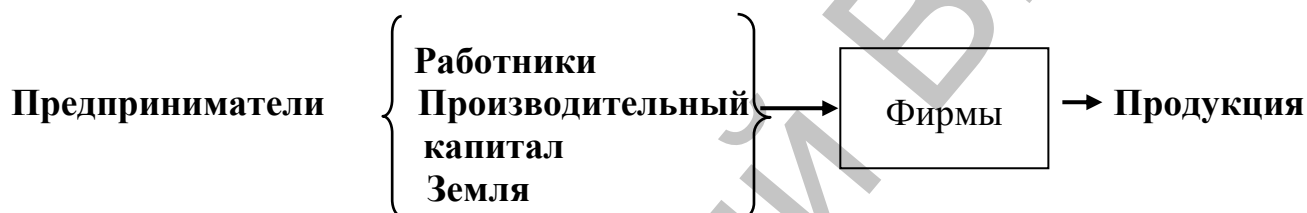


Рис. 3.4. Простая схема производства продукции

3.4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФУНКЦИИ

Процесс взаимодействия факторов производства и их роль в производстве продукции описываются различными математическими функциями, которые получили название производственных. *Под производственными функциями* подразумевают математические уравнения, описывающие связи между количественными изменениями факторов производства и величиной выпуска продукции.

В современной экономической теории для анализа экономической ситуации и прогнозирования используются однофакторные, двух — и многофакторные производственные функции.

3.4.1. Однофакторная производственная функция «L→TP». Закон переменной производительности факторов производства

Предположим, что фирма занимается производством кукурузы и единственным переменным фактором у нее является количество работников, которое меняется от одного до восьми. И наша задача состоит в том, чтобы определить оптимальное количество работников по критерию производительности труда, или среднему продукту на одного работника. Допустим также, что зависимость объема производства кукурузы (TP, в тоннах) от количества работников фирмы (L) описывается следующей однофакторной производственной функцией:

$$TP = 10L^2 - L^3. \quad (3.5)$$

На основе уравнения 3.5 легко подсчитать и среднюю производительность труда работника (AP):

$$AP = (10L^2 - L^3) / L = 10L - L^2. \quad (3.6)$$

Введем и такое понятие, как индивидуальная (единичная) производительность труда (Ри). Под единичной производительностью будем подразумевать производительность каждого отдельного работника, или количество продукции, которое работник производит в единицу времени. При этом сделаем весьма существенную оговорку. В экономической литературе вместо понятия «единичная (индивидуальная) производительность» используется понятие «предельная производительность». По сути, под предельной производительностью понимают производительность каждого последующего по номеру работника. В результате чего появляется методологическая путаница. Получается, что «предельная производительность» и «производительность дополнительного работника» — понятия-синонимы. Но как тогда выделить производительность труда последнего по целесообразности нанимаемого работника, когда дальнейший найм его теряет экономическую целесообразность? На этот вопрос нет ответа вообще. Поэтому, на взгляд автора пособия, обосновано введение понятия «индивидуальная производительность» (производительность отдельного работника). В таком случае удастся выделить и предельную производительность труда. Да и слову «предельный» в таком случае придается изначальный смысл (крайний, являющийся границей).

Таблица 3.3. Динамика количества работников (L), объема производства кукурузы (TP, в т), среднего продукта (AP) и индивидуальной производительности (Ри)

L	TP	AP	Ри
1	9	9	9
2	32	16	23
3	63	21	31
4	96	24	33
5	125	25	29
6	144	24	19
7	147	21	3
8	128	16	- 19

Данные расчета на основе уравнений 3.5 и 3.6, необходимые для определения оптимального количества работников, приводятся в таблице 3.3.

Теперь, по данным таблицы 3.3, построим кривые среднего продукта (AP), или средней производительности труда работников, и индивидуальной производительности труда (Ри). На рис. 3.5 видно, что оптимальное количество работников фирмы равно пяти.

В нашем примере, да и во многих других случаях, оптимальное количество работников можно найти и другим способом. Для этого достаточно взять производную AP по L (см. уравнение 3.6) и приравнять к нулю: $AP' = 10 - 2L = 0$. Откуда $L = 5$. Что и требовалось доказать.

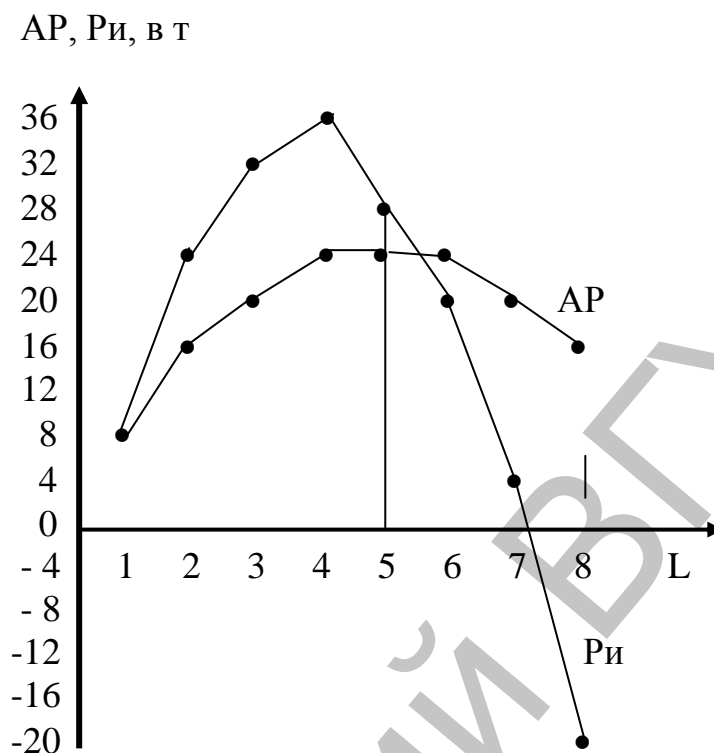


Рис. 3.5. Кривые среднего продукта (AP) и индивидуальной производительности (Pi)

Из сказанного можно вывести и *правило оптимума количества работников*. Согласно этому правилу, количество работников на фирме является оптимальным, если средняя производительность близка к индивидуальной производительности:

$$AP \approx Pi, \quad (3.7)$$

Кривая AP наталкивает на мысль о том, что в микроэкономике действует *закон переменной производительности труда*. Согласно этому закону производительность фактора производства сначала растет, достигает оптимума, а затем снижается. Объяснение этому закону простое. Приведем такой пример. В ткацком цехе камвольного комбината на одну ткачиху приходится 50 станков. В этом случае производительность труда будет наименьшая, так как станки будут обслуживаться наилучшим образом. По мере увеличения количества ткачих, очевидно, их средняя производительность сначала повысится, положим, когда их станет пятеро, достигнет максимума, а затем начнет снижаться. В качестве переменного фактора, при неизменном количестве ткачих, могут выступать и станки. Тогда, увеличивая количество станков, мы повышаем их отдачу, она достигнет максимума, затем будет снижаться.

Закон переменной производительности факторов производства часто называют законом убывающей производительности факторов производства, что совершенно неверно, поскольку производительность вначале растет.

3.4.2. Двухфакторная производственная функция вида Кобба —Дугласа

Для анализа динамики факторов производства и их отдачи довольно часто используют двухфакторные производственные функции. Они связывают выпуск продукции с величиной основного капитала и количеством труда.

Предыстория применения этой функции такова. В 1928 г. американцы математик Ч. Кобб и экономист П. Дуглас проанализировали статистические данные по обрабатывающей промышленности США и обнаружили связь между количеством отработанных человеко-часов (L) и величиной основного капитала (K), с одной стороны, и величиной создаваемого дохода, с другой. Производственная функция Кобба—Дугласа имеет следующий вид:

$$Y = 1.01K^{0.27}L^{0.73}, \quad (3.8)$$

где 1,01 — коэффициент пропорциональности, который подбирается эмпирически и, как правило, близок к единице; 0,27 — коэффициент эластичности выпуска по затратам капитала. Это значит, что увеличение затрат капитала на 1%, при неизменной величине труда, приведет к увеличению выпуска продукции (дохода) на 0,27%. 0,73 — коэффициент эластичности выпуска по затратам труда. Это означает, что увеличение затрат труда на 1%, при неизменной величине капитала, приведет к увеличению выпуска на 0,73%. Другими словами говоря, если, допустим, мы хотим увеличить выпуск продукции на 10%, то надо увеличить на 10% как величину капитала, так и количество труда. Вклад капитала в прирост выпуска продукции, таким образом, составит 2,7%, а труда — 7,3%.

Во времена Кобба и Дуглас, как видим, доминировал трудоемкий вариант развития промышленности, теперь же — капиталоемкий.

Эту функцию можно использовать для прогнозирования выпуска продукции и на уровне фирмы. Приведем конкретный пример. Предположим, что фирма производит телевизоры и используемая производственная функция имеет вид $Y = 2K^{0.5}L^{0.5}$, где Y — объем производства телевизоров, а K и L, соответственно, представляют собой отработанные человеко-часы (ч-ч) и машино-часы (м-ч). И пусть за смену эти затраты составят 160 м-ч и 40 ч-ч, тогда за смену будет произведено 160 телевизоров.

Производственные функции позволяют проанализировать и проблему взаимозаменяемости факторов производства. Проиллюстрируем сказанное конкретным примером. Пусть 1 т кукурузы может быть произведена семью комбинациями капитала и труда. И наша задача будет состоять в том, чтобы по исходным данным таблицы 3.4 выбрать лучшую из них по критерию денежных затрат предприятия на капитал и труд.

Таблица 3.4. Комбинации затрат капитала и труда

№	K, м-ч	L, ч-ч	K, тыс. руб.	L, тыс. руб.	K + L, тыс. руб.
1	1	60	1,5	24	25,5
2	2	30	3	12	15
3	3	20	4,5	8	12,5
4	4	15	6	6	12
5	5	12	7,5	4,8	12,3

6	6	10	9	4	13
---	---	----	---	---	----

Комбинации затрат капитала и труда, позволяющие произвести 1 т кукурузы, можно изобразить с помощью *изокванты* (рис. 3.6). Это кривая, точки на которой показывают различные сочетания факторов производства, обеспечивающие одинаковый выпуск продукции.

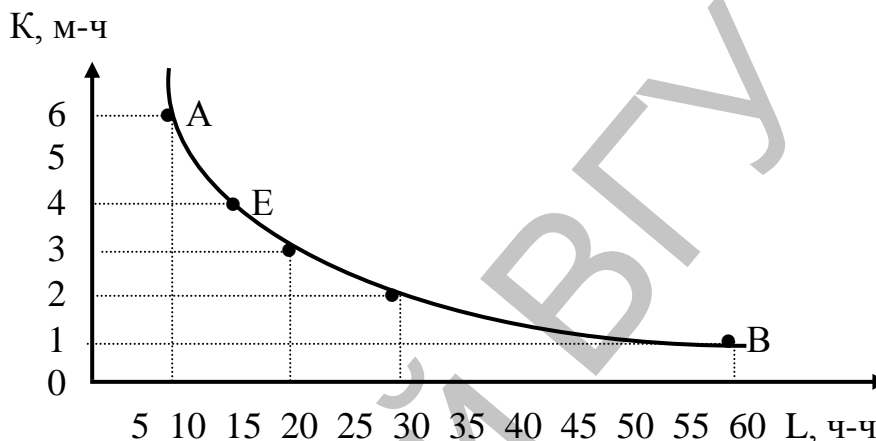


Рис. 3.6. Изокванта комбинаций затрат капитала и труда на производство 1 т кукурузы

Обратим внимание на то, что в таблице 3.4 и на рис. 3.6 наиболее трудоемкая комбинация (B), в конечном счете, сменяется на наиболее капиталоемкую (A). Оптимальным же сочетанием капитала и труда является комбинация № 4 (E), обеспечивающая минимум затрат труда и капитала в денежном выражении (12 тыс. руб. на производство 1 т кукурузы). Из сказанного вытекает и общее *правило минимизации затрат капитала и труда на производство единицы продукции*. Оптимум затрат труда и капитала на производство единицы продукции на фирме достигается тогда, когда затраты на труд приблизительно равны затратам на капитал. В виде формулы это правило можно записать следующим образом:

$$QK \cdot PK = QL \cdot PL, \quad (3.9)$$

или $QK / QL = PL / PK = 4 \text{ м-ч} / 15 \text{ ч-ч} = 400 \text{ руб.} / 1500 \text{ руб.}$

В формуле 3.9 QK и QL — количество затраченных на производство единицы продукции капитала и труда, выраженных в отработанных часах; PK и PL — цены одного м-ч и ч-ч.

Двухфакторная производственная функция вида Кобба—Дугласа, как видно из сказанного, обладает рядом достоинств. Во-первых, она описывает связь между величинами труда и капитала. Во-вторых, она позволяет найти и оптимальное соотношение между ними.

Вместе с тем, нетрудно заметить, что в ее основе лежит предположение об убывающей эффективности использования основного капитала, падении капиталотдачи. Поэтому на основе этой производственной функции появилось целое семейство модифицированных функций. В них, например, в качестве факторов производства выступают не только труд и капитал, но и квалификация работников, уровень

их образования, НТП и т.д. Однако анализ этих функций уже выходит за рамки предложенного пособия. С ними можно познакомиться в специальной экономической литературе.

После того, как предприниматель с целью производства какой-либо продукции приобрел ресурсы, перед ним встает задача использовать их так, чтобы добиться максимума экономической выгоды. О том, как он этого добивается, пойдет речь в следующей главе. Теперь же подведем итоги.

3.5. ВЫДЕЛИМ ГЛАВНОЕ

◆ Предприниматель — “двигатель” рыночной экономики, а *предпринимательство* — это инициативная деятельность граждан по организации производства и доставки платежеспособному потребителю товара с целью получения дохода.

Основными видами предпринимательской деятельности являются: производство продукции, торговля, финансы, посредничество, страхование, инновации, консалтинг, инжиниринг.

◆ Во многих случаях, для ведения предпринимательской деятельности организуются фирмы. *Фирма* — это самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, который производит и реализует продукцию.

По форме собственности выделяют частные, коллективные, государственные и совместные фирмы.

На основе коллективной формы собственности существуют хозяйственные товарищества (полные, коммандитные, акционерно-коммандитные), кооперативы, хозяйственные общества (ООО, ОДО, АО, ЗАО, ОАО) и фирмы трудовых коллективов.

Курс акции — это цена, по которой продается акция. Она прямо пропорциональна величине дивиденда и обратно пропорциональна депозитной процентной ставке.

На основе государственной собственности различают республиканские и коммунальные фирмы.

Фирма считается совместным предприятием, если в ней для хозяйственной деятельности объединен отечественный и иностранный капиталы.

К хозяйственным объединениям относятся картели, синдикаты, тресты, холдинги, концерны и финансово-промышленные группы.

◆ Основными факторами производства являются работники (труд), производительный капитал и природные ресурсы.

Главный фактор производства — человеческий капитал (работники). Инвестиции в ЧК определяют одно из основных направлений развития современной экономики. ЧК есть мера, воплощенной в человеке, способности приносить доход. ЧК включает: врожденные способности и талант, образование и приобретенную квалификацию.

В человеческом капитале выделяют затраты на образование, поддержание и развитие здоровья, на получение информации и на миграцию работников.

Под производительным капиталом подразумеваются созданные человеком средства производства, используемые для производства продукции. Производительный капитал подразделяется на основной и оборотный капиталы.

Процесс возмещения основного капитала посредством включения его в затраты по производству продукции называется *амортизацией*.

Для оценки износа основного капитала используются такие показатели, как *годовая амортизация и норма амортизации*.

Земля, как фактор производства, используется в качестве сельскохозяйственного угодья, для добычи полезных ископаемых и т.д.

♦ В экономических расчетах часто используются *производственные функции*. Это математические уравнения, описывающие связи между изменениями факторов производства и величиной выпуска продукции.

В экономической теории для анализа экономической ситуации и прогнозирования выпуска продукции используются однофакторные, двух — и многофакторные производственные функции. В качестве факторов производства в производственных функциях учитываются изменения в количестве труда и капитала, в образовании и квалификации работников, использовании достижений науки и техники в производстве и т.д.

♦ В экономике действует *закон переменной производительности факторов производства*. Согласно закону по мере увеличения фактора производства его производительность вначале повышается, достигает максимума, а затем уменьшается.

♦ Совокупность комбинаций труда и капитала, позволяющих добиваться одинакового по величине выпуска продукции, называется *изоквантой*.

3.6. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Предпринимательство. Фирма. Предприятие. Товарищество. Акционерное общество. Курс акции. Кооператив. Холдинг. Концерн. Финансово-промышленная группа. Человеческий капитал. Производительный капитал. Основной капитал. Годовая амортизация. Годовая норма амортизации. Оборотный капитал. Производственная функция. Закон переменной производительности факторов производства. Общий продукт. Предельный продукт. Средняя производительность. Индивидуальная производительность. Предельная производительность. Изокванта.

3.7. ПРОВЕРИМ СЕБЯ

Ответим на вопросы

1. Какова роль предпринимателя в современной экономике?
2. Как определяется доход коммерсанта?
3. Как определяется доход предпринимателя-посредника?
4. Чем фирма отличается от предприятия?
5. Каковы основные признаки фирмы как юридического лица?
6. Почему полное товарищество называется полным?

7. Какой пакет акций считается контрольным?
8. Чем ресурс отличается от фактора производства?
9. Что собой представляет человеческий фактор?
10. Каковы отличия основного капитала от оборотного?
11. В чем суть закона переменной производительности факторов производства?
12. Что такое изокванта?

Выполним смысловые задания

1. Подберите правильные определения товариществ

Вид товарищества	Определение
1. Полное	1. В нем, по меньшей мере, один из участников несет неограниченную ответственность, и хотя бы один — ограниченную ответственность перед кредиторами
2. Коммандитное	2. Все участники несут полную ответственность
3. Акционерно-коммандитное	3. Коммандиты вносят свою долю, приобретая акции товарищества

Решим задачи

1. Определите годовую норму амортизации основного капитала фирмы по следующим данным:

Элемент капитала	Стоимость, в млрд. руб.	Предполагаемый срок службы
1. Здания и другие сооружения	30	20
2. Оборудование	10	10
3. Вычислительная техника	2	4
4. Транспортные средства	8	8

2. За сколько \$ был куплен легковой автомобиль, если его годовая амортизация равна 1000\$, на ремонт было затрачено 1500\$, а его ликвидационная стоимость равна 500\$, и срок службы — 8 лет?

3. Если однофакторная производственная функция имеет вид $P = 0,8K$, где P — стоимость выпуска продукции, K — стоимость основного капитала, $0,8$ — коэффициент приведения к единому масштабу, то при $K = 200$ млн. руб. выпуск продукции составит:
а) 120 млн. руб.; б) 160 млн. руб.; в) 200 млн. руб.
4. По данным таблицы определите оптимальное количество работников.

Количество работников	1	2	3	4	5	6
Индивидуальная производительность работника, тонн зерна	60	80	100	80	30	10

5. Если производственная функция выпуска холодильников имеет вид $Q_x = 0,4K^{0.5}L^{0.5}$, где Q_x — количество холодильников, $0,4$ — коэффициент приведения к единому масштабу, то при $K = 400$ м-ч и $L = 100$ ч-ч будет произведено холодильников: а) 60; б) 80; в) 100.
6. По данным таблицы найти комбинацию минимальных затрат труда и капитала на изготовление единицы продукции, если цена м-ч = 6 тыс. руб., а ч-ч = 0,8 тыс. руб.

№ комбинации	Количество м-ч	Количество ч-ч
1	2	60
2	3	40
3	4	30
4	8	15
5	12	10

3.8. ЛИТЕРАТУРА

1. Баликоев В.З. Общая экономическая теория. Учебное пособие. — Новосибирск: «Лада», 1999. — Главы XIII и XV.
2. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. 11 изд. Т. 2. — М.: Республика, 1992. — Глава 30.
3. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. — М.: Политиздат, 1967. — Глава VI.
4. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. — М.: Дело, 1994.
5. Экономическая теория: Системный курс: Учеб. пособие / Под ред. Лобковича. — ООО «Новое знание», 2000. — Глава 8.

ГЛАВА 4

ИЗДЕРЖКИ И ДОХОДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

В ЭТОЙ ГЛАВЕ ГОВОРИТСЯ О ТОМ

- Как фирма использует ограниченные экономические ресурсы.
- Что собой представляют издержки, и какие они бывают.
- Что такое эффект масштаба.
- Как фирмы определяют свои доходы.
- Что такое рентабельность и как она измеряется.

4.1. ИЗДЕРЖКИ И ИХ ВИДЫ

Любой субъект хозяйствования, организовав производство и реализацию продукции, несет при этом соответствующие издержки. Но что это такое? *Издержки в*

широком смысле этого слова представляют собой совокупные затраты фирм по использованию ограниченных ресурсов на производство и реализацию продукции.

Формы издержек многообразны, и в зависимости от избранного признака можно выделить и различные классификации видов издержек. Такими признаками могут быть уровень субъекта хозяйствования, его отраслевая принадлежность, способ расчета, степень полноты учета затрат, собственность на используемые факторы производства, производительность фактора производства и т.д. При этом заметим, что каждая классификация видов издержек имеет право на существование и развитие, если она, разумеется, достаточно обоснована. Издержки можно оценивать с различных точек зрения. На них можно посмотреть и глазами марксиста, и маржиналиста, и кейнсианца.

По признаку уровня субъекта хозяйствования можно выделить общественные, индивидуальные и отраслевые издержки.

4.1.1. Издержки общества и проблема эксплуатации работников

Под *издержками общества* будем подразумевать совокупную стоимость всех факторов производства, затраченных на производство и реализацию продукции. Формула ее структуры была предложена К.Марксом (1818—1883) и имеет следующий вид:

$$T = c + v + m. \quad (4.1)$$

где T — стоимость товара (издержки общества); c — стоимость потребленных в процессе производства основного и оборотного капиталов; v — стоимость необходимого продукта, предназначенного для воспроизводства рабочей силы работника; m — стоимость прибавочного продукта, или прибавочная стоимость.

По К. Марксу m — результат эксплуатации наемных работников. Суть же эксплуатации состоит в том, что рабочий день наемного работника делится на две части. Первую часть рабочего дня он работает на самого себя, а вторую — на работодателя-собственника средств производства и создает ему прибавочную стоимость.

Многие экономисты в настоящее время отвергают само существование эксплуатации работников, а некоторые вообще считают это идеологическим штампом советских времен. Поэтому рассмотрим процесс производства стоимости товара более подробно. Что происходит в действительности? Работник нанимается к владельцу средств производства и получает заработную плату. На полученный доход он покупает продукты, одежду, обувь, платит за жилье, содержит детей и т.д. Кроме того, современный рабочий нуждается в автомобиле, повышает уровень образования и квалификации, платит за медицинские услуги. Затраты на приобретение перечисленного и составляют стоимость необходимого продукта (v). Таким образом, на необходимый продукт работник живет сам и содержит семью.

Стоимость необходимого продукта, безусловно, — важная часть стоимости товара, но не единственная. Дело в том, что работник способен производить больше стоимости, нежели стоимость необходимого продукта, то есть производимая им новая стоимость больше стоимости необходимого продукта. На это обстоятельство, кстати говоря, указывали еще до К. Маркса А. Смит и Д. Рикардо. В самом деле, ес-

ли бы работник работал только на самого себя, то его никто бы не стал нанимать на работу. Продукт, который работник производит сверх необходимого продукта, и получил название прибавочного, а его стоимость — прибавочной стоимости.

Теперь рассмотрим процесс производства прибавочной стоимости на конкретном примере. Допустим, что в швейной мастерской работают 10 человек и производят мужские рубашки, а их рабочий день составляет 8 часов, дневная заработная плата — 20 тыс. руб. За один час, допустим, производятся 5 рубашек. Структура затрат на производство рубашки приводится в таблице 4.1.

Таблица 4.1. Структура затрат на производство одной рубашки; в тыс. руб.

№	Элементы затрат	Стоимость элемента затрат; в тыс. руб.
1	Ткань	15
2	Нитки, пуговицы, молнии и т.д.	3
3	Электроэнергия	1
4	Стоимость износа швейной машины и др. элементов основного капитала	1
5	Зарботная плата	10
	Итого	30

Предположим далее, что рыночная цена одной рубашки совпадает с указанной структурой затрат факторов производства и равна, следовательно, 30 тыс. руб. При этом обратим внимание на то, что в этом случае работодатель не получает дохода ни после продажи первой рубашки, ни — второй, ..., ни двадцатой. Но затем количество начинает переходить в качество. За 4 часа было произведено 20 рубашек (5 рубашек • 4 часа). Таким образом, был сформирован дневной фонд заработной платы для 10-ти работников, равный 200 тыс. руб. Однако, как это не печально уже для работников, рабочий день продолжается еще 4 часа. За вторую половину рабочего дня будет произведено еще 20 рубашек. Их реализация уже принесет радость капиталисту-работодателю, доход которого составит 200 тыс. руб. в день (20 рубашек • 10 тыс. руб.). Это и есть стоимость прибавочного продукта, созданного работниками. Он и является результатом эксплуатации наемных работников. Такова логика К. Маркса. Насколько она применима к реалиям сегодняшнего дня?

С одной стороны, многие экономисты, в том числе и возродившиеся на пространстве СНГ, как птица Феникс из пепла, упорно не замечают механизм производства прибавочной стоимости, даже не употребляют сам термин «прибавочная стоимость». Но тогда складывается впечатление, что прибыль падает на капиталиста, как снег на голову. Считается, что основной и оборотный капиталы обладают естественной способностью производить прибыль. Но ведь их вклад ограничивается величиной амортизационных отчислений и стоимостью затраченного на производство оборотного капитала. Вот их доля в стоимости товара. Как же тогда объяснить происхождение прибыли? В ответ высокомерное молчание. Буржуазные экономи-

сты и не собираются это делать, так как не в этом состоит их задача. Можно, конечно, эксплуатацию в упор, как говорится не видеть, но все равно она, как реальность, будет существовать. Везде, где есть присвоение результатов чужого труда, там имеет место социально-экономическая эксплуатация. В таком смысле можно выделить рабовладельческую, феодальную, капиталистическую и социалистическую формы эксплуатации.

С другой стороны, далеко не правы и ортодоксальные марксисты, не замечающие двойственной природы капиталистов-предпринимателей. В одном лице они могут быть и эксплуататорами, и тружениками. Дело в том, что стоимость прибавочного продукта состоит не только из прибавочной стоимости, создаваемой наемными работниками. В него вносят свой вклад и предприниматели. В крупных фирмах они, по меньшей мере, занимаются стратегическим менеджментом, в средних — менеджментом и маркетингом, а в малых они — и менеджеры, и маркетологи, и работники. Вопрос заключается лишь в том, какова их доля в прибавочном продукте, а какова доля наемных работников. Слишком большой разрыв в доходах между капиталистами-предпринимателями и наемными работниками, на что обратил внимание Д. Кейнс, может привести социальному взрыву.

Таким образом, величина стоимости прибавочного продукта (Пп) создается как трудом наемных работников (Мнр), так и трудом капиталистов-предпринимателей (Мкп):

$$\text{Пп} = \text{Мнр} + \text{Мкп}. \quad (4.2)$$

4.1.2. Издержки фирм и отрасли

От общественной стоимости продукции следует отличать *издержки фирм* (Сф), которые составляют часть издержек обществ:

$$\text{Сф} = \text{Мз} + \text{АО} + \text{V}. \quad (4.3)$$

Они включают в себя стоимость израсходованных материалов (Мз), стоимость износа основного капитала (АО) и величину заработной платы с отчислениями на социальное страхование (v).

Отраслевые издержки — это затраты факторов производства на единицу продукции в среднем по отрасли.

По способу расчета выделяют плановые, нормативные и фактические издержки. *Плановые издержки* определяются на основе плановой (сметной) калькуляции отдельных издержек. *Нормативные издержки* изделия покрывают затраты на его производство и реализацию по действующим нормативам. *Фактические издержки* выражают сложившиеся в отчетном периоде затраты на производство и реализацию определенного вида продукции, то есть фактические затраты ресурсов.

В зависимости от отраслевой принадлежности выделяются издержки промышленности (себестоимость), транспортные, торговли и т.д. Издержки торговли, в свою очередь, подразделяются на дополнительные и чистые издержки. Первые связаны с доведением товара до потребителя, что является продолжением производства, например, упаковка, хранение. Чистые же издержки включают затраты на приобретение, реализацию товара и т.д.

По характеру используемого труда различают издержки, создаваемые живым и овеществленным трудом. В первый вид издержек включается новая стоимость ($v + m$), а во второй — перенесенная стоимость (c).

Издержки можно классифицировать и **по характеру принадлежности используемых ресурсов**. Дело в том, что для производства и реализации продукции можно использовать как ресурсы, приобретаемые на рынке, так и свои собственные. К числу первых, например, относятся издержки, связанные с прямыми денежными платежами поставщикам факторов производства и комплектующих, то есть фактических затрат фирмы. Это заработная плата, расходы на сырье, оплату транспортных услуг, за использование воды, газа, электроэнергии и т.д. Они еще называются *внешними (явными)*. Такого рода издержки играют важную роль для бухгалтерии, так как связаны с прямыми выплатами другим лицам. Их еще называют *бухгалтерскими издержками*.

Вместе с тем бухгалтерские издержки не включают стоимость ресурсов, принадлежащих самой фирме. Для их количественной оценки используется так называемый альтернативный подход. Суть его состоит в том, что владельцы фирм приравнивают доход от использования своих собственных ресурсов с денежными поступлениями, которые они могли бы получить, если бы предоставляли эти услуги другим хозяйствующим субъектам. Можно, например, сдать помещение в аренду и получать арендную плату. Сам владелец фирмы мог бы работать на другой фирме, например, в качестве менеджера. Такие альтернативные издержки использования своих ресурсов, недополученные в обмен на явные платежи, называются *неявными (внутренними)*. Их еще называют *имплицитными издержками*. Это неоплачиваемые издержки фирмы. К их числу относят неявный заработок предпринимателя и членов его семьи, неявный процент на собственный капитал, неявную арендную плату. Обычно такие издержки в бухгалтерском отчете не отражаются. Если величину неявных издержек прибавим к явным издержкам, то получим *экономические издержки*. Они зависят от количества используемых ресурсов и цен на них.

Поясним разницу между явными (бухгалтерскими) и неявными издержками на примере. Предположим, наша задача состоит в том, чтобы рассчитать бухгалтерские и экономические издержки частной пельменной. В ней заняты: сам предприниматель, его жена и наемный работник. Кроме того, используются также свое помещение и транспорт (таблица 4.2).

Таблица 4.2. Бухгалтерские и экономические издержки частной пельменной; в млн. руб.

№	Наименование издержек	Бухгалтерские издержки	Экономические издержки
1	Заработная плата работника	1,5	1,5
2	Мука, фарш и др. расходы	4,5	4,5
3	Плата за газ, воду, электроэнергию	1,0	1,0
4	Амортизация собственного основного капитала		2,0

5	Неявная заработная плата предпринимателя в качестве управляющего в аналогичной фирме		3,0
6	Неявный заработок жены		2,0
7	Процент на вложенный в производство собственный капитал		2,0
	Итого	7	16

По данным таблицы бухгалтерские издержки составляют 7 млн. руб., а экономические — 16 млн. руб. В неявные издержки предприниматель включил амортизацию собственного капитала, свой неявный заработок и жены и процент на вложенный в дело капитал, который он мог бы получать, поместив деньги в банк.

Итак, издержки определяются, измеряются и классифицируются с точки зрения экономистов, которых интересует текущая и прогнозируемая деятельность фирмы, и бухгалтеров, которых, прежде всего, интересует финансовый отчет, также баланс фирмы. Разница между экономическими и бухгалтерскими издержками зависит от объема и вида ресурсов, приобретаемых фирмой на рынке.

Выделяют и *невозвратные издержки*, которые не берутся в расчет при принятии фирмой экономических решений. Они представляют собой ранее произведенные и невозместимые расходы, например, затраты на специальное оборудование, которое не имеет альтернативного применения. Альтернативные издержки в таком случае равны нулю, поскольку невозвратные издержки никогда нельзя возместить ни при каких обстоятельствах. Поэтому они не учитываются в текущих счетах фирмы.

Издержки можно классифицировать и по временным периодам, в течение которых фирма принимает решение по поводу производства товаров. Для того чтобы изменить объем производства, фирме приходится корректировать величину и структуру затрат. Одни затраты можно изменить довольно быстро, другие же требуют определенного времени.

4.1.3. Издержки в коротком периоде. Постоянные и переменные издержки

Краткосрочный период — это период времен, недостаточный для модернизации или ввода в действие новых производственных мощностей предприятия. Однако в этот период времени фирма может увеличить объем производства продукции за счет более рационального использования производственных мощностей, например, нанять дополнительных работников, купить больше сырья, увеличить коэффициент сменности обслуживания оборудования и т.д. Отсюда следует, что в краткосрочном периоде затраты могут быть либо постоянным, либо переменными.

Постоянные издержки (FC) — представляют собой сумму затрат, не зависящих от изменений объема производства. Они связаны с самим существованием фирмы и должны быть оплачены, даже если фирма по тем или иным причинам ничего не производит. Они включают в себя амортизационные отчисления на здания и оборудование; налог на имущество; страховые платежи; ремонт; эксплуатационные

расходы; платежи по облигациям; жалование высшему управленческому персоналу и др.

Переменные издержки (VC) это стоимость ресурсов, используемых непосредственно для производства определенного количества продукции. К ним относятся, например, затраты на сырье, топливо, энергию; оплата транспортных услуг; заработная плата работников-сдельщиков и т.д. В отличие от постоянных издержек переменные издержки зависят от объема производства продукции.

Сумма постоянных и переменных издержек образует *общие издержки (TC)*:

$$TC = FC + VC . \quad (4.4)$$

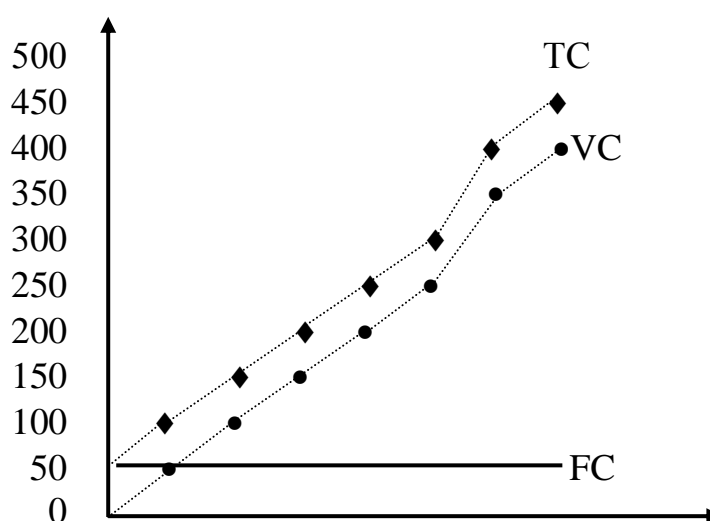
Предположим, что предприниматель на месяц взял в аренду помещение и оборудование, а величина арендной платы равна 50 млн. руб. С помощью арендованного оборудования в течение месяца можно изготовить семь единиц продукции. Данные по переменным и постоянным издержкам (в млн. руб.) на производство продукции приводятся в таблице 4.3.

Таблица 4.3. Постоянные, переменные и общие издержки на производство продукции в месяц; в млн. руб.

Количество продукции, в шт	FC	VC	TC
0	50	—	50
1	50	60	110
2	50	110	160
3	50	150	200
4	50	200	250
5	50	260	310
6	50	330	380
7	50	410	460

Далее, по данным таблицы, изобразим кривые постоянных, переменных и общих издержек (рис. 4.1).

Издержки, в млн. руб.



1 2 3 4 5 6 7
 Количество продукции, в шт
 Рис. 4.1. Кривые постоянных, переменных и общих издержек

С кривой FC все понятно, и ее вид особых комментариев не требует. Что же касается кривых VC и TC, то они, обратите на это внимание, соответствующим образом изогнуты. Изгиб объясняется действием закона переменной производительности факторов производства, о нем уже шла речь. Согласно закону, производительность фактора вначале увеличивается, достигает максимума и затем начинает снижаться. Кривая же TC сдвинута относительно кривой VC на величину FC = 50 млн. руб.

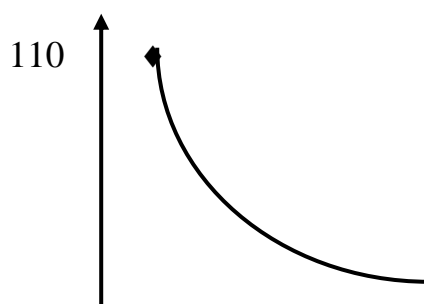
Теперь поставим перед собой более сложную задачу. Постараемся определить, при каком выпуске продукции средние переменные и средние общие издержки в нашем примере будут минимальными. Все необходимые для этого данные приводятся в таблице 4.4.

Таблица 4.4. Средние постоянные (AFC), средние переменные (AVC), средние общие (ATC) издержки, единичные издержки (Се); в млн. руб.

	AFC	AVC	ATC	Се
1	50	60	110	60
2	25	55	80	50
3	17	50	67	40
4	4	50	62,5	50
5	10	52	62	60
6	8	55	63	70
7	7	60	67	80

Как были получены данные, приведенные в таблице 4.4? Ничего сложного: $AFC = FC / Q$, $AVC = VC / Q$, $ATC = TC / Q$, где Q — количество производимой продукции. А единичные издержки (Се) — это прирост издержек, необходимых для производства дополнительной единицы продукции. Они, легко заметить, по величине совпадают с приростом общих переменных издержек (см. таблицу 4.3). В экономической литературе единичные издержки, почему-то, называются предельными. А под ними подразумевают издержки, которые приходятся на изготовление дополнительной единицы продукции. Но в таком случае невозможно определить, при каких объемах продукции достигаются минимумы средних переменных и средних общих издержек. Непонятно? Тогда продолжим решение поставленной задачи на оптимизацию издержек фирмы. По данным таблицы 4.4 построим кривые AFC, AVC, ATC и Се.

AFC, AVC, ATC, Се, в млн. руб.



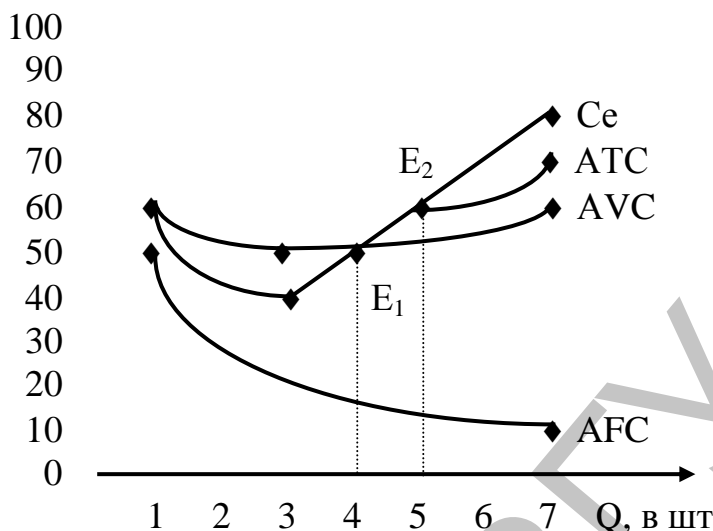


Рис. 4.2. Кривые средних издержек и точки их минимумов.
Кривая единичных издержек

В нашем примере минимум AVC приходится на выпуск четырех единиц продукции, а точка E_1 — точка оптимума, в которой

$$AVC \approx Ce = MC_1, \quad (4.5)$$

где MC_1 — предельные единичные издержки. Это значит, что прирост общих издержек на производство четвертой единицы продукции является предельным в том смысле, что обеспечивает минимум средних переменных издержек.

Далее, если объем производства будет доведен до пяти единиц продукции, тогда будет обеспечен минимум ATC . В таком случае будет реализовано правило

$$ATC = Ce = MC_2. \quad (4.6)$$

В точке E_2 средние общие издержки равны единичным издержкам, которые, в свою очередь, совпадают по величине с предельными издержками. Эта точка показывает, что дальнейшее наращивание объема производства продукции является нерациональным.

Таким образом, как видно из приведенного примера, знание правил микроэкономики и владение экономико-математическими методами позволяет предпринимателю определить оптимальный объем производства продукции.

До сих пор речь шла о коротком периоде времени. Теперь же постараемся выяснить, какую специфику привносит в поведение фирмы долгосрочный период?

4.1.4. Издержки производства в долгосрочном периоде. Эффект масштаба

Долгосрочный период времени — это период времени, достаточный для изменения производственных мощностей фирмы, то есть масштаба производства. Так, например, фермер может построить еще одну ферму и увеличить производство молока вдвое. Для этого, разумеется, требуются и время, и деньги.

Особенность долгосрочного периода заключается в том, что в нем все факторы производства переменные, то есть выделять постоянные издержки нет необхо-

димости. Для определения же оптимальных размеров производства в таком случае достаточно оперировать средними общими издержками (АС),

Поясним сказанное конкретным примером. Предположим, что мебельная фабрика ежемесячно выпускает 10 тыс. комплектов офисной мебели. При этом средние издержки (АС₁) для данного объема производства — 4 млн. руб. Затем, поскольку мебель пользуется повышенным спросом, фабрика увеличивает объем производства комплектов на 10 тыс. Постепенно, пусть, объем производства доводится с 10 тыс. комплектов до 50 тыс. О том, что в таком случае будет происходить с издержками, нам покажет рис. 4.3.

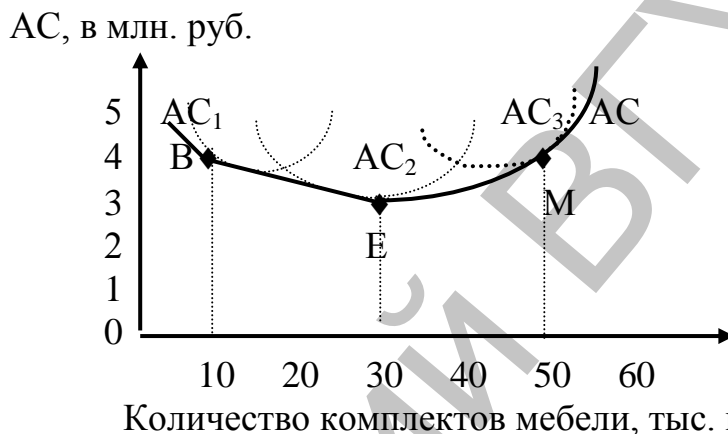


Рис. 4.3. Кривая долгосрочных издержек фирмы (АС)

О чем говорит этот рисунок? Минимум долгосрочной кривой АС совпадает по величине со средними общими издержкам фирмы, когда она производит 30 тыс. комплектов мебели, то есть *правило оптимизации размеров предприятия* имеет следующий вид:

$$АС = АС_2. \quad (4.7)$$

На кривой АС ярко выражены два участка: ВЕ и ЕМ. На участке ВЕ мы наблюдаем положительный эффект масштаба, а на участке ЕМ — отрицательный. Чем они объясняются?

Положительный эффект масштаба определяется целым рядом факторов.

Во-первых, он связан со специализацией труда. Крупная фирма, например, может нанять специалистов по менеджменту, маркетингу, организовать отдел рекламы и т.д.

Во-вторых, источником экономии на крупных предприятиях являются новые технологии. Малые фирмы не всегда могут использовать дорогостоящие, но более производительные машины или станки. По мере роста размеров фирмы появляется возможность более эффективно использовать производительный капитал, что снижает общие издержки. Мы с вами уже знаем, что по мере роста объема производства продукции снижаются средние постоянные издержки.

В-третьих, крупные предприятия также обладают большими возможностями для производства побочной продукции. Крупный мясокомбинат, например, может изготавливать и клей, и удобрения, и лекарства, и др. продукты, которые малые фирмы бы не производили.

Отрицательный эффект масштаба является следствием таких факторов, как рост управленческих расходов, увеличение издержек на содержание информационных служб. Кроме того, могут не совпадать интересы собственников фирмы и менеджеров. Возможно противоречие между администрацией и рабочими и т.д.

В некоторых случаях действует постоянный эффект масштаба, тогда у фирмы отсутствуют как экономия, так и ущерб от изменения масштабов производства.

Эффект масштаба играет важную роль в различных отраслях производства. Он определяет конкурентоспособность, как отдельной фирмы, так и отрасли в целом. Если действует положительный эффект масштаба, тогда выгодно организовать крупную фирму. При неизменном эффекте масштаба вместо одного предприятия, использующего определенную технологию, можно открыть несколько.

В отдельных сферах экономики преимущество имеют, напротив, мелкие предприятия. В первую очередь это относится к сфере услуг. Однако в автомобилестроении, сталелитейной промышленности, энергетике, других отраслях малые фирмы просто не смогут обеспечить эффективного объема производства и окажутся нежизнеспособными.

4.2. ДОХОДЫ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ФИРМ

4.2.1. Доходы фирм и их виды

После того, как продукция произведена, она реализуется покупателям, в результате чего фирма получает соответствующий доход.

В западной экономической литературе различают общий (совокупный), средний и предельный доходы.

Под *совокупным доходом* подразумевается сумма, поступающая фирме от продажи продукции, или выручка. Она рассчитывается по формуле

$$TR = P \cdot Q, \quad (4.8)$$

где TR — общий доход, P — цена единицы продукции, Q — количество проданной продукции.

Средний доход (AR) представляет собой доход, который образуется в среднем от продажи единицы продукции. Рассчитывается он следующим образом:

$$AR = TR / Q. \quad (4.9)$$

В том случае, если цены стабильны, то средний доход равен цене единицы продукции.

Выделяют западные экономисты и так называемый *предельный доход*, под которым подразумевают дополнительный доход, который приносит реализация дополнительной единицы продукции. На самом деле речь идет не о предельном доходе, а о единичном доходе:

$$Re = \Delta TR / \Delta Q, \quad (4.10)$$

где Re — единичный доход, или доход от реализации единицы продукции; ΔTR — прирост общего дохода; ΔQ — прирост выпуска продукции на единицу.

На примере приведенной формулы мы видим, как легко можно внести путаницу в простые понятия. Во многих западных (американских, как правило) учебни-

ках и пособиях по экономике любой доход, который приносит реализация единицы продукции, называется предельным. Тогда получается, что оптимальным является производство реализация уже второй единицы продукции. Зачем тогда вести расчет дальше? Впредь доход от реализации дополнительной единицы продукции будем называть единичным доходом, и обозначать символом Re .

Далее, постараемся определить динамику совокупного, среднего и единичного доходов фирмы на рынках с фиксированными и переменными ценами на единицу продукции.

Цены стабильные, как известно, на рынке совершенной конкуренции, где множество продавцов и покупателей однородной продукции и между ними сохраняется динамическое равновесие. На таких рынках цена на товар задается как продавцу, так и покупателю заранее, и никто из них на нее повлиять не в состоянии.

Допустим далее, что цена единицы продукции на рынке составляет 5 тыс. руб., а количество реализованной продукции меняется от единицы до восьми. В таком случае нетрудно определить и динамику TR (таблица 4.5).

Таблица 4.5. Динамика общего дохода фирмы (TR) от реализации продукции; в тыс. руб.

Общий доход (TR)	5	10	15	20	25	30	35	40
Реализованная продукция; в шт.	1	2	3	4	5	6	7	8

Из таблицы 4.5 видно, что на рынке совершенной конкуренции общий доход увеличивается на постоянную величину. На рис. 4.4 линии TR , P , AR и Re выглядят следующим образом:

P , TR , AR , Re , в тыс. руб.

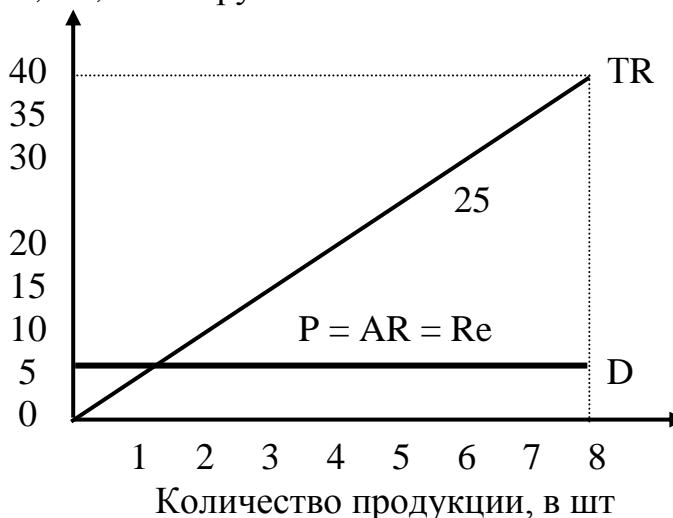


Рис.4.4. Линии общего, среднего и единичного дохода фирмы

В условиях совершенной конкуренции, как видно, линия единичного дохода совпадает с линией совершенно эластичного спроса (D). Линия же общего дохода имеет вид прямой восходящей линии, так как этот показатель увеличивается на постоянную величину с каждой дополнительной единицей продаж.

Далее рассмотрим динамику общего, среднего и единичного дохода в случае, если связь между величиной цены единицы продукции и количеством продаваемой продукции описывается следующим уравнением:

$$P_d = 5 \text{ тыс. руб.} - 0,5 \text{ тыс. руб.} (Q_d - 1),$$

где 5 тыс. руб. — максимально возможная цена, по которой покупатель купит только единицу продукции; 0,5 тыс. руб. — величина изменения цены; P_d — величина цены спроса; Q_d — величина спроса.

На основе приведенной формулы рассчитаем TR, Re и AR (в тыс. руб.). Полученные результаты расчета приводятся в таблице 4.6.

Таблица 4.6. Общий доход (TR), единичный (Re) и средний (AR) доходы фирмы; в тыс. руб.

P	Q	TR	Re	AR
5	1	5	5	5
4,5	2	9	4	4,5
4	3	12	3	4
3,5	4	14	2	3,5
3	5	15	1	3
2,5	6	15	0	2,5
2	7	14	- 1	2
1,5	8	12	- 2	1,5
1	9	9	- 3	1
0,5	10	5	- 4	0,5

По данным таблицы видно, что по мере увеличения объема реализуемой продукции общий доход вначале возрастает и достигает максимума (15 тыс. руб.), а затем уменьшается. При этом заметим, что общий доход растет до тех пор, пока единичный доход имеет положительное значение. Но, когда доход с единицы реализуемой продукции становится отрицательным, тогда уменьшается и общий доход. Единичный же доход является положительным в том случае, если спрос на продукцию эластичен (в нашем примере — это уровень цен от 5 до 2,5 тыс. руб.). В диапазоне же цены 2,5 — 1 тыс. руб. — спрос неэластичен, что обуславливает отрицательное значение единичного дохода. Этот участок на кривой спроса для фирмы нежелателен, так как дальнейшее увеличение выпуска продукции больше может сказаться на издержках, нежели на доходе, что уменьшает прибыль.

Взаимосвязь между общим, средним и единичным доходами показана на рис. 4.5. На нем также видно, что величина предельного дохода равна 1 тыс. руб. Предельным, в нашем случае, является доход от реализации пятой единицы продукции.

Это означает, что оптимальное количество производимой продукции равно пяти. Цифра пять, как видно, зажигает перед фирмой стоп-сигнал дальнейшему наращиванию объема производства. В самом деле, реализация уже шестой единицы продукции дополнительного дохода фирме не приносит.

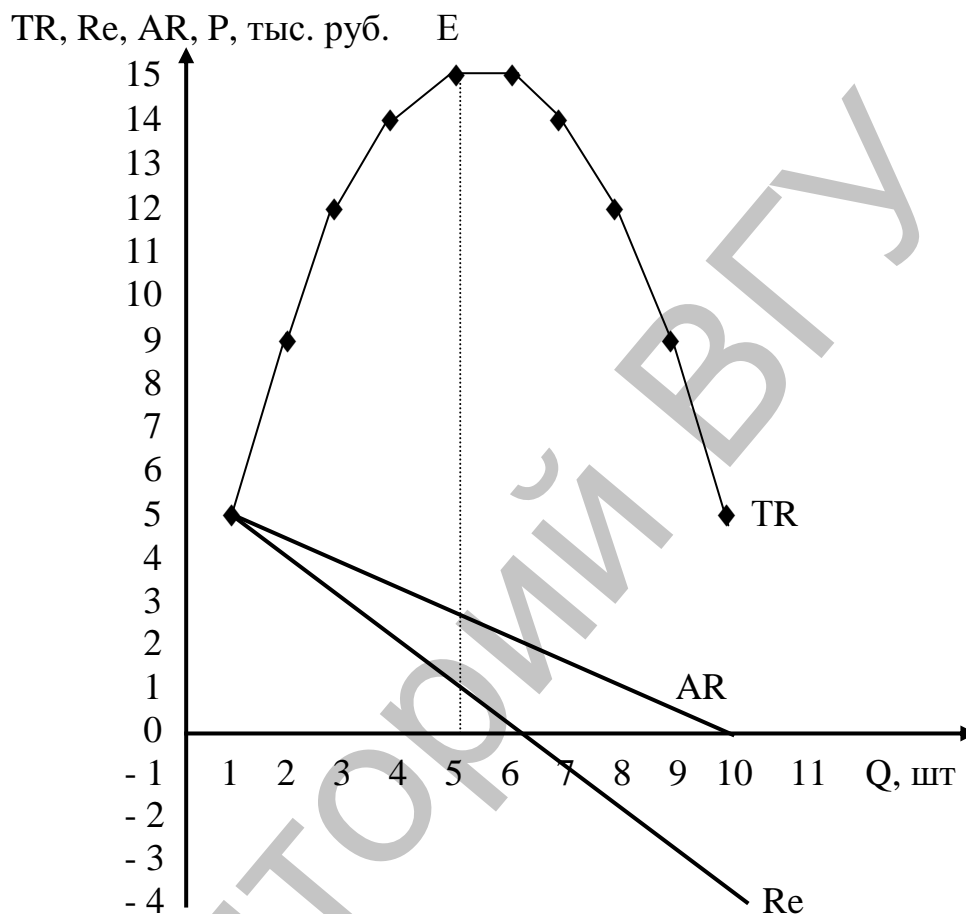


Рис. 4.5. Взаимосвязь между общим, единичным и средним доходами

В хозяйственной практике используются и такие показатели дохода, как валовой и чистый доходы. *Валовой доход* отражает не только результаты производственной, но и всей хозяйственной деятельности предприятия, так как учитывает конечные результаты его деятельности по мере завершения кругооборота средств и расчетов с потребителями. *Чистый доход* это разница между суммой денег, полученной от реализации продукции, или выручкой и издержками предприятия. Основной формой чистого дохода предприятия является прибыль.

Валовая прибыль определяется как разница между выручкой и общими издержками. В последние включаются: заработная плата, затраты на материалы, топливо, комплектующие изделия, амортизация, резервы и т.д.

В экономической литературе существуют различные толкования сущности и форм прибыли. К. Маркс, например, определял прибыль как внешнюю форму проявления буржуазных производственных отношений, в основе которых лежит эксплуатация наемных работников.

Некоторые экономисты с этим не согласны, так как отвергают само существование эксплуатации наемных работников. Прибыль же или рассматривается как до-

ход от использования факторов производства (труда, земли, капитала, предпринимательских способностей).

В действительности истина кроется, как об этом уже было сказано, в двойственной природе капиталиста-предпринимателя. С одной стороны, он является тружеником и вносит свой вклад в создаваемую прибавочную стоимость. Кроме того, он получает плату за риск, новаторство и создаваемые рабочие места. Но с другой стороны, — он эксплуатирует наемных работников, поскольку вынуждает их работать не только на себя, но и на него. В эксплуататора его превращает собственность на средства производства. И не видеть этого, значит выплескивать из ванной экономической теории вместе с грязной водой и ребенка. При этом возникает естественный вопрос, в каком соотношении находятся между собой прибавочная стоимость, создаваемая наемными работниками и предпринимателями, и прибыль? Можно сказать, что *прибыль* это реализованная прибавочная стоимость, или разница между выручкой (TR) и издержками (C):

$$\text{Пр} = \text{TR} - \text{C} . \quad (4.11)$$

Прибыль и прибавочная стоимость по величине могут и не совпадать, что зависит от соотношения сил между продавцами и покупателями на рынке. Если спрос на товар превышает его предложение, то и прибыль может быть больше произведенной на предприятии прибавочной стоимости на величину разницы между рыночной ценой товара (P) и его стоимостью (T):

$$\text{Мч} = \text{P} - \text{T}, \quad (4.12)$$

где Мч — часть прибавочной стоимости, созданной на других предприятиях.

В этом случае, следовательно, продавец выступает и в качестве эксплуататора работников других предприятий.

Если на рынки величина спроса меньше величины предложения, тогда прибыль будет меньше созданной на предприятии прибавочной стоимости.

Кроме того, капиталист-предприниматель может и не доплачивать наемным работникам заработную плату, злоупотреблять преимуществом собственника и включая ее в прибыль.

В определении форм прибыли существуют различные подходы. Так, в неоклассической теории выделяют, например, *нормальную прибыль*. Она является частью дохода предпринимателя и включается во внутренние издержки. Не забыли про них? Предполагается, что он, получая такую прибыль, тем самым вознаграждается за выполнение предпринимательских функций.

На прибыль можно посмотреть также глазами, как бухгалтера, так и экономиста. С точки зрения бухгалтера прибыль представляет собой разницу между выручкой и внешними (явными) издержками. Такие издержки еще называют бухгалтерскими. Иными словами, *бухгалтерская прибыль* — это сумма денег, остающаяся от выручки после уплаты отдельным лицам или фирмам-поставщикам материалов, капитала и рабочей силы. С точки зрения экономиста в таком понимании прибыли игнорируются неявные издержки, то есть платежи за ресурсы, принадлежащие фирме-производителю. Поэтому выделяют еще *экономическую (или чистую) прибыль*. Она представляет собой разницу между валовым доходом фирмы и экономическими издержками.

Широко используется и такое понятие, как *балансовая прибыль*. Это общая (совокупная) прибыль предприятия, характеризующая конечный финансовый результат его деятельности и отражающаяся в бухгалтерском балансе. В балансовую прибыль промышленные предприятия включают:

- прибыль от реализации товарной продукции, работ, услуг промышленного характера;
- прибыль от реализации других материальных ценностей, продукции и услуг непромышленного характера (подсобного хозяйства);
- доходы от внереализационных операций за вычетом расходов по этим операциям;
- сальдо непланируемых доходов, расходов и потерь.

Балансовая прибыль, таким образом, рассчитывается как разница между совокупным доходом и полной себестоимостью (бухгалтерскими издержками) и косвенными налогам (на добавленную стоимость, акцизным и др.). Выделяют еще *налогооблагаемую прибыль*. Для этого из балансовой прибыли вычитают налог на недвижимость и величину льготированной прибыли. Прибыль же чистая, используемая непосредственно на предприятии, будет меньше на величину штрафов, местных налогов и сборов, отчислений в централизованные фонды и др.

Но вот, в конце концов, величина чистой прибыли предприятия определена. Как она используется? Она может пойти на:

- финансирование развития производства и научные исследования;
- выплату премий, пособий и материальной помощи;
- финансирование дошкольных учреждений;
- строительство жилья;
- выплату дивидендов акционерам и т.д.

Величина прибыли, при прочих равных условиях, зависит от количества реализованной продукции, цены единицы продукции и величины издержек.

В свою очередь, объем продаж продукции и величина себестоимости определяются следующими факторами: качеством менеджмента; конкурентоспособностью продукции и уровнем цен на приобретаемые ресурсы; нормой амортизационных отчислений; уровне налоговых ставок и т.д.

В современных условиях прибыль выполняют стимулирующую, распределительную и учетную функции. Суть **стимулирующей функции прибыли** состоит в том, что она является фактором роста эффективности деятельности фирмы. **Распределительная функция** проявляется в том, что прибыль — источник накопления, развития производства, финансирования строительства непромышленного назначения, источник материального поощрения работников предприятия. **Учетная же функция** заключается в том, что прибыль является критерием эффективности предприятия.

4.2.2. Рентабельность и ее показатели

Сама по себе абсолютная величина прибыли еще не дает полного представления об эффективности фирмы. В самом деле, если у двух фирм прибыль равна по величине, означает ли это, что и их экономическая эффективность тоже одинаковая. Нет, конечно, ибо мы не знаем, какие были издержки, сколько было вложено в производство капитала и пр. Поэтому для оценки экономической эффективности фирмы еще используются такие показатели, как рентабельность продукции, производительного капитала и производства.

Под рентабельностью продукции (R_p) будем понимать отношение величины балансовой прибыли (Pr) к текущим затратам на производство и реализацию продукции в форме бухгалтерских издержек (C_b):

$$R_p = Pr100\% / C_b . \quad (4.13)$$

Рентабельность производительного капитала (R_k) измеряется отношением величины прибыли к стоимости основного (K_{oc}) и оборотного ($K_{об}$) капиталов фирмы:

$$R_k = Pr100\% / (K_{oc} + K_{об}) . \quad (4.14)$$

Имеет также смысл сопоставлять величину прибыли фирмы с ее основным капиталом и суммой оборотных средств (O_c), совокупностью оборотных фондов и фондов обращения предприятия, выраженных в денежной форме. В этом случае мы получим формулу для расчета рентабельности производства:

$$R_{пр} = Pr100\% / (K_{oc} + O_c) . \quad (4.15)$$

Рентабельность производства показывает отдачу авансированных в производстве средств.

Уровень рентабельности точно характеризует эффективность фирмы в том случае, если цены на ее продукцию соответствуют рыночному механизму ценообразования. Если же фирма является монополией, то она может получить дополнительную прибыль и за счет увеличения цены, а, следовательно, повысить рентабельность продукции.

4.3. ВЫДЕЛИМ ГЛАВНОЕ

◆ Фирма, используя ресурсы для производства продукции, несет издержки. Существуют различные классификации издержек.

По уровню субъекта хозяйствования выделяются общественные, индивидуальные и отраслевые издержки.

Издержки общества — это совокупная стоимость всех факторов производства, затраченных на производство и реализацию продукции, включая перенесенную и новую стоимость. Новая стоимость состоит из стоимости необходимого и прибавочного продуктов. Необходимый продукт предназначен для воспроизводства рабочей силы наемных работников. Прибавочный продукт является источником воспроизводства рабочей силы предпринимателей и удовлетворения потребностей всего общества в целом. Прибавочный продукт создается, как трудом наемных работников, так и трудом предпринимателей.

Под индивидуальными издержками подразумевают издержки фирмы. Они включают стоимость израсходованных материалов и износа основного капитала, величину заработной платы с отчислениями на социальное страхование.

Отраслевые издержки — это затраты факторов производства на единицу продукции в среднем по отрасли.

По способу расчета выделяют плановые, нормативные и фактические издержки.

По характеру используемого труда различают издержки, создаваемые живым и овеществленным трудом.

По принадлежности используемых ресурсов издержки подразделяются на *внешние*, связанные с использованием приобретаемых на рынке ресурсов, и *внутренние* — по использованию собственных ресурсов.

♦ В краткосрочном периоде различают *постоянные издержки*, независящие от объема выпуска продукции, и *переменные*, зависящие от количества производимой продукции. Выделяют также средние постоянные, переменные, общие и единичные издержки.

Минимум средних переменных и средних общих издержек достигается тогда, когда эти издержки приблизительно равны единичным издержкам. В этом случае количество производимой на фирме продукции считается оптимальным.

В долгосрочном периоде все факторы производства, как и издержки, считаются переменными.

♦ В современной экономике действует *эффект масштаба*. Его суть состоит в том, что с увеличением объема продукции средние издержки вначале уменьшаются, достигают точки минимума, а затем начинают повышаться. **Оптимальным считается объем производства, обеспечивающий минимум средних общих издержек.**

♦ Для оценки экономической эффективности фирмы используются такие показатели, как общий, средний и единичный доходы.

На рынке совершенной конкуренции линии единичного дохода и совершенно эластичного спроса совпадают, а средний и единичный доходы равны цене единицы продукции.

На рынке с переменной ценой единичный доход является положительным, если спрос на продукцию эластичен.

В хозяйственной практике часто используют такие показатели, как валовой и чистый доходы фирмы.

Валовой доход отражает результаты всей хозяйственной деятельности, конечные результаты фирмы.

Под чистым доходом понимается разница между выручкой от реализации продукции и издержками фирмы. Основной формой чистого дохода является *прибыль*, или реализованная прибавочная стоимость.

Валовая прибыль определяется как разница между выручкой и совокупными издержками. Они включают заработную плату, амортизацию, процент по ссудам, резервы и т.д.

В неоклассической теории выделяют такие формы дохода предпринимателя, как нормальная и экономическая прибыль. *Нормальная прибыль* входит во внутрен-

ние издержки и является вознаграждением за выполнение предпринимательских функций. *Экономическая прибыль* определяется как разность между валовым доходом и экономическими издержками (суммой внешних и внутренних издержек).

Важной формой дохода предприятия является *балансовая прибыль*. Это разница между валовым доходом и бухгалтерскими издержками и косвенным налогами.

◆ Наряду с абсолютными показателями экономической эффективности фирмы используются и относительные. К ним относятся такие показатели, как рентабельность продукции, производительного капитала и производства.

Рентабельность продукции — это отношение величины балансовой прибыли к величине бухгалтерских издержек.

Рентабельность производительного капитала — это отношение величины балансовой прибыли к стоимости основного и оборотного капиталов.

Рентабельность производства — это отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основного капитала и оборотных средств фирмы.

4.4. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Издержки. Общественные, индивидуальные и отраслевые издержки. Нормативные и фактические издержки. Бухгалтерские (внешние) и неявные (внутренние) издержки. Экономические издержки. Постоянные, переменные и общие издержки. Эффект масштаба. Положительный и отрицательный эффекты масштаба. Доход фирмы. Общий, средний и единичный доходы фирмы. Валовой и чистый доходы. Балансовая, бухгалтерская и экономическая прибыль. Рентабельность. Рентабельность продукции, производительного капитала и производства.

4.5. ПРОВЕРИМ СЕБЯ

Ответим на вопросы

1. Чем отличаются индивидуальные издержки от издержек общества?
2. Каковы источники прибавочной стоимости?
3. Чем отличается перенесенная стоимость от новой стоимости?
4. Почему бухгалтерские издержки называют еще явными, а внутренние — неявными издержками?
5. Чем отличаются издержки в краткосрочном периоде от издержек в долгосрочном периоде?
6. Что постоянного в постоянных издержках и переменного в переменных?
7. Почему средние постоянные издержки имеют тенденцию к снижению?

8. Чем предельные издержки отличаются от единичных издержек?
9. Чем вы можете объяснить положительный эффект масштаба?
10. Чем экономическая прибыль отличается от бухгалтерской прибыли?

Выполним задания

1. Поведение фирмы в условиях рыночной экономики изучает:
 - а) макроэкономика; б) микроэкономика; в) мировая экономика.
2. Если рабочий день наемного работника равен 8 часов, а на себя он работает 2 часа, то степень эксплуатации равна:
 - а) 100%; б) 200%; в) 300%; г) 400%.
3. Издержки производства фирмы складываются из:
 - а) заработной платы, стоимости машин, оборудования, материалов;
 - б) заработной платы, амортизационных отчислений, стоимости материалов, налогов;
 - в) процента по кредитам, заработной платы, налога на прибыль, амортизационных отчислений;
 - г) коммерческих и представительских расходов, стоимости материалов, налога на прибыль, подоходного налога.
4. Затраты фирмы являются постоянными, если они не зависят от:
 - а) объема выпуска продукции;
 - б) времени;
 - в) технологии;
 - г) величины минимальной заработной платы.
5. По данным таблицы определите оптимальный выпуск продукции:

Количество продукции, шт.	1	2	3	4	5	6
Общие издержки, в тыс. руб.	400	600	750	800	1250	1800

6. Экономическая прибыль — это разница между:
 - а) выручкой и бухгалтерскими издержками;
 - б) бухгалтерской прибылью и неявными издержками;
 - в) постоянными и переменными издержками.
7. Предполагаемая цена книги равна 10 тыс. руб., переменные издержки равны 6 тыс. руб., а постоянные — 200 млн. руб.
При каком тираже издательская фирма получит прибыль в 400 млн. руб.?
8. Годовая выручка фирмы составила 100 млн. руб. Среднегодовая стоимость ее основного капитала оценивается в 200 млн. руб., а годовая норма амортизации равна 10%.
Какова будет рентабельность продукции фирмы, если за год она затратила на выпуск продукции оборотного капитала на 40 млн. руб., годовой фонд заработной платы составил 20 млн. руб.?

4.6. ЛИТЕРАТУРА

1. Базылев Н.И, Базылева М.Н. Экономическая теория: Учебник для студентов экономических специальностей вузов. — Мн.: Книжный Дом, 2004. — Глава 12.
2. Лемешевская Л.В. Экономическая теория: тесты, ситуации, задачи: Учеб. пособие. — Мн.: Книжный Дом; Мисанта, 2005. — Тема 12.
3. Лемешевский И.М. Микроэкономика (экономическая теория. Ч. 2.) Учебное пособие для вузов. — Мн.: ООО «ФУАинформ», 2003. — Главы 7 и 8.
4. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. 11-го зд. Т. 2. — М.: Республика, 1992.—Глава 24.
5. Пол А. Самуэльсон, Вильям Д. Нордхаус. Экономика: Пер. с англ. — М.: «БИНОМ», 1997. —Глава 7.

РАЗДЕЛ III

ФИРМА НА РЫНКАХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И РЕСУРСОВ

В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ

- Дается развернутая характеристика рынков совершенной и несовершенной конкуренции.
- Рассматриваются модели поведения фирмы на рынках совершенной и монополистической конкуренции.
- Выясняются особенности рынков ресурсов и выводятся правила оптимального использования ресурсов фирмами.
- Определяется специфика рынков трудовых ресурсов, капитала, ценных бумаг, природных ресурсов и интеллектуальных продуктов.

ГЛАВА 5 ФИРМА НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

В ЭТОЙ ГЛАВЕ

- Дается общая характеристика рынков совершенной и несовершенной конкуренции.
- Анализируется проблема оптимизации поведения фирмы на рынках совершенной конкуренции, монополии, монополистической конкуренции и олигополии.

Для каждой фирмы важно знать, на каком рынке будет реализована ее продукция. В противном случае можно потерпеть и фиаско.

Различают рынки совершенной и несовершенной конкуренции, и каждый из них имеет свою характеристику, то есть свой, если можно так выразиться, экономический паспорт.

5.1. РЫНКИ СОВЕРШЕННОЙ И НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА

С произведенной продукцией фирма выходит, как правило, на конкурентный рынок. Конкуренция, напомним, является «живой водой» рыночной экономики.

Формы рынка многообразны. Силой абстракции и методами идеализации и моделирования постараемся выделить основные рыночные структуры. Они могут отличаться по разным параметрам:

- ◆ количеству и размерам фирм в отрасли;
- ◆ характером продукции;
- ◆ скоростью входа фирмы на рынок и выходу из него;
- ◆ доступностью информации и т.д.

Вначале воспользуемся методами абстракции и идеализации и выделим рынок совершенной конкуренции. Эти методы, кстати говоря, широко используются не только в экономике. Физики, например, широко применяют такие понятия, как «идеальный газ», «идеальная поверхность» и т.д.

Что же собой представляет *рынок совершенной конкуренции*? Это рыночная структура, в которой множество мелких фирм предлагают множеству покупателей однородную (стандартизированную) продукцию. Добавим к этому, что выход на рынок и выход с него совершенно свободен. К тому же нет ограничений к доступу экономической информации. Примером таких рынков являются рынки пшеницы, ценных бумаг. Рынки совершенной конкуренции — идеал, как для продавцов, так и для покупателей. Первые могут продать столько продукции, сколько смогут произвести. Вторые же могут купить продукции, сколько захотят, учитывая, само собой, свою покупательную способность. Здорово, конечно, но, к сожалению, гораздо чаще нам встречаются рынки несовершенной конкуренции: монополии, монополистической конкуренции и олигополии.

Монополия — противоположность совершенной конкуренции. На таком рынке товар продает единственная фирма. Инстинкт самосохранения заставляет ее воздвигать барьеры перед потенциальными конкурентами.

Рынок монополистической конкуренции, несмотря на свое название, ближе всего к рынку совершенной конкуренции. На этом рынке большое число фирм. На такие рынки можно попасть сравнительно легко, нетрудно и выйти. Единственным, но весьма существенным отличием является то обстоятельство, что продукция продается похожая, но отличающаяся как потребительскими свойствами, так и упаковкой и т.д. В качестве примера можно привести рынки стиральных порошков, зубной пасты.

Олигополию представляет рыночная структура, где небольшое количество фирм, выпускающих однородную или дифференцированную продукцию. Примерами олигополии являются производство стали, автомобилей, сельскохозяйственной техники, телевизоров. В таблице 5.1 представлены главные характеристики названных рыночных структур.

Таблица 5.1. Характеристика рыночных структур

Рыночная структура	Число фирм	Характер продукции	Условия вступления в отрасль	Доступность информации
Совершенная конкуренция	Очень большое	Однородная	Очень легкие	Равный доступ
Монополия	Одна	Уникальная	Жесткие барьеры	Некоторые ограничения
Монополистическая конкуренция	Много	Разнородная	Сравнительно легкие	Некоторые ограничения
Олигополия	Несколько	Однородная или дифференцированная	Отдельные препятствия	Некоторые ограничения

Каждая рыночная структура, как видно из сказанного, обладает своей спецификой и ее необходимо учитывать каждому предпринимателю, чтобы продвигать товар на рынок, оптимизировать объем производства продукции.

Начнем с поведения фирмы в условиях рынка совершенной конкуренции.

5.2. ФИРМА НА РЫНКЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

5.2.1. Модель рынка совершенной конкуренции

На рынке совершенной конкуренции множество продавцов и покупателей однородной продукции и никто из них не доминирует. Это означает, что ни один продавец и ни один покупатель не могут повлиять на цену товара. Между ними сохраняется динамическое равновесие (рис. 5.1). Это означает, что при прочих равных условиях рынок задает величину цены, как для покупателей, так для продавцов.

Общий доход фирмы (TR) в этом случае определяется как произведение величины цены единицы продукции (P) на соответствующее количество реализованной продукции (Q):

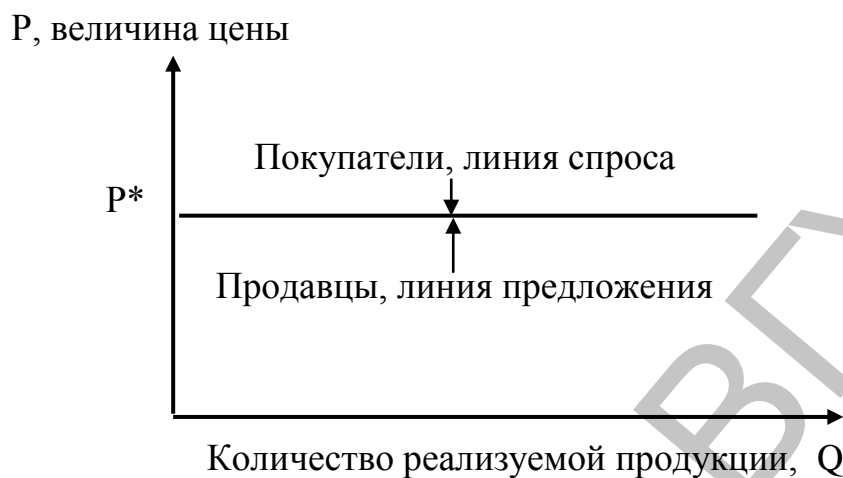
$$TR = P \cdot Q. \quad (5.1)$$


Рис. 5.1. Линия цены на рынке совершенной конкуренции

Каждая реализованная на рынке совершенной конкуренции единица продукции добавляет к выручке доход, равный цене.

Модель рынка совершенной конкуренции предполагает также, что конкуренты имеют одинаковый доступ к информации о ценах на рынке, величине прибыли, технологиях производства продукции. Поэтому фирма имеет возможность на таком рынке быстро реагировать на изменение условий на рынке. Кроме того, как мы уже знаем, на этом рынке не существует ограничений для входа на рынок и выхода из него.

5.2.2. Поведение конкурентной фирмы в коротком периоде

В краткосрочном периоде фирма не успевает изменить производственные мощности и поэтому стремится максимизировать прибыль или минимизировать убытки, регулируя объем производства. Для определения его оптимального значения используются два подхода:

- Сравнение валового (общего) дохода с общими издержками;
- Сравнение единичного дохода с единичными издержками.

При первом подходе экономическая прибыль определяется как разница между общим доходом и общими издержками. Оптимальным в этом случае будет объем выпуска, при котором прибыль максимальная.

Суть второго подхода выясним с помощью примера. Пусть фирма может произвести и реализовать за короткий период времени от единицы до восьми штук продукции. И наша задача будет состоять в том, чтобы, располагая информацией о ценах и издержках (таблица 5.2), найти оптимальный вариант выпуска продукции.

Таблица 5.2. Динамика выпускаемой продукции (Q, шт), общих издержек (ТС),

единичных издержек (Се), средних общих издержек (АТС), общего дохода (TR), общей прибыли (ТПр), единичной прибыли (Пре) и доле общей прибыли в общем доходе; в тыс. руб.

Q	P	TR	TC	Се	АТС	ТПр	Пре	Апр	ТПр / TR
1	32	32	31	31	31	1	1	1	0,03
2	32	64	48	17	24	16	15	8	0,25
3	32	96	57	9	19	39	23	13	0,41
4	32	128	64	7	16	64	25	16	0,5
5	32	160	75	11	15	85	21	17	0,53
6	32	192	96	21	16	96	11	16	0,5
7	32	224	133	37	19	91	- 5	13	0,41
8	32	256	192	59	24	64	- 27	8	0,25

По данным таблицы 5.2 построим кривые единичных и средних общих издержек в зависимости от количества продукции величины цены.

P, Се, АТС, в тыс. руб.

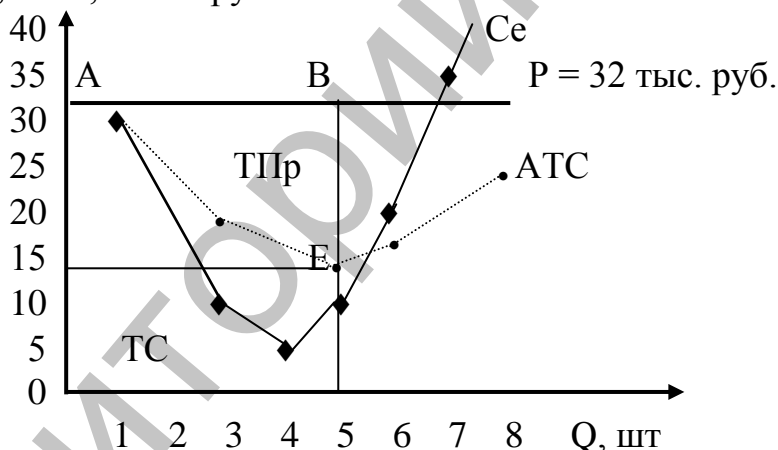


Рис. 5.2. Кривые единичных и средних общих издержек

Из рис. 5.2 и данных таблицы 5.2 видно, что оптимальным является производство пяти единиц продукции, при котором удельный вес прибыли в выручке от реализации продукции (0,53) максимален.

Связь между количеством продукции АТС в нашем примере описывается следующим уравнением: $АТС = 40 - 10Q - Q^2$.

Теперь, если взять производную по Q, то можно найти и оптимальное количество продукции: $АТС' = -10 + 2Q = 0$. Откуда $Q = 5$. Что и требовалось доказать.

Рассуждать можно и по-другому. Изобразим на графике кривую АПр (рис.5.3). Кривая средней прибыли, по сути, отображает действие **закона переменного роста средней прибыли**, который, в свою очередь, является следствием закона переменной производительности факторов производства и эффекта масштаба. Не забыли про такое?

АПр, в тыс. руб.

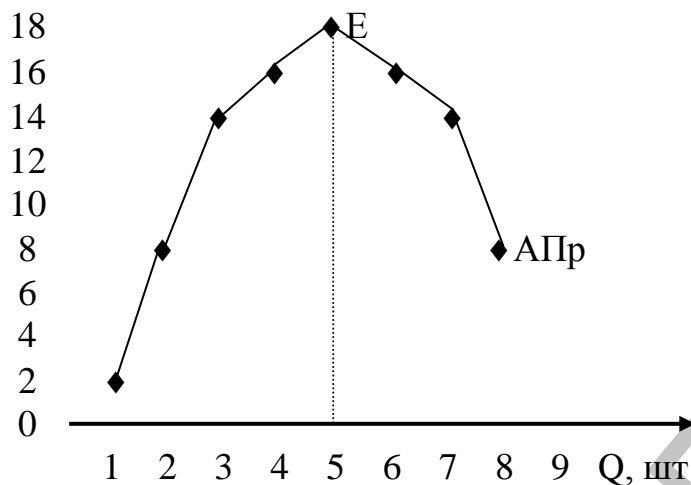


Рис. 5.3. Кривая средней прибыли

В экономической литературе для определения оптимума объема производства, как правило, предлагается использовать правило $Se = ATC = MC$, то есть исходить из равенства единичных, средних и предельных издержек. В нашем примере самыми близкими значениями Se и ATC являются 11 и 15 тыс. руб. из пятого варианта выпуска продукции, что, кстати, подтверждает правильность предыдущих рассуждений.

Иначе ведет себя фирма в долгосрочном периоде.

5.2.3. Поведение конкурентной фирмы в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде фирма располагает возможностями, как об этом уже сказано, изменить масштаб производства: увеличить его или уменьшить. За такой период времени в отрасли может измениться и число фирм. В этом случае долгосрочное равновесие фирмы может быть достигнуто при следующих условиях:

1. Соблюдение равенства предельного дохода и предельных издержек ($MR = MC$);
2. Неизменность масштаба производства, поскольку в противном случае будет иметь место рост ATC , то есть предполагается, что минимальные издержки в краткосрочном периоде и в долгосрочном равны по величине;
3. Отсутствие причин, побуждающих фирму покинуть отрасль и вступить в нее. Такое условие выполняется при равенстве цены долгосрочным минимальным средним общим издержкам.

Долгосрочное равновесие фирмы, говоря по-другому, наступает тогда, когда соблюдается следующее равенство:

$$P = MR = MC = \text{Минимум } ATC . \quad (5.2)$$

Теперь воспользуемся данными таблицы 5.2 и изобразим долгосрочное равновесие фирмы (рис. 5.4).

$P, Se, ATC, \text{ в тыс. руб.}$
40 ↑

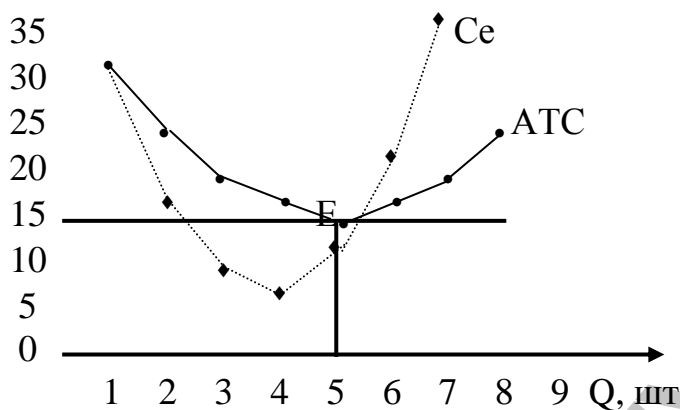


Рис. 5.4. Равновесие конкурентной фирмы в долгосрочном периоде

На рис. 5.4 видно, что в точке E соблюдаются все названные условия долгосрочного равновесия. Если цена единицы продукции станет выше минимума ATC, тогда фирмы будут получать не только бухгалтерскую прибыль, но и экономическую, что привлечет в отрасль конкурентов. В результате предложение продукции повысится, а цена, напротив, понизится до уровня равновесной. И, наоборот, при падении цены ниже равновесия, фирмы будут получать прибыль меньше экономической, что вызовет их отток из отрасли. Предложение понизится, а цена возрастет до равновесной цены.

В чем преимущества рынка совершенной конкуренции?

Во-первых, на них цены минимизируются до уровня равновесной, что выгодно для покупателей.

Во-вторых, имеет место эффективное распределение ресурсов и реализуется правило $P = MC$.

А в-третьих, благодаря свободному переливу ресурсов конкурентные рынки обладают способностью быстро восстанавливать равновесие.

Вместе с тем и у рынков совершенной конкуренции есть границы эффективности. На них:

- Не решаются проблемы социально справедливого распределения доходов, производства общественных благ, отрицательных внешних эффектов;
- Не всегда используется эффективная техника, поскольку нововведения быстро дублируются конкурентами, а небольшие размеры фирмы ограничивают возможности автоматизации и финансирования;
- Стандартизированный товар ограничивает диапазон потребительского выбора.

5.3. ФИРМА-МОНОПОЛИСТ

5.3.1. Модель рынка монополии

Фирма может быть и монополистом. *Монополия* — это рыночная структура, при которой одна фирма является поставщиком продукта, не имеющего аналога (близких заменителей).

Различают следующие виды монополии:

- *Закрытую*, защищенную от конкуренции с помощью права, например, патентной защиты;
- *Естественную*, при которой долгосрочные АТС достигают минимума лишь тогда, когда фирма обслуживает весь рынок целиком;
- *Открытую*, когда фирма на некоторое время становится единственным поставщиком какого-либо товара, не обладая специальной защитой;
- *Простую*, при которой фирма реализует свою продукцию по одинаковым ценам всем покупателям.

Мы с вами будем рассматривать поведение именно простой монополии. При этом заметим, что сохранение монополии способствуют барьеры по входу в отрасль. Барьеры бывают разными. Это:

- Исключительные права, полученные от правительств, например, лотерея, кабельное телевидение;
- Юридические соглашения, патенты, авторское право;
- Собственность на весь объем предложения какого-либо ресурса;
- Преимущества низких издержек крупного производства.

Фирма-монополист отличается от фирмы совершенного конкурента главным образом тем, что может воздействовать на цену реализуемой продукции (рис. 5.5).

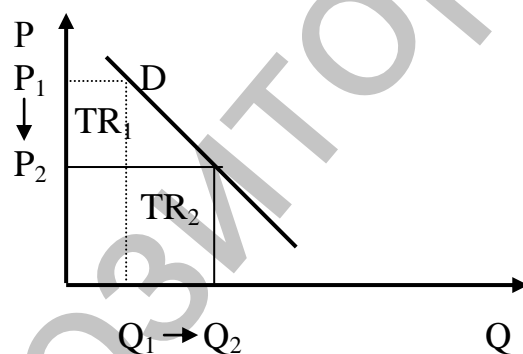


Рис. 5.5. Линия спроса на товар фирмы-монополиста

На рисунке показаны два варианта возможного поведения фирмы. В первом случае цена будет выше, но меньше объем продаж. Во втором же случае, уменьшив цену, монополист продаст больше продукции.

Из нисходящего характера линии спроса на продукцию монополист вытекают три следствия:

1. Цена превышает доход от реализации дополнительной единицы продукции. Дело в том, что фирма может продать дополнительную продукцию, только понизив цену;
2. В связи с тем, что линия спроса выражает зависимость между ценой и объемом продукции, монополист одновременно выбирает оба этих параметра;
3. Максимизирующий прибыль монополист остановится на объеме производства и цене на эластичном отрезке линии спроса.

Проиллюстрируем сказанное соответствующим примером. Пусть связь между величиной цены на товар монополиста и количеством продаваемой продукции описывается следующим уравнением: $P = 5 \text{ тыс. руб.} - 0,5 \text{ тыс. руб.} \cdot (Q - 1)$,

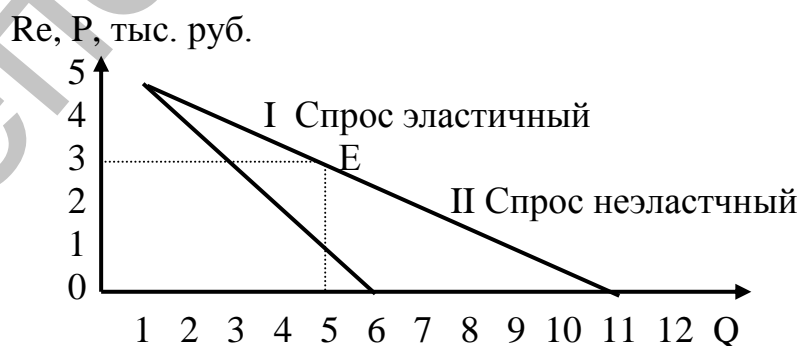
где P — цена, по которой покупатель готов приобрести определенной количество товара; 5 тыс. руб. — максимальная цена, по которой покупатель приобретет у монополиста только единицу продукции; 0,5 — тыс. руб. — величина изменения цены; Q — количество продукции, реализуемое по определенной цене.

На основе приведенного уравнения рассчитаем величины общего и единичного (дополнительного) дохода (таблица 5.3).

Таблица 5.3. Изменение общего (TR) и единичного (Re) доходов в зависимости от изменения цены; в тыс. руб.

Q	P	TR	Re
1	5	5	5
2	4,5	9	4
3	4	12	3
4	3,5	14	2
5	3	15	1
6	2,5	15	0
7	2	14	-1
8	1,5	12	-2
9	1	9	-3
10	0,5	5	-4
11	0	0	-5

Данные таблицы изобразим графически. При этом на верхнем графике покажем линии спрос (D) и единичного дохода, а на нижнем — кривую общего дохода (TR). Эти графики позволяют сделать несколько выводов.



TR

E

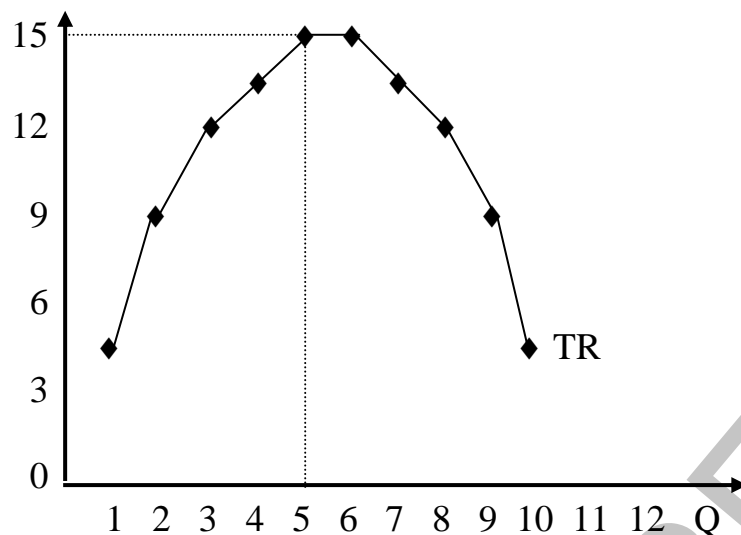


Рис. 5.6. Кривые спроса, единичного и общего дохода

На рис. 5.6 отчетливо видно, что отрезок I линии спроса является эластичным, так как при уменьшении цены любая дополнительная единица продукции, соответствующая данному отрезку, увеличивает общий доход. Доход же от реализации каждой последующей единицы продукции здесь также является положительным. На неэластичном отрезке II, напротив, прирост общего дохода уменьшается, а дополнительный доход становится отрицательным. Понятно, что монополист не станет снижать цену на неэластичном отрезке, так как это невыгодно.

5.3.2. Поведение монополии в коротком периоде

В краткосрочном периоде монополист, как и совершенный конкурент, максимизирует прибыль или минимизирует убытки, выпуская количество продукции согласно правилу $MR = MC$. Вместе с тем особенностью монополии является установление более высокой цены (рис. 5.7).

На рисунке видно, что монополист в соответствии с правилом $MR = MC$ в точке E будет выпускать количество продукции Q^* . Пусть цена продукции равна P_1 , тогда прямоугольник OP_1MQ^* нам даст представление о величине общего дохода (TR), а площадь прямоугольника $C^*P_1MQ^*$ — о величине экономической прибыли.

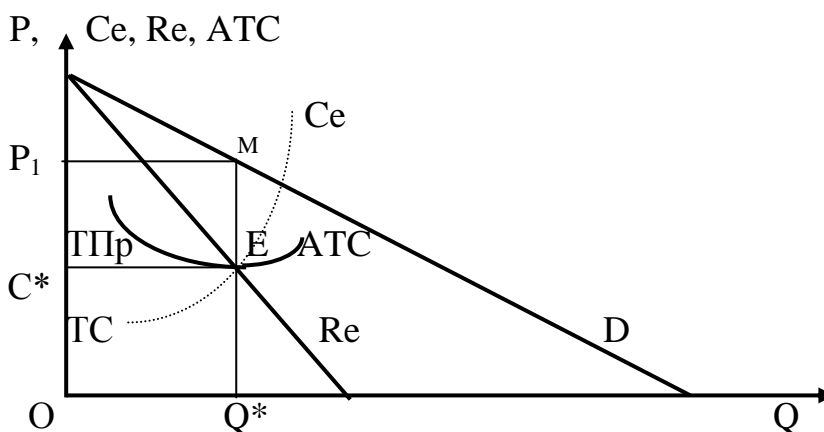


Рис. 5.7. Максимизация прибыли фирмой-монополистом

В коротком периоде фирма-монополист может терпеть и убытки. В этой ситуации общий доход меньше общих издержек, а кривая АТС расположена выше величины P_1 . До тех пор, пока возмещаются даже переменные издержки, фирме следует продолжать производство. Однако, если не компенсируются даже переменные издержки, тогда выпуск продукции останавливается.

5.3.3. Поведение фирмы в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде монополист расширяет свое производство до тех пор, пока количество выпускаемой продукции соответствует **правилу равенства предельного дохода и долгосрочных издержек**.

Долгосрочная равновесная цена будет определяться соответствующей точкой на линии спроса (на рис. 5.7 точка М). При этом долгосрочное равновесие устанавливается не обязательно в точке минимума долгосрочных средних общих издержек. Цена, максимизирующая долгосрочную прибыль фирмы-монополиста, будет ниже цены, максимизирующей ее краткосрочную прибыль. Дело в том, что монополист одновременно выбирает и цену, и объем выпуска продукции. При меньшей цене, с учетом эластичности спроса, величина прибыли будет больше.

Модель монополии, о которой шла речь, построена на предположении о том, что все единицы продукции за конкретный период времени продаются всем покупателям по одинаковой цене. Однако при определенных условиях разным группам потребителей могут назначаться различные цены. Такая практика, присущая естественным монополиям, называется ценовой дискриминацией. Для ее реализации на рынке должны соблюдаться два следующих условия:

- Покупатели не перепродают приобретенную продукцию;
- У продавцов есть возможность выделять покупателей по эластичности спроса на товар.

Разделив покупателей на группы, фирма-монополист устанавливает более высокую цену тем покупателям, спрос которых неэластичен, и ниже цены для покупателей с эластичным спросом. Электростанции, например, назначают разные цены на электроэнергию для промышленных предприятий и населения. Разные цены могут быть установлены на входные билеты в кинотеатры для детей и взрослых. Существуют, например, дифференцированные тарифы на телефонные разговоры в зависимости от времени суток и т.п. В результате ценовой дискриминации монополист увеличивает доход и прибыль, а также объем выпуска.

Нужны ли обществу монополисты вообще? На этот вопрос с помощью двухзначной логики и не ответишь. Правильный ответ — и да, и нет. С одной стороны, на них распространяется положительный эффект масштаба, о котором уж шла речь. В этом их преимущество перед фирмами-конкурентами. С другой стороны, минимизации издержек они все-таки не достигают из-за отсутствия конкурентов и расходов, связанных с сохранением монополии. С одной стороны, монополия обладает финансовыми средствами для использования в производстве новых технологий. Но, с дру-

гой стороны, у фирмы-монополиста нет стимула для внедрения научно-технических достижений, так как в затылок не дышит соперник.

Можно искать достоинства и недостатки у монополистов и далее, не в них суть. Нетрудно сделать общий вывод о том, что естественные монополии при соответствующем государственном регулировании, разумеется, для общества полезны, а монополии-паразиты, искусственно создаваемые во имя получения монопольно высокой прибыли, должны ликвидироваться.

5.4. ФИРМА НА РЫНКЕ МНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

5.4.1. Модель рынка монополистической конкуренции

На рынке монополистической конкуренции относительно большое количество малых фирм-производителей предлагают похожую, но не идентичную продукцию.

Основными признаками монополистической конкуренции являются:

1. Относительно небольшая доля рынка у одной фирмы, и ограниченные возможности по контролю за ценами;
2. Сравнительно большое количество фирм и практически невозможен тайный сговор с целью ограничения объема продукции;
3. Фирмы самостоятельны в выборе производственных решений;
4. Продукция различных фирм дифференцируется по:
 - Качеству продукции (долговечность, дизайн, мощность);
 - Услугам и условиям, связанным с реализацией продукции (сервис, послепродажное обслуживание, доставка, гарантийные обязательства);
 - Размещению и доступности продукта, например, супермаркеты с меньшими ценами или небольшие магазины на оживленной улице;
 - Рекламе, упаковке, фирменным знакам, престижу.
5. Экономическое соперничество не только по цене, но и неценовым факторам;
6. Относительно легкое вступление в отрасль, так как требуемый для этого капитал невелик, а возможные финансовые барьеры связаны с необходимостью производства и продвижения изделия, отличающегося от продукции конкурентов.

5.4.2. Особенности поведения фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах

В краткосрочном периоде особенностью поведения фирмы является то, что ее линии спроса и единичного дохода по сравнению с монополией более эластичны. Степень эластичности данных линий зависит от численности конкурентов и дифференциации продукта. Чем больше конкурентов и выше дифференциация продукции, тем эластичнее спрос и единичный доход. Можно сказать, что такая фирма уже не совершенный конкурент, хотя с ним у нее еще много общего, но еще и не монопо-

лия. Однако объем выпуска, максимизирующий прибыль или минимизирующий убытки, и цена определяются так же, как и при монополии.

В краткосрочном периоде фирма может получать экономическую прибыль или нести убытки.

В долгосрочном периоде существует тенденция к получению экономической прибыли (рис. 5.8).

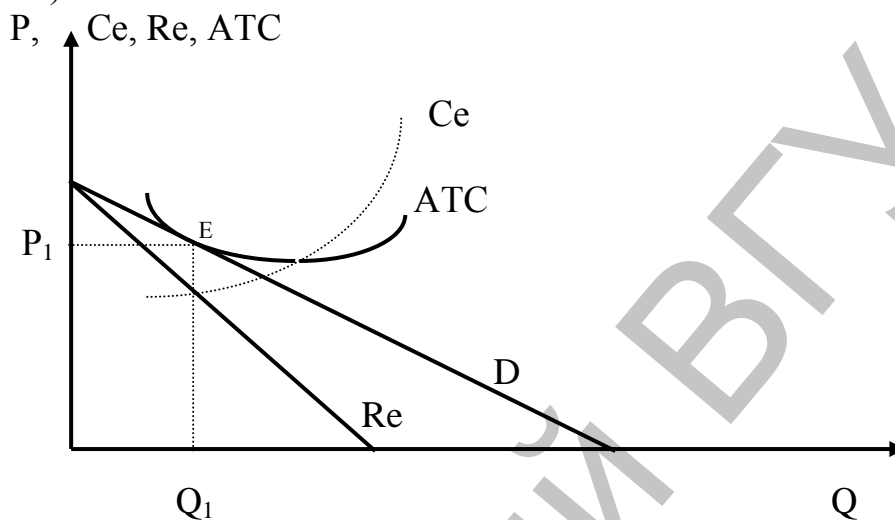


Рис. 5.8. Долгосрочное равновесие фирмы при монополистической конкуренции

При долгосрочном равновесии объем производства продукции (Q_1) определяется в соответствии с правилом $MR = MC$, а цена P_1 равна минимальным средним общим издержкам, что равнозначно получению экономической прибыли.

Каким образом происходит выравнивание нормы прибыли в условиях монополистической конкуренции?

Использование методов неценовой конкуренции, например, рекламы, приводят в краткосрочном периоде к получению экономической прибыли или убытков, кому как повезет. Экономическая прибыль привлечет в отрасль конкурентов, в результате чего предложение превысит спрос на товар. Это в долгосрочном периоде приведет к тому, что экономическая прибыль исчезнет, но увеличится общий объем продаж.

В целом можно сделать вывод о том, что при монополистической конкуренции потребители платят более высокие цены за дифференцированный продукт, нежели на рынках совершенной конкуренции, когда продукция стандартизирована. Вместе с тем, отметим, что эти цены меньше, чем при монополии. Объем производства при монополистической конкуренции меньше, чем в условиях совершенной конкуренции, но больше, чем при монополии.

5.5. НА РЫНКЕ ОЛИГОПОЛИИ

5.5.1. Общая характеристика олигополии

Под олигополией подразумевают ситуацию, когда на рынке несколько продавцов, а для других вход затруднен. На олигополистическом рынке, как правило, от двух до десяти продавцов. Их товар может быть стандартизированным или дифференцированным. В качестве примера олигополии можно привести рынки пива, алюминия, сигарет, автомобилей. На некоторые фирмы приходится относительно большая доля рынка, и поэтому они могут влиять на цены. Вместе с тем фирмы на олигополистическом рынке связаны между собой, так как каждый из продавцов осознает, что изменение цены сказывается на конъюнктуре всего рынка. Поэтому фирмы вынуждены координировать свои действия. Именно в этом и состоит существенная особенность рынка олигополии.

Каковы причины существования олигополии?

Во-первых, барьеры объединению фирм и вступлению в отрасль, например, патенты и лицензии на технологии, финансовые преграды, антимонопольное законодательство.

Во-вторых, экономия издержек из-за эффекта масштаба.

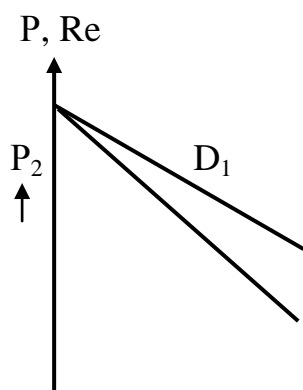
В-третьих, процесс объединения мелких фирм с целью достижения рыночной власти и использования эффекта масштаба.

Существует несколько моделей поведения фирм в условиях олигополии. Рассмотрим некоторые из них.

5.5.2. Модель консервативного ценообразования и ломаная линия спроса

Модель консервативного ценообразования позволяет ответить на вопрос, почему на некоторых олигополистических рынках цены являются довольно стабильными. При этом предполагается, что не всякая фирма будет повышать цену на свою продукцию только потому, что это сделала другая. И это вполне понятно — труднее будет реализовать продукцию. Однако реакция на понижение цены будет адекватной, ибо в противном случае фирма рискует потерять покупателя.

Предположим, что цена на товар установлена на уровне P_1 (см. рис. 5.9). Спрос на товар в этом случае находится в точке А линии спроса, а фирма предлагает на рынок Q_1 продукции. Повышение цены до уровня P_2 может привести к сокращению объема продаж до нуля, так как фирмы-конкуренты не будут этого делать. Если же фирма понизит цену, то объем продаж увеличится незначительно, однако дополнительный доход при этом резко сократится. Спрос в такой ситуации будет неэластичным, так как конкуренты тоже понизят цену. Резкое изменение эластичности спроса при установленной цене и дает ломаную линию спроса на рынке олигополии на примере двух фирм (дуополии).



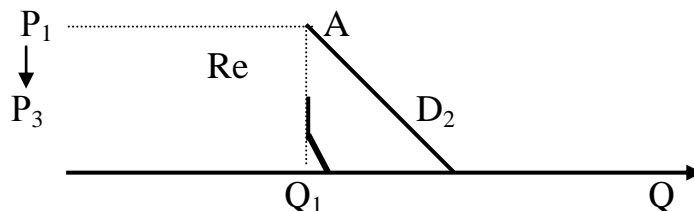


Рис. 5.9. Твердость цены и ломаная линия спроса

Таким образом, ломаная линия спроса дает каждому олигополисту основания предполагать, что любое изменение цен приведет к отрицательному результату. От добра, как говорится, добра не ищут. Именно этим и диктуется политика твердых цен на рынке олигополии.

5.5.3. Ценовой барьер для конкурентов

Потенциальных конкурентов олигополисты могут отпугивать и ценовым барьером. Кому они нужны, собственно говоря, конкуренты. С этой целью на рынке устанавливается цена, невыгодная для новых производителей, на уровне минимальных долгосрочных средних издержек. При этом фирмы либо идут на сговор, либо следуют примеру других участников рынка. Такая цена, с одной стороны, обеспечивает экономическую прибыль, а с другой — препятствует появлению новых конкурентов.

5.5.4. Модели олигополистического ценообразования

Довольно популярным на рынке олигополии является установление цены по правилу «издержки плюс». Использование этого правила объясняется неопределенностью величины спроса на товар и предельными издержками. В связи с этим фирма определяет цену на товар исходя из процентной надбавки к предполагаемым средним переменным издержкам (AVC). Эта надбавка обеспечивает возмещение средних постоянных издержек (AFC) и получение экономической прибыли. Сама же цена определяется по следующей формуле:

$$P = AVC + m \cdot AVC, \quad (5.3)$$

где $m = -1 / (1 + E\alpha)$ — величина надбавки. $E\alpha$ — коэффициент эластичности спроса по цене. Непонятно? Если, например, $E\alpha = -6$, то $m = 0,2$, следовательно, и надбавка к цене составит 20%. Чем выше эластичность спроса, очевидно, тем ниже будет и процент надбавки.

На рынке олигополии применяются и **модель ценообразования, основанная на сговоре олигополистов**. Законодательства многих стран сговор фирм с целью установления определенной цены запрещают, однако в реальной действительности такое все-таки происходит. Фирмы часто руководствуются правилом «не пойман — не вор». Примером тайного сговора является *картель* — объединение фирм с целью регулирования объемов производства продукции и цен. В том случае, когда существуют барьеры для входа в отрасль, фирмы устанавливают предельный уровень общего выпуска продукции. Затем каждой фирме устанавливается определенная квота выпуска. В таком случае цена, по сути, держится на уровне монопольной, обеспечи-

вая участникам картеля экономическую прибыль. На практике такое соглашение действует недолго, фирмы его нарушают при первом удобном случае, и цена возвращается к конкурентному уровню.

Нередко фирмы используют и **метод лидерства в ценах**. Ценовую погоду, если так можно выразиться, делает крупнейшая фирма. Она является ценовым лидером, остальные же следуют за ней. Цена устанавливается таким образом, чтобы максимизировать собственную прибыль.

Многие участники олигополистического рынка пассивно следуют за лидером, так как полагают, что крупные фирмы располагают большей информацией о рыночной конъюнктуре. Да и, кроме того, опасаются отрицательной реакции лидера на проведение самостоятельной политики цен со стороны мелких фирм.

В конкурентной борьбе фирмы могут использовать как ценовые, так и неценовые методы. Во многих случаях фирмы предпочитают неценовую конкуренцию, так как ценовая дискриминация может привести к ценовым войнам и тяжелым для всех экономическим последствиям. **Ценовая война** предполагает уменьшение цен (демпинг) продавцами с целью удушения соперника. В результате таких войн вначале выигрывают потребители-покупатели, но проигрывают продавцы, поскольку не возмещают затраты на производство и реализацию продукции. В конечном счете, отрицательные последствия войны затрагивают потребителей, так как снижаются объемы выпуска продукции.

Как это происходит? Допустим, на рынке несколько продавцов однородного товара, и каждая фирма стремится максимизировать прибыль, ориентируясь на стабильность цен у конкурентов. «Умная» фирма полагает, что, снизив цену, она захватит рынок, резко увеличив объем продаж. Однако тот «умник» в итоге может и проиграть. Война цен продолжается до тех пор ни одна фирма не получает выгоды от понижения цены, а экономические прибыли упадут до нуля. Цена на рынке, в конечном счете, станет равной минимуму средних общих издержек. Эта ситуация получила название Бертрана.

5.5.5. Модель равновесия Бертрана

Суть модели равновесия Бертрана состоит в том, что для анализа стратегии поведения фирмы используется теория игр для организаций с противоположными интересами. Допустим, что на рынке функционируют две фирмы, производящие однородный товар. При этом рассмотрим два случая поведения, когда фирма-конкурент при понижении цены другой фирмой свою цену не меняет, и когда она также понижает цену, то есть фирма действует по принципу «делаю, как ты». Итогом таких расчетов является матрица результатов, иллюстрирующая изменение прибыли при реализации каждой возможной стратегии и для каждого возможного ответа соперника.

Допустим, что в отрасли действуют две равноправные фирмы А и В, у которых $ATC = MC = 5$ ден. ед., а функция спроса задается уравнением $P = 10 - 1(Q - 1)$. В этом случае получим данные по изменению величин цены и спроса, представленные в таблице 5.4.

Таблица 5.4. Изменения в количестве реализуемой продукции (Q) в соответствии с изменением величин цен (P); в ден. ед.

P, в ден. ед.	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Q, в шт.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

В соответствии с уравнением спроса и издержками определяем общий доход (TR), издержки ($TC = ATC \cdot Q$), прибыль или убытки для двух фирм (таблица 5.5).

Таблица 5.5. Общие доходы (TR), общие издержки ($TC = ATC \cdot Q$) и прибыль (Пр)

Q	P	TR	TC	Пр
1	10	10	5	5
2	9	18	10	8
3	8	24	15	9
4	7	28	20	8
5	6	30	25	5
6	5	30	30	0
7	4	28	35	- 7
8	3	24	40	- 16
9	2	18	45	- 27
10	1	10	50	- 40

По данным таблицы 5.5 заполним матрицу результатов, в которой отразим изменение прибыли у каждой фирмы при изменении ценовой стратегии.

Данные таблицы показывают, что фирмы будут максимизировать прибыль, выпуская три единицы продукции при цене 8 ден. ед. Суммарная прибыль будет равна 9 ден. ед., то есть каждая фирма получит по 4,5 ден. ед. прибыли.

Заполним первый квадрант матрицы (I), где рассматривается ситуация понижения цены с 8 до 7 ден. ед. обеими фирмами. В этом варианте поведения, общая прибыль уменьшится с 9 до 8 ден. ед., то есть прибыль каждой фирмы уменьшится с 4,5 до 4 ден. ед., или на 0,5 ден. ед. Занесем этот результат в первый квадрант матрицы.

Таблица 5.6. Матрица результатов двух фирм на рынке дуополии

Две стратегии поведения фирм		Фирма В	
		Понижение цены	Постоянная цена
Фирма А	Понижение цены	A = - 0,5 B = - 0,5	I A = + 3,5 B = - 4,5
			II

	Постоянная цена	A = - 4,5 B = + 3,5	III	A = 0 B = 0	IV
--	-----------------	------------------------	-----	----------------	----

Рассмотрим теперь второй квадрант (II), где фирма А понижает цену с 8 до 7 ден. ед., а фирма В ее не меняет. Это приводит к тому, что фирма А захватывает весь рынок и ее прибыль увеличивается с 4,5 до 8 ден. ед., то есть на 3,5 ден. ед. Фирма же В своих покупателей потеряет и, следовательно, лишится прибыли в 4,5 ден. ед.

В квадранте III ситуация является противоположной, поскольку фирмы меняются местами, поэтому меняются местами и результаты в матрице.

Квадрант IV показывает, что при стабильных ценах фирмы получают прежнюю по величине прибыль.

На основании данных матрицы можно сделать вывод о том, что оптимальной стратегией фирмы будет снижение цены, если ее понижает конкурент, и понижение цены при стабильной цене у конкурента. В целом же обеими фирмами было выгодно поддерживать прежнюю цену. В этом случае ни одна из них не выиграет, но и не проиграет: стратегия «худой мир лучше доброй ссоры», как видим, в данном случае себя полностью оправдывает.

5.6. ВЫДЕЛИМ ГЛАВНОЕ

♦ В рыночной экономике различают рынки с совершенной и с несовершенной конкуренцией.

На рынке *совершенной конкуренции* множество малых фирм предлагают однородную продукцию множеству покупателей. На таких рынках цены стабильны.

Несовершенными считаются рынки монополии, монополистической конкуренции и олигополии.

♦ Различают поведение фирм в краткосрочном периоде и долгосрочном. В **краткосрочном периоде** фирма не успевает изменить производственные мощности и поэтому стремится максимизировать прибыль или минимизировать убытки, регулируя объем производства.

Существуют два подхода для определения оптимального объема выпуска продукции фирм. В первом случае экономическая прибыль определяется как разница между общим доходом и издержками, и при оптимальном объеме прибыль максимальна.

Во втором же случае доход от реализации единицы продукции сравнивается с единичными издержками и оптимальным считается объем производства, при котором удельный вес прибыли в выручке от реализации продукции максимален.

Долгосрочное равновесие фирмы при совершенной конкуренции наступает в том случае, когда величины цены единицы продукции, предельный доход и предельные издержки равны минимуму АТС.

♦ К рынкам с несовершенной конкуренцией относят рынки монополии, монополистической конкуренции и олигополии.

Монополией считается рыночная структура, при которой одна фирма является поставщиком продукта, не имеющего аналога.

Фирма-монополист отличается от фирмы конкурентной, главным образом, тем, что может воздействовать на цену реализуемой продукции.

Различают следующие виды монополий:

- Закрытую, защищенную от конкуренции с помощью права;
- Естественную, при которой долгосрочные АТС достигают минимума, когда фирма обслуживает весь рынок;
- Открытую, когда фирма на некоторое время становится единственным поставщиком какого-либо товара, не обладая специальной защитой;
- Простую, при которой фирма реализует свою продукцию всем потребителям по одинаковой цене.

В коротком периоде фирма-монополист может терпеть и убытки. В этой ситуации общий доход фирмы меньше общих издержек, а кривая АТС выше величины цены.

В долгосрочном периоде для максимизации прибыли монополист расширяет производство до тех пор, пока количество продукции обеспечивает равенство предельного дохода и долгосрочных издержек.

На рынке *монополистической конкуренции* относительно большое количество малых фирм предлагают похожую, но не идентичную продукцию.

В краткосрочном периоде особенностью поведения фирмы на рынке монополистической конкуренции является то, что ее линия спроса и единичного дохода по сравнению с монополией более эластична.

При монополистической конкуренции цены на дифференцированный продукт выше, чем на рынках совершенной конкуренции, но ниже, чем при монополии.

Под олигополией подразумевают ситуацию, когда на рынке несколько продавцов, а для других вход затруднен.

В условиях олигополии используется несколько моделей ценообразования:

- Стабильность цен и ломаная линия спроса;
- Установление ценовых барьеров для потенциальных конкурентов;
- «Издержки плюс»;
- Установление цен, основанных на сговоре между владельцами фирм;
- Лидерство в ценах;
- «Война цен».

◆ Для анализа равновесного состояния цен на примере дуополии используется модель равновесия Бертрана. Она позволяет сделать вывод о том, что, в конечном счете, оптимальной стратегией фирм на рынке олигополии является стратегия стабильности цен. В этом случае ни одна фирма не выигрывает, но и не проигрывает. В ее основе лежит принцип «худой мир лучше доброй ссоры».

5.7. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Конкуренция. Рынок совершенной конкуренции. Рынок несовершенной конкуренции. Монополия. Закрытая и открытая монополии. Естественная монополия.

Простая монополия. Монополистическая конкуренция. Олигополия. «Издержки плюс». Лидерство в ценах. Модель равновесия Бертрана.

5.8. ПРОВЕРИМ СЕБЯ

Ответим на вопросы

1. Какими достоинствами обладает совершенная конкуренция для покупателей?
2. Чем плоха недобросовестная конкуренция? Приведите примеры.
3. Почему монополистическая конкуренция называется монополистической?
4. В чем состоит смысл выделения краткосрочного и долгосрочного периодов в поведении фирмы?
5. Что означает оптимизация выпуска продукции фирмы?
6. Почему естественная монополия называется естественной?
7. Почему линия спроса на рынке дуополии является ломаной?
8. Что означает правило «издержки плюс»?
9. В чем состоит суть метода лидерства в ценах?
10. Что представляет модель равновесия Бертрана?

Выполним задания

1. На рынке совершенной конкуренции цены:
 - а) стабильные; б) меняются в соответствии со спросом и предложением.
2. По указанным в таблице признакам выделите два типа конкуренции:

Число фирм в отрасли	Тип продукта	Условия входа в отрасль	Контроль за ценами	Распространение	Тип конкуренции
Много малых	Однородный	Свободный	Нет	Не распространена	?
Несколько крупных	1. Стандартизированный. 2. Дифференцированный	Возможны барьеры при входе	Существует, но ограниченный	Широко распространена	?

3. По данным таблицы определите оптимум выпуска продукции, если цена единицы продукции на рынке совершенной конкуренции 120 тыс. руб.

Q, шт.	1	2	3	4	5	6	7
АТС, тыс. руб.	150	100	80	60	80	90	100

4. Если на рынке совершенной конкуренции $C_e = АТС$, то выпуск продукции у фирмы: а) меньше оптимального; б) оптимальный; в) больше оптимального.

5. Если на рынке совершенной конкуренции $ATC = 40 - 8Q + Q^2$, то оптимальным является выпуск продукции: а) 4 ед.; б) 8 ед.; в) 12 ед.; г) 16 ед.
6. Если в краткосрочном периоде при оптимальном объеме производства у фирмы-монополиста соблюдается правило $MC = MR$, то выпуск ее продукции:
а) меньше оптимального; б) оптимальный; в) больше оптимального.
7. В долгосрочном периоде на рынке монополистической конкуренции при $MR = MC$, а $P =$ минимум ATC , фирма:
а) прибыль не получает; б) получает экономическую прибыль.
8. Если на рынке олигополии цена устанавливается по правилу «издержки плюс», а коэффициент эластичности спроса по цене равен -5 , то надбавка к издержкам будет равна: а) 20%; б) 25%; в) 35%; г) 40%.

5.9. ЛИТЕРАТУРА

1. Базылев Н.И., Базылева М.Н. Экономическая теория: Учебник для студентов экономических специальностей вузов. — Мн.: Книжный Дом, 2004.— Глава 13.
2. Лемешевская Л.В. Экономическая теория: тесты, ситуации, задачи: Учеб. пособие. — Мн.: Книжный Дом; Мисанта, 2005. — Темы 13 и 14.
3. Лемешевский .М. Микроэкономика (экономическая теория. Ч. 2.) Учебное пособие для вузов. — Мн: ООО «ФУАинформ», 2003. — Глава 9.
4. Микроэкономика: Учеб. пособие / Под ред. М.И. Плотницкого. — Мн.: Новое знание, 2003. — Глава 7.
5. Янчук В.А. Азбука экономики: Пособие для учителей общеобразовательных школ. — Мн.: Беларусь, 2002. — Глава 4.

ГЛАВА 6 НА РЫНКЕ РЕСУРСОВ

В ЭТОЙ ГЛАВЕ

- Рассматриваются особенности ценообразования на рынках ресурсов.
- Особое внимание уделяется рынку рабочей силы, здесь речь идет, главным образом, о сущности, формах и системах заработной платы.

- Выясняется специфика рынка капитала, рынка ценных бумаг.
- Анализируется проблема ценообразования на рынке природных ресурсов.
- Дается представление о рынке интеллектуальных продуктов.

6.1. РЫНКИ РЕСУРСОВ И ИХ ОСОБЕННОСТИ. ПРОБЛЕМА ОПТИМУМА

6.1.1. Виды рынков ресурсов и особенности спроса

Производство продукции предполагает использование соответствующих ресурсов. Среди них выделяются следующие виды ресурсов:

1. Трудовые ресурсы, или рабочая сила;
2. Инвестиционные, или производительный капитал — машины, оборудование, здания т.п.;
3. Природные ресурсы — земля, вода, полезные ископаемые и т.д.;
4. Интеллектуальные — информация, патенты, лицензии, ноу-хау т.д.

На рынках ресурсов покупателями выступают фирмы и государство, а продавцам — домашние хозяйства и государство (собственники ресурсов).

Цены на ресурсы обладают важной особенностью. С одной стороны, от их уровня зависят расходы предприятий на приобретение ресурсов. А с другой стороны, они выступают как доходы собственников ресурсов в форме заработной платы, процента, ренты, прибыли.

Цены на ресурсы в рыночной экономике, как и любой другой товар, формируются в соответствии с соотношением между спросом и предложением.

Спрос на ресурсы обладает рядом особенностей. **Главная** из них состоит в том, что спрос на них является производным от спроса на соответствующий товар. Так, например, если растет спрос на кукурузу, то растет спрос на земельные участки под этот продукт.

Вторая особенность заключается в том, что средства, затрачиваемые на покупку ресурсов, входят в издержки производства. Поэтому фирмы стремятся использовать ресурсы в таком количестве и сочетании, которые позволяют минимизировать издержки и, следовательно, максимизировать прибыль.

Третья особенность спроса на ресурсы состоит в том, что спрос на ресурсы зависит от их отдачи, или от их производительности. Производительность же фактора производства меняется в соответствии с законом переменной производительности. Поэтому фирма будет расширять применение ресурсов до тех пор, пока от каждой дополнительной единицы ресурса доход увеличивается в большей степени, нежели издержки.

Теперь рассмотрим спрос на ресурсы, которые фирма приобретает на рынке совершенной конкуренции. Конкурентный рынок ресурсов, напомним, — это рынок, где множество покупателей и продавцов, и никто из них не доминирует, то есть не влияет на цены на ресурсы. И покупатели, и продавцы также свободно принимают решение о входе на рынок и выходе из него.

6.1.2. Правила оптимизации использования ресурсов

Любая фирма, приобретая дополнительную единицу ресурса, оценивает, прежде всего, влияние покупки на получаемый доход. Рассмотрим проблему оптимизации использования ресурсов на примере. Предположим, что фирма в коротком периоде использует только один переменный фактор производства — количество работников (L). Чем больше фирма нанимает работников, тем больше выпускается продукции. Прирост продукции в физических единицах, который определяется наймом дополнительного работника, будем называть дополнительным продуктом (Пд).

На конкурентном рынке, как известно, цена единицы продукции задается априори, то есть цена известна покупателю заранее. Спрос же на ресурс будет зависеть от двух факторов: производительности используемого ресурса и цены созданного с его помощью товара.

В таком случае задача управленцев фирмы сводится к тому, чтобы определить оптимальное количество работников с целью максимизации прибыли. При этом допустим, что фирма имеет возможность нанимать от одного до семи работников, выплачивая каждому из них 30 тыс. руб. заработной платы в день. Предположим также, что цена единицы производимой продукции равна 5 тыс. руб. Кроме того, работники отличаются по производительности труда.

Далее будем учитывать действие закона переменной производительности фактора производства, согласно которому производительность дополнительной единицы фактора сначала растет, достигает максимума, а затем снижается. Количество работников на фирме будем обозначать символом L , общее количество производимой работниками продукции — $ТП$, индивидуальную производительность работника — $П_i$, а среднюю производительность работника — $АП$. Данные по этим показателям представлены в таблице 6.1.

Таблица 6.1. Количество работников, общее количество продукции (в шт.), индивидуальная и средняя производительность

L	$ТП$	$П_i$	$АП$
1	4	4	4
2	12	8	6
3	24	12	8
4	32	8	8
5	35	3	7
6	36	1	6
7	28	- 8	4

Затем, зная цену единицы продукции ($РП_1 = 5$ тыс. руб.), мы найдем величины общего дохода от реализации продукции (TR), дохода от реализации производимой каждым работником продукции ($РП_i$), среднего дохода (AR). Нам известна также дневная заработная плата работника, или цена рабочей силы ($Зп = 30$ тыс. руб.). Теперь мы можем рассчитать дневные издержки предпринимателя по найму работников ($CL = Зп \cdot L$) и величину общей прибыли от реализации продукции ($ТПр = TR - CL$). Данные расчета по этим показателям приводятся в таблице 6.2.

Оптимальное количество работников можно найти двумя методами. Суть первого состоит в том, чтобы сопоставить общий доход (TR) и общими издержкам предпринимателя по найму работников (см. таблицу 6.2 и рис. 6.1).

Таблица 6.2. Динамика количества работников (L), общего дохода от реализации продукции (TR), дохода от реализации производимой каждым работником продукции (РПи), среднего дохода (AR), издержек предпринимателя по найму работников (CL) и общей прибыли от реализации продукции (ТПр); в тыс. руб.

L	TR	РПи	AR	CL	ТПр
1	20	20	20	30	- 10
2	60	40	30	60	0
3	120	60	40	90	30
4	160	40	40	120	40
5	175	15	35	150	25
6	180	5	30	180	0
7	140	- 40	20	210	- 70

Из данных таблиц 6.1, 6.2 и рис. 6.1, видно, что фирма получает прибыль лишь в том случае, если нанимает от трех до пяти работников (см. «лук» прибыльности). При этом оптимальным является такое количество работников, которое приносит наибольшую прибыль. В нашем случае таковыми являются четверо работников.

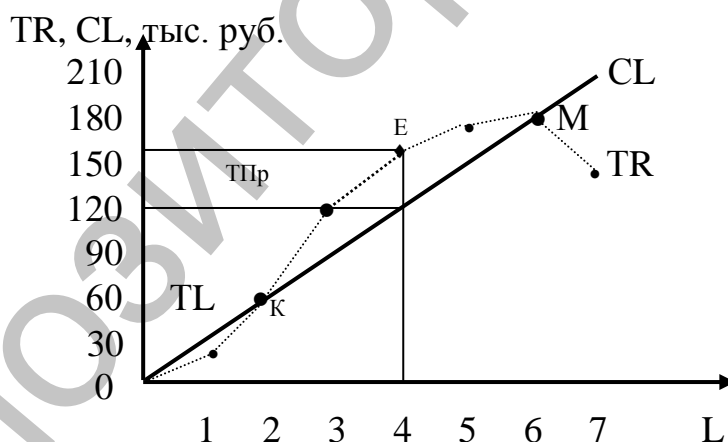
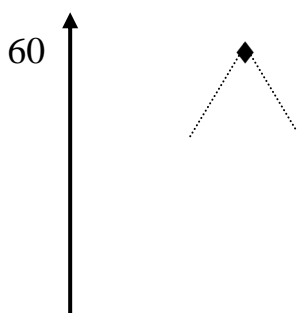


Рис. 6.1. «Лук» прибыльности

Согласно второму способу для определения оптимального количества работников сопоставляют динамику дохода, получаемого фирмой от каждого работника (РПи), среднего дохода на одного работника (AR) с издержками нанимателя по эксплуатации одного работника ($CL = 30$ тыс. руб.).

РПи, AR. Зп, тыс. руб.



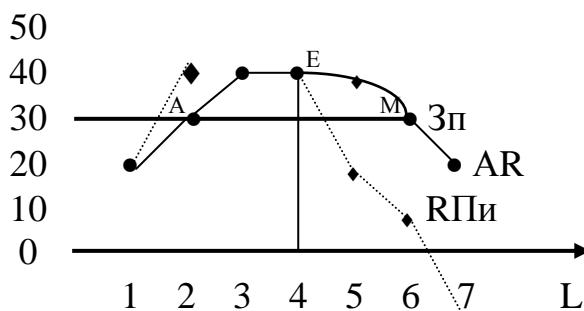


Рис.6.2. Кривые средней и индивидуальной доходности работников фирмы

Рис. 6.2 подтверждает оптимальность четырех работников для фирмы. Кроме того, можно сделать вывод о том, что **правилом оптимизации количества работников** является соблюдение равенства

$$R_{Пн} = AR. \quad (6.1)$$

*Оптимум в использовании работников, иначе говоря, достигается тогда, когда приносимый работником фирме доход от реализации произведенной им продукции равен средней доходности. Это **правило № 1**, которое надо соблюдать.*

Внимательный читатель, изучив рис. 6.1 и 6.2, легко обнаружит «лук» КЕМ и «лук» АЕМ, которые показывают точки безубыточности работы фирмы. В нашем примере безубыточность фирме обеспечивают комбинации от трех до пяти работников, в остальных же случаях фирма несет убытки.

Правило 6.1 является необходимым условием оптимального использования работников, но, как говорят математики, недостаточным. Мы с вами рассмотрели влияние на прибыльность такого фактора, как производительность работников. Мы сравнили вначале индивидуальную производительность работников со средней, а на этой основе были рассчитаны индивидуальная и средняя доходности работников для фирмы. При этом, однако, нами не учитывался такой фактор прибыльности, как цены на ресурсы, в нашем случае на рабочую силу работника. Дело в том, что от цен на рабочую силу зависят издержки фирмы. В нашем примере, как вы обратили внимание, издержки фирмы составляют затраты, связанные с заработной платой работников. Другие же затраты во внимание не принимались, чтобы не усложнять анализ ситуации. Поэтому, чем выше будет цена рабочей силы на рынке, тем выше станут издержки фирмы, и, соответственно, ниже станет величина прибыли. При какой же цене на рабочую силу имеет смысл нанимать работников? Для ответа на этот вопрос нам надо знать второе правило оптимизации деятельности фирмы.

Второе правило оптимизации состоит в том (рис. 6.2), чтобы заработная плата работника (Зп) не превышала доход, который получает фирма от реализации произведенной им продукции (RПн). Оно в виде формулы записывается следующим образом:

$$AR = R_{Пн} \geq Зп. \quad (6.2)$$

На этой основе можно сделать и другой вывод: работник, обеспечивающий наибольший средний доход фирме, является предельным работником, как и приносимый им доход. Издержки же, связанные с его наймом, можно назвать предельными.

С учетом сказанного правило оптимизации использования ресурсов 6.2 можно переписать следующим образом:

$$\text{MAR} = \text{MRП}_\Pi \geq \text{МЗп}. \quad (6.3)$$

При несовершенной конкуренции покупатели или продавцы, как известно, влияют на цены. Их увеличение означает и рост издержек фирмы, а, следовательно, уменьшение прибыли, и наоборот.

6.1.3. Об оптимальности соотношения между ресурсами

Спрос на ресурс зависит от уровня цен на другие ресурсы. Эта зависимость определяется характером связи между ресурсами. Они могут быть либо заменителями, либо дополнять друг друга. Если это ресурсы-заменители, например, труд и капитал, то тогда возникает *эффект замены*. Его суть состоит в следующем. Если снижаются, допустим, цены на оборудование, то на спросе на труд это обстоятельство может отразиться двояко: будут действовать эффект замены и эффект объема продукции. Эффект замены проявит себя в том, что труд начнет заменяться оборудованием, в свою очередь, уменьшатся издержки производства, поэтому станет выгодным производить больше продукции, а значит возрастет спрос на рабочую силу.

Таким образом, снижение цен на оборудование вызовет *эффект роста объема производства продукции* и приведет к увеличению спроса на работников. При этом надо иметь в виду, что эффект замены и эффект роста объема производства продукции действуют в противоположных направлениях: первый способствует снижению, а второй — повышению спроса на рабочую силу. Если эффект замены превышает эффект объема производства продукции, то снижение цен на производственный капитал приведет к снижению спроса на работников, в обратной ситуации спрос на рабочую силу возрастет.

Ресурсы могут и дополнять друг друга, если они или вместе применяются, или спрос на них предъявляется одновременно. В этом случае увеличение использования одного ресурса влечет за собой рост применения другого. Спрос на рабочую силу, например, повышается, если:

1. Увеличивается спрос на продукцию, производимую работником;
2. Увеличивается производительность труда;
3. Уменьшается цена на ресурсозаменитель, а эффект объема производства выше эффект замены;
4. Увеличивается цена на ресурсозаменитель, если эффект замены превышает эффект объема производства;
5. Снижается цена на взаимодополняемый ресурс.

Каким должно быть соотношение между ресурсами? Для его оптимизации надо соблюдать два правила: **наименьших издержек и максимизации прибыли**. Поясним сказанное. Предположим, что фирма использует только два вида ресурса: рабочую силу и капитал. В таком случае **минимизация издержек** будет достигнута при соблюдении следующего правила, равенства:

$$\text{МП}_L / P_L = \text{МП}_K / P_K, \quad (6.4)$$

где MP_L и MP_K — предельные производительности работника и капитала; P_L и P_K — цены единицы труда и единицы капитала.

Приведенное правило можно пояснить следующим примером. Предположим, что цена одного человека-часа (ч-ч) равна 2000 руб., а машино-часа (м-ч) — 8000 руб. Далее допустим, что за 1 ч-ч работник производит 100 ед. продукции. Это означает, что производство единицы продукции предпринимателю будет стоить 20 руб. заработной платы (100 ед. / 2000 руб.). В каком случае, возникает вопрос, для предпринимателя 1 м-ч будет эквивалентен 1 ч-ч? В том случае, если часовая производительность 1 ч-ч составит 400 ед. продукции, то есть оптимальным будет следующее соотношение между производительностями труда и капитала и их ценами: 100 ед. / 2000 руб. = 400 ед. / 8000 руб. = 1 / 20.

Правило максимизации прибыли предполагает, что выпуск продукции осуществляется тогда, когда соблюдается равенство

$$MR = MC, \quad (6.5)$$

где MR — предельный доход, получаемый фирмой от применения единицы ресурса; MC — предельные издержки на приобретение единицы ресурса.

Такое правило реализуется в том случае, если ставка заработной платы (цена единицы труда P_L) работников, обеспечивающих фирме максимум прибыли, будет равна доходу от реализации предельного продукта единицы труда (MRP_L):

$$P_L = MRP_L. \quad (6.6)$$

Соблюдение приведенных правил с целью оптимизации производства относится любому ресурсу, в том числе и к капиталу.

Соотношение труда и капитала будет обеспечивать максимум прибыли в том случае, если цена на каждый ресурс равна доходу от реализации, созданного им предельного продукта:

$$MRP_L / P_L = MRP_K / P_K \geq 1, \quad (6.7)$$

где MRP_K — доход от реализации предельного продукта, созданного капиталом; P_K — цена единицы капитала.

Таким образом, для максимизации прибыли фирме надо руководствоваться правилами 6.4–6.6. В этом случае, как видим, в очередной раз подтверждается практическое значение микроэкономики как науки.

6.1.4. Теория предельной полезности, ее достоинства и границы

Читатель уже обратил внимание на то обстоятельство, что большой вклад в анализ проблемы оптимизации объема производства, в микроэкономике вообще, внесла теория предельной полезности. В ее основе лежит использование предельных величин. Какие достоинства этой теории?

Во-первых, она позволяет оптимизировать деятельность фирмы посредством выбора соответствующих объемов производства и величин факторов производства в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Во-вторых, с ее помощью можно найти оптимальное соотношение между используемыми в производстве ресурсами, трудом, например, и капиталом. С этой целью, в частности, используются производственные функции.

В-третьих, применение предельных величин позволяет минимизировать и поведение покупателя-потребителя произведенной продукции, выявить его влияние на цену товара с учетом его полезности.

В-четвертых, она дает возможность построить карту «кривых безразличия», которая является ориентиром для производителей. Это позволяет дифференцировать различные социальные слои населения по покупательной способности. Поэтому производитель может варьировать качество и количество продукции для каждого социального слоя.

Таким образом, теория предельной полезности нашла свое место в экономической теории и широко используется в экономических исследованиях. Вместе с тем не следует, как это часто делается, и преувеличивать ее достоинства, в противном случае, можно прийти к неверным выводам. Каковы границы применения этой теории?

Во-первых, согласно теории предельной производительности факторов владельцы получают вознаграждение в соответствии с вкладом каждого фактора в производство продукции. При этом создается впечатление, что доходы в обществе распределяются справедливо. Тем самым отождествляются такие понятия, как «доходы произведенные» и «доходы распределенные». Но ведь распределять можно только то, что создано, то есть объективно производство благ предшествует их распределению. Сами доходы владельцев факторов производства представляют собой распределенные доли новой стоимости. А кто ее создает? Производительный капитал, как мы уже знаем, только переносит свою стоимость на стоимость производимой продукции. Откуда же тогда берется процент на капитал? Не с неба же падает? Как ни крути, ни верти, но новая стоимость создается трудом в широком смысле этого слова, в том числе и трудом предпринимателей. Однако есть еще ведь и владельцы капитала, которые вообще не участвуют в производстве дохода. Значит, присваивая доход, они выступают в роли эксплуататоров трудящихся.

Во-вторых, во многих случаях цены на товары не зависят от субъективных оценок вообще, поскольку задаются заранее по принципу «не хочешь, не бери». В качестве примера можно привести тот же рынок совершенной конкуренции.

Ограниченность маржинализма признает даже такой его сторонник, как лауреат Нобелевской премии П. Самуэльсон, когда утверждает: *сколько будет произведено фирмой и по какой цене — это вопрос, на который ответить нельзя, пока ничего неизвестно об издержках производства.* Это связано с тем, что именно издержки производства являются главным содержанием цены, которая состоит из перенесенной стоимости и новой. Нет стоимости, можно сказать, нет и цены. Но если нет цены, то нет и оценок ее величины и структуры.

В-третьих, маржиналисты не могут, да и не хотят, объяснить производство и увеличение национального богатства, прибавочного продукта. По их словам, получается, капиталист (продавец) имеет прибыль, если покупатель оценивает полезность продукции выше, чем он обошелся производителю. А если нет? И где нахо-

дится тот источник оплаты продукта или блага у покупателя, даже в случае высокой оценки полезности товара, если предварительно не произведен прибавочный продукт?

В-четвертых, сами экономические ресурсы, во многих случаях, распределены несправедливо. Почему, например, такие невозпроизводимые ресурсы, как нефть, газ и т.д., должны вообще принадлежать частным лицам?

В-пятых, противоречит принципу «каждому в соответствии с тем, что он создает» и передача ресурсов по наследству. О какой справедливости здесь идет речь?

В-шестых, теория предельной полезности факторов производства основана на предпосылке о том, что рынки конкурентны. А что на самом деле? В США, например, на долю корпораций приходится около 90% выпуска продукции, хотя они составляют около 20% в общей численности деловых предприятий. На рынках монополии и монополии (один покупатель) ставка заработной платы и цены не отражает вклада факторов производства в выпуск продукции.

Из сказанного можно сделать два вывода.

Во-первых, каждая теория имеет свою нишу в экономическом пространстве и право на существование и развитие, в том числе и неомарксизм.

Во-вторых, в любой национальной экономике должны быть подсистемы, призванные регулировать распределение доходов и ресурсов в соответствии с принципами социальной справедливости (налоговая и фискальная политика, наследование, дарение и т.д.).

Таким образом, выше были рассмотрены закономерности и правила функционирования рынка ресурсов вообще. Однако и каждый из рынков (труда, капитала, природных ресурсов, интеллектуальных продуктов) имеет свою специфику. В последующих параграфах об этом и пойдет речь. Начнем с рынка рабочей силы.

6.2. РЫНОК ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

6.2.1. Рынок трудовых ресурсов, его специфика и структура

Рынок трудовых ресурсов — это рынок, на котором посредством спроса и предложения устанавливается определенный уровень занятости населения и величина оплаты труда.

Рынок трудовых ресурсов имеет ряд особенностей, отличающих его от рынков других ресурсов.

Во-первых, специфичен сам товар — рабочая сила работника. Это связано непосредственно с личностью самого работника, обладающего не только определенными способностями к труду, но и другими качествами — психическими, физическими, социальными, культурными т.д. Все это оказывает существенное влияние на интересы, мотивы трудовой деятельности работников и отражается на состоянии рынка трудовых ресурсов. Кроме того, цена рабочей силы отражает определенный уровень жизни, социальный престиж, благополучие работника и его семьи.

Во-вторых, спрос на рынке трудовых ресурсов, как и на любой ресурс, является производным от спроса на товары, производимые фирмой.

В-третьих, цена рабочей силы, выступающая в виде заработной платы, должна обеспечивать воспроизводство рабочей силы, в противном случае пострадает само производство

В-четвертых, именно трудом работников, включая рабочих, управленцев, предпринимателей и др., создается новая стоимость, которая является источником доходов всех социальных слоев общества и расширенного воспроизводства.

Основными элементами структуры рынка трудовых ресурсов, как системы, являются: субъекты рынка; конъюнктура; конкуренция; инфраструктура; система социальных выплат и гарантий работникам и безработным.

Какие **субъекты** вступают на рынке трудовых ресурсов в определенные экономические отношения? К ним относятся:

- Работодатели, наемные работники, безработные;
- Выразители интересов названных субъектов: профсоюзы, ассоциации предпринимателей, безработных и т.д.;
- Государственные структуры, разрабатывающие трудовое законодательство, контролирующее его соблюдение и регулирующие спрос и предложение на рынке трудовых ресурсов — министерство труда, биржи труда, центры занятости и т.д.

Вторым элементом структуры рынка трудовых ресурсов является **конъюнктура**, или соотношение спроса и предложения рабочей силы. Если спрос и предложение совпадают, то конъюнктура рынка считается равновесной. Различают также трудодефицитную и трудоизбыточную конъюнктуры рынка.

Спрос на рабочую силу отражает объем и структуру потребностей общества в рабочей силе, представленных на рынке и обеспеченным соответствующим фондом заработной платы.

Предложение труда характеризуется численностью и составом людей, способных к труду и желающих трудиться на условиях найма. Структуру предложения определяют лица: ищущие работу; намеревающиеся сменить работу; желающие трудиться в свободное от работы или учебы время.

Спрос и предложение рабочей силы определяются различными факторами.

Спрос на рабочую силу зависит от уровня и структуры экономики, состояния производства (величина и эффективность производительного капитала, особенности технологии, организации труда и производства и т.д.), качества рабочей силы (образование, профессиональный уровень и др.), величины спроса на товары.

Величина предложения рабочей силы, в свою очередь, зависит от многих факторов: численности трудоспособного населения, соотношения занятого и незанятого населения, интенсивности и производительности труда, продолжительности рабочего времени и условий труда, миграции работников и т. д.

Соотношение между спросом на рабочую силу и ее предложением непосредственно воздействуют на цену рабочей силы, которая колеблется в зависимости от цен на товары.

Третий элемент рынка трудовых ресурсов — **конкуренция**. С одной стороны, она проявляется в форме соперничества между работодателями — за привлечение работников. С другой стороны, — между работниками за размещение вакантных

мест. Кроме того, за условия трудового соглашения и оплаты труда конкурируют работники и работодатели.

Четвертым элементом рынка трудовых ресурсов является его **инфраструктура**. Она включает в себя государственные и негосударственные структуры содействия занятости, кадровые службы предприятий, общественные организации и фонды, соответствующую нормативно-правовую базу. Посредством инфраструктуры рынка осуществляется взаимодействие между спросом на рабочую силу и ее предложением.

Основными функциями рынка трудовых ресурсов являются:

- Согласование интересов субъектов трудовых отношений;
- Поддержание равновесия между спросом и предложением рабочей силы;
- Стимулирование эффективной и рациональной занятости населения;
- Обеспечение пропорциональности распределения работников в соответствии со сложившимся общественным разделением труда;
- Содействие формированию оптимальной профессионально-квалификационной структуры;
- Формирование резерва работников в сфере обращения для обеспечения непрерывности общественного воспроизводства;
- Регулирование доходов работников, социальная поддержка безработных.

Каждый работающий по найму получает доход, который называется заработной платой. Что она собой представляет?

6.2.2. Заработная плата, ее формы и системы

Заработная плата — это сумма денежных средств, компенсирующих затраты рабочей силы работника и обеспечивающих определенный уровень удовлетворения личных потребностей работника и членов его семьи. Можно дать и другое определение заработной платы, чисто рыночное: это цена рабочей силы.

Различают номинальную и реальную заработную плату. *Номинальная заработная плата* — это начисленная работнику заработная плата. *Реальная заработная плата* — это ее покупательная способность, или совокупность товаров и услуг, которую работник может приобрести на номинальную заработную плату при данном уровне цен после уплаты налогов и других обязательных отчислений.

Важную роль в регулировании трудовых отношений играет минимальная заработная плата. Это заработная плата, обеспечивающая прожиточный минимум. Об это уже говорилось в первой главе.

Заработная плата существует в двух формах: сдельной и повременной. *Сдельная заработная плата* — это оплата труда в зависимости от количества произведенной продукции. Заработная плата в таком случае рассчитывается как произведение количества продукции на расценку за единицу. *Повременная заработная плата* — это оплата труда в зависимости от количества отработанного работником времени. При этом должна поддерживаться заданная интенсивность труда и выполняться требуемое количество работ. Повременная заработная плата может быть почасовой, недельной, месячной.

Оптимальным вариантом повременной заработной платы является понедельная заработная плата. В ее защиту можно привести следующий ряд аргументов.

Во-первых, сама неделя представляет собой элементарный экономический цикл, который состоит из двух частей — рабочих дней и выходных. Основная экономическая функция выходных дней — воспроизводство рабочей силы работника. Важнейшим источником воспроизводства является заработная плата.

Во-вторых, в условиях инфляции снижается покупательная способность месячная оплаты труда. Нужно, очевидно, следовать правилу «раньше получишь заработную плату, больше купишь товаров».

В-третьих, можно вспомнить и высказывание американского президента Бенджамина Франклина «время — деньги».

Существуют множество систем заработной платы. Рассмотрим некоторые их классификации.

По количеству показателей, учитываемых при оценке трудового вклада работников, системы оплаты труда подразделяются на:

- Однофакторные, или простые (простая сдельная, простая повременная);
- Многофакторные, или премиальные (сдельно-прогрессивная, повременно-премиальная, участия в прибыли т.д.).

По формам выражения оценки результатов труд выделяют следующие системы оплаты труда:

- Коллективные (основанные на оценке коллективного труда, например, с применением коэффициента трудового участия (КТУ));
- Индивидуальные системы, в основе которых лежит оценка результатов труда отдельного работника.

По характеру воздействия работника на результаты труда системы оплаты труда подразделяются на прямые системы и косвенные.

Чем руководствуется работник, распределяя время на труд (оплачиваемую деятельность) и досуг? Оптимальное соотношение между ними зависит от величины полезности, которую приносят человеку труд и досуг. При этом будем иметь в виду, что выбор между трудом и досугом определяются не только субъективными предпочтениями человека, но и границами рабочего дня.

Различают физические и социальные границы рабочего дня.

Физические границы состоят в том, что человек физически в состоянии работать достаточно интенсивно лишь определенное время. Он должен иметь время для отдыха, приема пищи, удовлетворения других потребностей, связанных с восстановлением израсходованной жизненной энергии. *Социальные границы* рабочего дня работника заключаются в том, что работнику необходимо удовлетворять культурные, интеллектуальные и др. потребности.

6.2.3. Эффекты замены и дохода

Теперь предположим, что работнику предлагают более высокую почасовую заработную плату, и при этом он имеет возможность увеличивать продолжительность рабочего дня. Очевидно, вначале работник будет стремиться заменить сво-

бодное время дополнительной работой, чтобы больше заработать. Соответственно этому досуг замещается дополнительным рабочим временем. Этот процесс получил название *эффекта замены*.

В то же время возросшая заработная плата повышает его уровень жизни, что позволяет ему увеличить объем потребляемых товаров и при неизменном рабочем времени. В таком случае у работника возникает желание не только приобретать все больше товаров, но и увеличивать свой досуг, иметь больше свободного времени, что само по себе — немаловажная ценность. Таким образом, возникает *эффект дохода*: с увеличением дохода человек становится более обеспеченным материально и предпочитает больше времени тратить на отдых.

Выбор между работой и досугом можно изобразить с помощью следующего рисунка:

Часовая ставка заработной платы, в ден. ед.

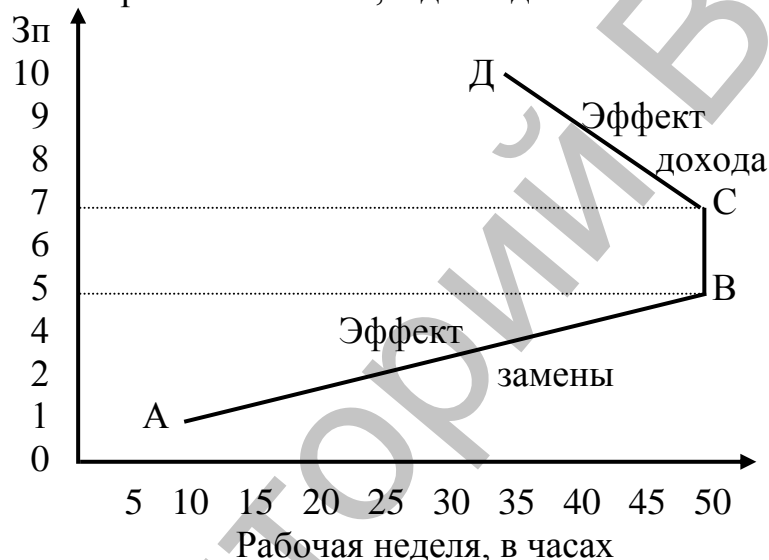


Рис. 6.3. Эффект замены и эффект дохода

На отрезке от точки А до точки В рост часовой ставки заработной платы сопровождается увеличением предложения труда. Максимальная заработная плата на этом отрезке составляет 250 ден. ед. (50 ч • 5 ден. ед.) в неделю. На отрезке ВС эффекты замены и дохода равны по величине. В точке С недельная заработная плата достигает 350 ден. ед. Это, очевидно, та планка, ниже которой работник постарается не опускаться. И, наконец, на отрезке СД начинает действовать эффект дохода, при котором предложение труда уменьшается. Но до каких пор? Предельной величиной, в нашем примере, станет рабочая неделя в 35 часов при часовой ставке в 10 ден. ед., когда работник получит заработную плату размером в 350 ден. ед. в неделю.

Таким образом, рост часовой ставки заработной платы стимулирует работника до определенного предела, затем он отказывается от дополнительной работы ради увеличения досуга, несмотря на предполагаемый рост заработной платы. Следовательно, эффект дохода вызывает у работника стремление к меньшей занятости, тогда как эффект замены ориентирует его на увеличение рабочего времени.

3.7.1. Модели взаимодействия продавцов и покупателей

на рынке трудовых ресурсов

В экономической теории разработано несколько моделей взаимодействия продавцов и покупателей рабочей силы в зависимости от рыночной структуры: рынок совершенной конкуренции; монопосония; модель с участием профсоюзов; двусторонняя монополия. Что они собой представляют?

Модель конкурентного рынка рабочей силы характеризуется следующими признаками:

- Имеет место большое число работодателей, конкурирующих друг с другом;
- Существует большое количество работников с одинаковой квалификацией;
- Ни работники, ни работодатели не влияют на ставки оплаты труда, так как они задаются рынком.

Взаимодействие спроса и предложения на конкурентном рынке трудовых ресурсов показано на рис. 6.4.

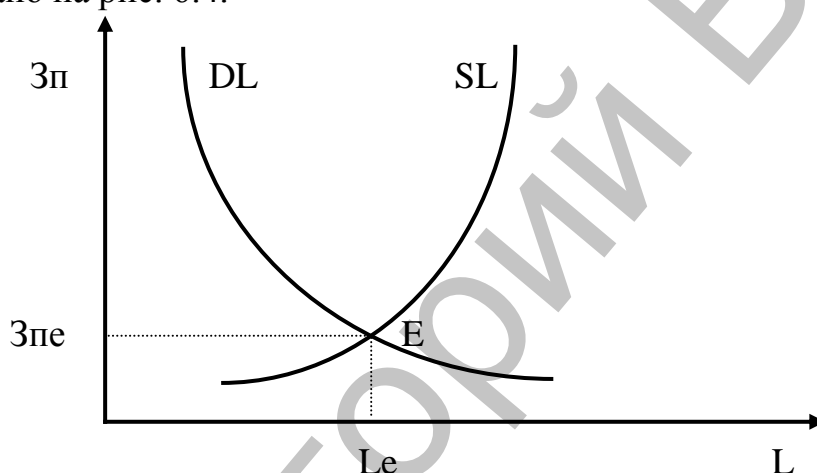


Рис. 6.4. Равновесие на конкурентном рынке труда

На вертикальной оси откладываются ставки заработной платы (Z_p), а на горизонтальной — количество труда (L).

Кривая спроса на труд (DL) характеризует изменение спроса на труд. Она, естественно, имеет отрицательный наклон. Для работников одинаковой квалификации, при прочих равных условиях, разумеется, наибольший спрос приходится на тех, кто согласен на низкие ставки заработной платы.

Кривая предложения (SL) отражает изменение предложения труда и имеет положительный наклон. Наибольшее количество работников одинаковой квалификации настроены на получение высокой заработной платы, и лишь незначительное количество согласно работать при низких заработках.

В точке E спрос и предложение совпадают и возникает ситуация равновесия, то есть количество работников, которое работодатели хотят нанять (L_e) на определенных условиях оплаты труда (Z_{pe}), соответствует числу работников, согласных работать за эту заработную плату.

Если цена труда выше равновесной цены, то наблюдается безработица, а если ниже, то существует дефицит работников. Но в условиях совершенной конкуренции и рыночной гибкости ставок заработной платы ее отклонение от равновесного уров-

ня не может продолжаться долго. Установление заработной платы выше равновесного уровня вызывает сокращение спроса на труд со стороны фирм и, одновременно, увеличение предложения труда со стороны работников. В результате чего появляется избыток предложения труда. Возникающая при этом безработица понижает заработную плату до равновесного уровня. Если заработная плата опускается ниже этого уровня, то происходит противоположный процесс. В конечном счете, конкурентный рынок труда характеризуется общим равновесием спроса на труд и предложением труда, а также равновесным уровнем заработной платы.

Рыночная структура может быть и в форме монополии. В этом случае предложение рабочей силы представлено множеством работников, а спрос — единственной фирмой-работодателем. Монополистические условия на рынке рабочей силы складываются, как правило, в небольших населенных пунктах и в отдаленных районах, где функционирует одно предприятие, обеспечивающее большинство жителей работой. Такой рынок характеризуется следующими признаками:

- Работники одной профессии сосредоточены в одной фирме;
- Данный вид труда является относительно немобильным в виду квалификации работника и ему не найти другое место работы, не пройдя переподготовку;
- Фирма диктует заработную плату в том смысле, что ее ставка находится в прямой зависимости от числа нанимаемых работников.

Монополист максимизирует свою прибыль путем найма меньшего количества работников, снижая ставку заработной платы ниже конкурентного уровня.

На рынке труда активную роль могут играть и **профсоюзы**. Они представляют интересы работников и поэтому стремятся повысить спрос на труд и увеличить заработную плату. С этой целью профсоюзы стремятся:

- Увеличить спрос на производимые товары с помощью рекламы товаров с профсоюзной этикеткой;
- Повысить производительность труда;
- Изменить цены на другие вводимые факторы производства.

Профсоюзы могут воздействовать на рост ставок заработной платы через ограничение предложения труда путем борьбы за сокращение детского труда, ограничение миграции, обязательный выход на пенсию в связи с пенсионным возрастом, сокращение рабочей недели.

Отраслевые профсоюзы, не ограничивая число своих членов, стремятся объединить практически всех работников отрасли. Это позволяет им оказывать на работодателей значительное давление при установлении ставок заработной платы, поскольку с помощью забастовки профсоюз может полностью лишить фирму предложения труда.

Модель двусторонней монополии характеризует рыночную структуру, где существует единственный продавец и единственный покупатель рабочей силы. Она характерна для условий монополистического рынка труда, на котором сформировался сильный профсоюз. В итоге противостояния продавца и покупателя рабочей силы ставки заработной платы и уровень занятости приблизятся к условиям конкурентного рынка.

6.3. РЫНКИ КАПИТАЛОВ

6.3.1. Рынок капитала и его структура

Капитал, как фактор производства, представляет собой совокупность благ, результатов прошлой трудовой деятельности, использование которых обеспечивает создание новых благ. В связи с этим на рынке ресурсов производства под капиталом подразумевается физический капитал, или производственные фонды.

Для создания производственных фондов требуются большие денежные средства. Такие средства называются *инвестиционными фондами*. Поэтому спрос на капитал на рынке ресурсов выступает в форме спроса на инвестиционные фонды, необходимые для приобретения производительного (физического) капитала. Под капиталом, как объектом сделок, следовательно, будем понимать не только капитал производительный, но и инвестиционный денежный капитал, используемый для их создания.

Внешне спрос на инвестиционные средства выглядит как спрос на определенную сумму денег. Вместе с тем не всякая сумма денег образует капитал. Кроме того, прежде чем стать капиталом, деньги должны быть вложены в производство либо в кредитные учреждения, чтобы приносить доход.

Таким образом, деньги, как деньги, и деньги как капитал это не одно и то же. Во-первых, деньги нужны предпринимателям для приобретения производственных фондов, поэтому они представляют спрос на инвестиционные средства. Во-вторых, деньги нужны и в домашнем хозяйстве. Но в этом случае, если на них приобретаются потребительские товары, они капиталом не являются.

Рынок капитала по своей структуре неоднороден. Его можно классифицировать на подсистемы по разным признакам.

По признаку объекта купли-продажи он подразделяется на два рынка: заемного капитала (кредит) и ценных бумаг. Выпуск ценных бумаг позволяет получить деньги на длительный срок, если продаются облигации, либо в бессрочное владение, если речь идет об акциях.

По характеру применения в производстве капитал делится на основной капитал и оборотный.

По форме предъявления спроса на капитал различают спрос на:

- Уже созданные капитальные блага или капитальные активы, например, здания, машины, оборудование, которые фирма покупает или берет в аренду;
- Инвестиционные фонды, предназначенные для создания производительного капитала.

Инвестирование — это процесс пополнения (увеличения) производительного капитала. *Под инвестициями*, таким образом, понимают увеличение физического объема капитала.

Важнейшей формой инвестирования являются *капитальные вложения*. Они представляют собой затраты на создание новых основных производственных фон-

дов и совершенствование действующих с целью повышения эффективности производства. Капитальные вложения, в свою очередь, подразделяются на валовые вложения и чистые. *Валовые вложения капитала* — это общая сумма стоимости всех созданных в текущем году основных производственных фондов, например, машин, оборудования и т.д. *Чистые капитальные вложения* представляют собой прирост основных производственных фондов (основного капитала) в течение года. Их величина определяется валовыми объемами чистых инвестиций без учета амортизационных отчислений.

Воспроизводство и обновление производительного капитала, как правило, осуществляется за счет амортизационных отчислений, увеличение же капитала возможно за счет новых вложений или инвестиций.

Внешне спрос на инвестиционные средства выглядит как спрос на определенную сумму денег, но, в конечном счете, это спрос не на деньги как таковые, сами по себе они не являются производительным капиталом. Деньги фирме нужны постольку, поскольку ей нужен производительный капитал. Сам же спрос на капитал, в свою очередь, является производным от спроса на товары.

6.3.2. Ссудный капитал и его источники

Во многих случаях для воспроизводства, обновления и увеличения производительного капитала своих денежных средств не хватает. Поэтому приходится брать деньги в долг или в ссуду. С одной стороны, это означает, что возникает потребность в привлечении денежных средств извне, а с другой стороны, — существуют свободные денежные средства, которые могут быть предоставлены в ссуду. Каковы, возникает вопрос, источники ссудного капитала?

Во-первых, к ним относятся амортизационные отчисления. Если, например, фирма приобрела станок за 5 тыс. ден. ед. и его предполагаемый срок службы 5 лет, то за первый год эксплуатации станка амортизационные отчисления составят 1000 ден. ед., за два года — 2000 и т.д. Эти временно свободные средства можно предоставить в ссуду.

Во-вторых, таким источником может быть и фонд заработной платы, поскольку заработная плата, например, в Беларуси, выдается два раза в месяц, в остальные дни эти деньги тоже могут «поработать».

В-третьих, возникают перерывы в движении оборотного капитала. Предположим, фирма закупила для продажи 300 телевизоров и продает по цене в 1000 ден. ед. по 100 единиц в месяц. За два месяца у фирмы временно свободных средств будет 200 тыс. ден. ед.

В-четвертых, таким источником может быть накапливаемая, но временно не используемая часть прибыли фирмы.

В-пятых, источником ссудного капитала являются и денежные средства населения.

На основе сказанного можно дать и определение *ссудного капитала*. Это денежный капитал, предоставляемый его владельцем в ссуду под определенный процент.

6.3.3. Спрос и предложение на рынке ссудного капитала

Деньги, как любой товар, имеют свою цену, то есть за пользование деньгами надо платить. Цена, уплачиваемая за пользование деньгами, называется *ссудным процентом*. Отношение дохода от ссуды (dc) к величине ссудного капитала (K_c), выраженное в процентах, называется *ставкой ссудного процента* (R_c):

$$R_c = dc100\% / K_c. \quad (6.8)$$

Ставка ссудного процента и есть *цена ссудного капитала*, то есть она определяет то количество денег, которое нужно заплатить за ссуду. Ставки ссудного процента, в конечном счете, определяют величины спроса и предложения на рынке ссудного капитала. Рыночный *спрос на ссудный капитал* — это сумма денег, на которые есть спрос при определенной ставке ссудного процента.

Из сказанного ясно, что и спрос на ссудный капитал будет тем больше, чем ниже ставки ссудного процента. Предложение же, напротив, связано с величиной ставки ссудного процента прямо пропорциональной зависимостью. Точка пересечения кривых спроса на ссудный капитал и его предложения определяет равновесную ставку ссудного процента (рис. 6.5), при которой величина предлагаемого ссудного капитала равна спросу на него.

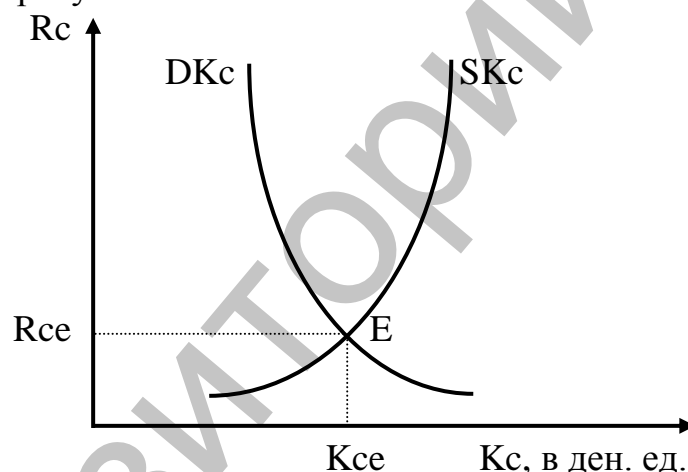


Рис. 6.5. Равновесие на рынке ссудного капитала

Рыночная ставка ссудного процента играет большую роль при принятии инвестиционных решений. Дело в том, что заемщик всегда будет сравнивать ожидаемый уровень дохода на капитал с текущей ценой ссуды, то есть с процентной ставкой. Предприниматель, например, предполагает вложить в дело 1 млн. долл. и получить через год доход в 200 тыс. долл. Ожидаемая норма прибыли пусть будет равна 20% (200 тыс. долл. \cdot 100% / 1 млн. долл.).

При ставке ссудного процента в 10% предприниматель еще может взять ссуду, так как его чистая прибыль составит 100 тыс. долл. (200 тыс. долл. — 100 тыс. долл.). А если она, к примеру, будет равна 20%, тогда чистый доход будет равен нулю.

Различают номинальные и реальные ставки процента. Если, например, процентная ставка равна 10%, а инфляция — 4%, то реально она достигает лишь 6%. *Реальная процентная ставка* — это номинальная ставка, то есть объявленная банком, за вычетом инфляции. Допустим, берется ссуда в 100 ден. ед. под 10% годовых,

следовательно, в конце года надо вернуть уже 110 ден. ед. Однако из-за инфляции в 4% покупательная способность каждой из 110 ден. ед. будет на 4% меньше. Это значит, что рыночная стоимость выплаченных в конце года денежных единиц составит 106 единиц.

6.3.4. Рынок ценных бумаг

Потребность предпринимателя в деньгах удовлетворятся не только банками, но и другим путем. Фирмы для привлечения денежных средств населения выпускают ценные бумаги, главным образом акции и облигации. Выпустив облигации, фирмы могут получить деньги на несколько десятилетий вперед, или даже вообще в бессрочное пользование, если выпускаются акции.

Итак, рынок капитала складывается из денежного рынка, на котором товаром являются банковские кредиты, и рынка ценных бумаг.

Спрос на капитал создается фирмам и государством. Фирмы и правительство на рынке ценных бумаг выступают чистыми заемщиками. Чистым же кредитором является та часть населения, у которой доходы превышают расходы, имеются сбережения. Тот, кто выпускает ценные бумаги, называется эмитентом, их владелец — *инвестором*. На рынке ценных бумаг происходит перелив сбережений по цене, которая устраивает обе стороны. Такая цель достигается с помощью посредников — брокеров и дилеров. Какая разница между ним?

Брокер сводит продавца ценных бумаг с покупателем, за что получает оплату в виде процента от величины продаж ценных бумаг (около 0,1%). Поэтому он заинтересован только в объеме продаж, но не в повышении или понижении цены.

Дилеры покупают ценные бумаги на свое имя и за свой счет, чтобы потом их перепродать. Выручка от перепродажи и образует прибыль дилеров. В отличие от брокеров у дилеров есть прямой интерес к повышению цен на ценные бумаги.

Функции брокеров и дилеров выполняют как отдельные лица, так и целые фирмы. Они называются по-разному: инвестиционные банки, инвестиционные дилеры, инвестиционные дома и т.д.

Различают первичный и вторичный рынки ценных бумаг. На первом рынке ценные бумаги эмитируются, то есть выпускаются в обращение впервые, и размещаются среди инвесторов.

Фирма, нуждающаяся в капитале, обычно выпускает ценные бумаги, а их распределение поручает банкам и различным частным финансовым организациям. В некоторых случаях фирмы это делают сами. Первичная продажа ценных бумаг первым покупателям и происходит на первичном рынке.

В дальнейшем ценные бумаги неоднократно меняют своих владельцев, но это уже происходит на вторичном рынке ценных бумаг.

На развитом рынке ценных бумаг обращается множество различных видов ценных бумаг. Основными из них являются акции, облигации и производные от них ценные бумаги.

Акция — это ценная бумага, свидетельствующая о внесении определенной доли средств в капитал корпорации и дающая право ее владельцу на получение ежегодного дохода и участие в управлении.

По своей сути акции— это бессрочный кредит для выпустившей их компании, так как обратно они этой компанией не выкупаются. Владелец акции может продавать их лишь другому лицу. Фактически они бессрочны, так как действительны, пока существует выпустившая их компания.

Держатели акций являются совладельцами предприятия. Доход на акцию называется *дивидендом* (д). Акция имеет номинальную стоимость, то есть денежную сумму, обозначенную на ней. Цена, по которой она фактически продается и покупается, называется *курсом акции*. Курс акции можно рассчитать по следующей формуле:

$$K_a = d100\% / R_d, \quad (6.9)$$

где д — дивиденд; K_a — курс акции; R_d —депозитная процентная ставка.

В формуле 6.9 дивиденд соотносится с депозитной процентной ставкой потому, что владелец определенной суммы денег всегда сравнивает доход от вложения своих денег в акции с доходом, который он получил бы, положив эту сумму на депозит в банк.

Различают привилегированные акции и простые. По первым сумма дивидендов фиксирована и составляет определенный процент от номинальной цены. Привилегированные акции, как правило, не дают права голоса на собрании акционеров. Простые (обыкновенные) акции не имеют гарантированного дохода, а сумма дивидендов зависит от величины прибыли корпорации и решения Совета директоров компании. Фирма может некоторое время, например, в период реконструкции, вообще не выплачивать дивиденды.

Владелец простых акций имеет право голоса на собрании акционеров

Облигации выпускаются как корпорациями, так и правительством. Это ценная бумага, свидетельствующая о внесении их владельцем денежных средств и дающая право на получение дохода по фиксированной процентной ставке. Тот, кто выпускает облигации, обязуется выплатить в определенный срок и саму стоимость облигации, и процент по ней (5-14% от номинальной стоимости). Обычно срок погашения облигации — от 5-ти до 20-ти лет.

Депозитный сертификат — это ценная бумага, свидетельствующая о помещении денежных средств на хранение в финансово-кредитные учреждения на определенных условиях. На депозитный сертификат выплачивается доход в виде процента, величина которого дифференцирована в зависимости от срока вклада.

Опцион —это документ, удостоверяющий право его владельца на покупку или продажу ценных бумаг.

Фьючерс — это биржевой контракт, оговаривающий будущую дату поставки или получения определенного количества материального или нематериального продукта. Сделки на срок используются в бизнесе в качестве страхования от неблагоприятных изменений в цене спекулянтами-биржевиками.

Самым надежным видом ценных бумаг считаются государственные облигации, так как они гарантируются всем состоянием государства. За ними следуют частные облигации и привилегированные акции, затем обыкновенные. **«Золотое правило» инвестирования** гласит: доход от вложений в ценные бумаги должен быть пропорционален риску, на который готов идти инвестор ради получения дохода.

6.4. НА РЫНКЕ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ

6.4.1. Рыночные природные ресурсы и их особенности

На рынке ресурсов продаются и покупаются природные ресурсы, в первую очередь земля. Природные ресурсы обладают целым рядом особенностей.

Во-первых, они создаются самой природой и во многих случаях являются невозпроизводимыми, например, земля, нефть, газ и т.д. В связи с этим возникает и такой этический вопрос: в чьих интересах, прежде всего, должно использоваться созданное природой богатство? На него мы постараемся ответить несколько позднее.

Во-вторых, экономические отношения по поводу присвоения и использования природных ресурсов возникают между собственниками земли (землевладельцами), предпринимателями (земледельцами) и наемными работниками. Земля, иначе говоря, может быть как объектом собственности, так и объектом пользования. Поэтому и важно различать землевладельцев и земледельцев, землевладение и землепользование. При этом будем иметь в виду, что землевладельцем и земледельцем не всегда может быть одно и то же лицо. В США, например, удельный вес земли, обрабатываемой самими собственниками, составляет около 33%, в странах Западной Европы — еще меньше, например, в Англии не более 10%. В Беларуси же земли сельскохозяйственного назначения находятся в собственности государства. Сказанное означает, что, как правило, собственник земли и тот, кто ею распоряжается и пользуется, люди разные.

В-третьих, существует особенность в формировании стоимости и цены продукции аграрного сектора народного хозяйства. Из-за ограниченности земли, в оборот вовлекаются не только лучшие по плодородию, но и средние, и худшие. Это означает, что общество должно возмещать производителям издержки не только на лучших и средних, но и на худших землях, в противном случае они не будут обрабатываться. В сельском хозяйстве, следовательно, стоимость и цена продукции формируется исходя из условий хозяйствования производителей на худших участках, то есть иначе, чем, например, на промышленные товары. В таком случае, естественно, на средних и лучших земельных участках стоимость единицы производимой продукции будет значительно ниже рыночной. Поэтому предприниматели на этих землях будут получать и больше дохода, разумеется, при одинаковых затратах капитал.

6.4.2. Земельная рента и ее виды

Доход, который приносит земля, да и любой другой фиксированный природный ресурс, называется *рентой*. При этом возникает и второй этический вопрос: кому должен принадлежать дополнительный доход, обусловленный лучшими природными условиями, — землевладельцу или земледельцу? Из отношений собственности (право присвоения) вытекает, что землевладельцу. Объясняется это тем, что земля — его собственность, а избыток продукции — результат более высокой естест-

венной производительности земли, усилия же предпринимателя или наемного работника тут не причем.

Поскольку дополнительный доход определяется различиями в плодородии земли, постольку его еще называют разностным или дифференциальной земельной рентой (ДР).

Механизм производства дифференциальной ренты по естественному плодородию земли показан в таблице 6.3.

Таблица 6.3. Механизм производства дифференциальной ренты по естественному плодородию земли; затраты капитала, цена производства и рента в ден. ед.

Участки земли	Затраты капитала	Средняя прибыль	Продукция, в ц с 1 га	Цена производства 1 ц		ДР с 1 ц	Цена производства всей продукции		Общая ДР
				Индивидуальная	Общественная		Индивидуальная	Общественная	
1	26	4	20	1,5	1,5	0	30	30	0
2	26	4	30	1	1,5	0,5	30	45	15
3	26	4	40	0,75	1,5	0,75	30	60	30

Из приведенной таблицы видно, что собственник земли с наименьшим плодородием ДР не получает совсем. Но сдаст ли он в таком случае свой участок в аренду? Очевидно, нет! Владелец любого участка земли, в том числе и худшего, получает доход, который называется абсолютной земельной рентой. Таким образом, земля как объект собственности дает владельцу, по меньшей мере, абсолютную земельную ренту. А если повезет, то он, наряду с абсолютной рентой, получит и дифференциальную ренту по естественному плодородию, не ударив палец о палец. Цена общественная сельскохозяйственной продукции значительно выше цены индивидуальной. Если продукция сельского хозяйства будет продаваться по цене «издержки плюс средняя прибыль», в том числе и в США, то около половины населения страны сядет на голодный паек. Что же тогда говорить о Беларуси и России? Только система государственной поддержки сельского хозяйства делает доступной ее продукцию для большинства населения. В Германии, например, субсидии селу со стороны государства составляют около 13%, а в Японии — 37% от всех издержек на сельскохозяйственное производство. В Беларуси и в России, ясно, эта доля должна быть значительно выше.

ДР возникает и по причине местоположения участка земли. В этом случае худшими считаются земли, расположенные дальше других от рынков сбыта. Владельцы же средних и лучших земель получают дифференциальную ренту по местоположению.

Если собственнику совсем уже повезет с землей, то он может получить и ренту, которая получила название *монопольной*. Он возникает как разница между моно-

польной ценой и общественной стоимостью сельскохозяйственной продукции. Каким образом? Допустим, что из-за особых природных условий на земле могут произрастать редкие сорта винограда, из которого изготавливается шампанское. Спрос на такой виноград выше его предложения. Поэтому возникает возможность для образования монополюс высокой цены и присвоения монополюс ренты.

Итак, удачливый собственник может получить доход, который будет складываться из абсолютной ренты и дифференциальной как по плодородию, так и по местоположению. А каковы перспективы предпринимателя-арендатора? Во-первых, он получает среднюю прибыль, как разницу между общественной стоимостью продукции и издержками. Во-вторых, он может вложить в землю капитал и тем самым повысить плодородие почвы. В таком случае он получит дополнительный доход, получивший название дифференциальной ренты два (ДР II).

Таким образом, доходы от использования в производстве природных ресурсов выражают отношения между владельцами земель, предпринимателями и наемными работниками. Первые получают ренту, вторые, главным образом, — среднюю прибыль, а третьи — заработную плату (таблица 6.4).

Таблица 6.4. Формы дохода от реализации сельскохозяйственной продукции

Формы дохода в сельском хозяйстве	<i>Наемные работники</i>		Зарботная плата
	<i>Собствен- ники земли</i>	<i>Рента</i>	Абсолютная рента
			Дифференциальная рента по плодородию и местоположению (ДР I)
			Монополюсная рента
	<i>Предприниматели- арендаторы</i>		Средняя прибыль
			Дифференциальная рента два (ДР II)

Абсолютная, дифференциальная и монополюсная формы ренты имеют место не только в сельском хозяйстве, но и в добывающей промышленности, а также на участках земли, сдаваемых землевладельцами для постройки жилых домов, предприятий, учреждений. Они образуются здесь по тем же причинам и при тех же условиях, что и в земледелии.

6.4.3. Цена земли

В рыночной экономике любое благо, приносящее доход, может превратиться в товар. Земля тоже продается и покупается. Товаром она является постольку, поскольку обладает способностью приносить доход. Цена земли определяется по следующей формуле:

$$Цз = P100\% / Rд, \quad (6.10)$$

где Цз — цена земли; P — земельная рента; Rд — депозитная процентная ставка.

Каков смысл этой формулы? Если, например, ежегодная рента с 1 га земли равна 100 ден. ед., а депозитная процентная ставка — 20%, то цена 1 га будет равна

500 ден. ед. Это значит, что если покупатель земли положит в коммерческий банк на депозит 500 ден. ед., то он будет получать доход, равный доходу землевладельца. Проигрывать не хочется никому. Землевладелец тоже продает землю на тех же условиях. Такая сделка устраивает как продавца, так и покупателя земли. Первый надеется на увеличение своих доходов с помощью банка, а второй рассчитывает на повышение земельной ренты.

Земельная рента, как стал ясно, определяет цену земли, а значит уравнивает спрос на землю (D_3) с ее предложением. Поскольку предложение земли совершенно неэластично, то есть не меняется по площади при любом спросе, постольку линия предложения (S_3) будет иметь вид вертикального отрезка (рис. 6.6).

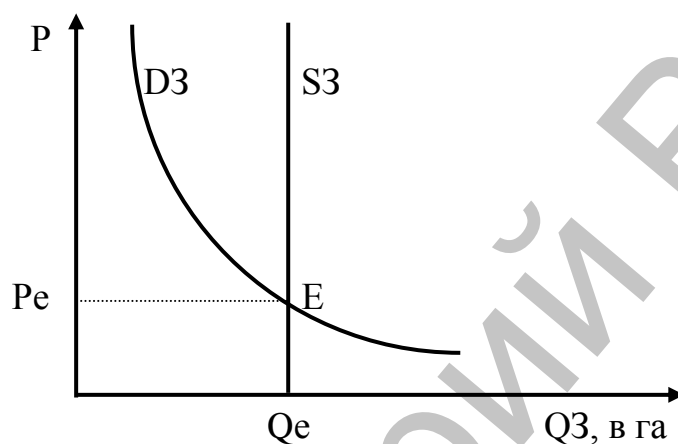


Рис. 6.6. Равновесие на рынке земли

Цена земли в данном случае будет зависеть только от колебаний спроса и ренты, так как предложение земли неизменно. Однако подлинная цена земли заключается в ценности тех благ, продуктов, которые на ней производятся. Именно поэтому во все времена земля была и остается сегодня непреходящей ценностью.

В формуле для цены земли, если в нее вложен капитал в виде зданий, техники и т.д., вместо величины ренты записывается величина годовой арендной платы (Апл):

$$Цз = \text{Апл}100\% / Rд . \quad (6.11)$$

6.4.4. О форме собственности на землю

По вопросу собственности на землю ведутся ожесточенные споры с тех пор, как появилось само право собственности на землю. И это не случайно, поскольку земля — необычный объект собственности, в том смысле, что она — дар природы человеку. Кроме того, земля еще и пространственно-географический фактор, территория, площадь, на которой функционирует человеческое общество. Какой должна быть собственность на землю, как на средство производство: общественной или частной?

С одной стороны, в пользу общественной собственности на землю говорит то обстоятельство, что земля — это дар природы и должна, поэтому, использоваться в интересах всего народа.

С другой стороны, она, будучи в общественной собственности, не всегда используется экономически эффективно. При этом, как правило, эта проблема рассматривалась на сопоставлении СССР (а теперь России) и США. Однако часто забывают о том, что все земли США (кроме Аляски) расположены южнее Киевской параллели. Что же касается частной собственности на землю, не будем забывать о том, что частников она привлекает, прежде всего, возможностью без особых хлопот получать ренту, как об этом уже было сказано. Но с какой стати, возникает вопрос, надо предоставлять частнику возможность эксплуатировать все общество?

Какие же выводы вытекают из сказанного?

Во-первых, при любой форме собственности на землю государство должно регулировать использование земель сельскохозяйственного назначения.

Во-вторых, государству надо содействовать становлению и развитию хозяйственной многоукладности на селе, поддерживать в равной мере всех товаропроизводителей.

В-третьих, государство должно оказывать сельскохозяйственным товаропроизводителям финансовую поддержку в форме дотаций и субсидий. В Беларуси, например, сельское хозяйство напрямую финансируется из госбюджета (с этой целью расходуются около 10% бюджетных средств).

В настоящее время в нашей стране проводится аграрная реформа. Главное ее направление — формирование многообразия форм собственности и хозяйствования. В Беларуси разработаны и реализуются на практике различные варианты реформирования колхозов и совхозов. Они предполагают: акционирование, выделение фермерских хозяйств, аренду, полную ликвидацию, присоединение к другим хозяйствам, объединение, продажу с аукциона и т.д.

Одним из направлений аграрной реформы является создание фермерских хозяйств. Вместе с тем следует иметь в виду, что такие хозяйства на первых порах требуют больших капитальных вложений. Фермерские хозяйства обладают преимуществами там, где есть возможность на небольших земельных участках использовать интенсивные технологии земледелия.

Фермерское или крестьянское хозяйство — это трудовое объединение лиц или отдельных граждан (семья, родственник), выступающее в качестве самостоятельного товаропроизводителя. Главной целью фермерского хозяйства является обеспечение благосостояния семьи и поддержание на должном уровне собственного производства.

Основными задачами фермерских хозяйств являются:

- Производство, переработка и сбыт продукции;
- Развитие подсобной деятельности, рациональное использование земельных угодий, улучшение плодородия;
- Участие трудом или денежными средствами в развитии местной социальной инфраструктуры;
- Обеспечение полной или частичной занятости членов семьи.

Каждый фермер, очевидно, должен обладать соответствующей профессиональной подготовкой и рационально использовать земельные участки. Такой уровень подготовки, к сожалению, есть не у каждого фермера. Поэтому у государства

должно быть право изъятия у собственника неиспользуемых или используемых недостаточно эффективно земель, «право первого покупателя» и т.д.

На результаты деятельности фермерских хозяйств влияют такие факторы, как специализация, природные и климатические условия, интенсивность производства, место расположения и т.д. Фермерство в Беларуси в настоящее время только набирает обороты и нуждается в серьезной поддержке со стороны государства.

6.5. НА РЫНКЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ

С конца 19 в. в современной экономике возрастает роль интеллектуальной продукции. В настоящее время результаты интеллектуального труда определяют перспективы развития экономики, да и общества в целом. Важную роль, следовательно, на рынке ресурсов играют интеллектуальные продукты.

Теме «рынок интеллектуальных продуктов» в учебниках и пособиях по экономической теории уделено внимания необоснованно мало. Оно и понятно. Эта тема теоретиками-экономистами разработана меньше всего. *Рынок интеллектуальных продуктов (РИП)* — это и рынок монополии, и рынок монополистической конкуренции.

6.5.1. Понятие рынка интеллектуальных продуктов

РИП — это рынок результатов интеллектуального труда, воплощенных в форме, доступной для восприятия, воспроизведения использования потенциальными потребителями.

В качестве результатов интеллектуального труда могут выступать идеи, знания, методы, методики, рецепты и др.

РИП включает в себя рынки патентов и ноу-хау, программного обеспечения ЭВМ, кинофильмов, видеозаписей, книжный рынок и т.д.

Многие интеллектуальные продукты имеют правовую защиту. Она может осуществляться с помощью патентов и авторского права. **Патент** защищает саму суть идеи, а **авторское право** — форму ее воплощения. Есть интеллектуальные продукты, не имеющие правовой защиты, например, секреты производства продукции, игротехнические идеи.

Авторским правом охраняются произведения науки, литературы и искусства, выраженные в форме, позволяющей воспроизводить результаты творческой деятельности автора. Законы в области авторского права различных стран предусматривают охрану литературных, музыкальных, хореографических и художественных произведений (рисунков, картин, гравюр), карт, программного обеспечения и т.д.

Охрана авторских прав обычно означает, что некоторые произведения можно использовать только с согласия автора. В качестве примера можно привести права копировать произведения, воспроизводить звуковую запись исполнения литературного и музыкального произведений.

Наряду с **имущественными** есть и **неимущественные** права авторов, на основе которых они имеют право требовать, чтобы их имена указывались на копиях произведения и в связи с другими видами использования произведения. Авторы

произведений могут также возражать против искажения или извращения содержания их произведений.

6.5.2. Патентная система

Необходимость удовлетворения растущих потребностей общества требует непрерывного совершенствования факторов производства, в том числе и средств производства. Развитие средств производства осуществляется на основе использования достижений науки и техники. Такие фундаментальные науки, как математика, физика, химия, биология и др., создают базу для совершенствования производства и создания новых средств производства.

Многие достижения науки и техники, как об этом свидетельствует история, вначале не находят широкого применения. В XVI—XVIII вв. владельцы мануфактур «засекречивали» применяемые технические достижения. Тем самым они старались во имя прибыли оградить себя от конкуренции. Это, в свою очередь, породило практику похищения секретов. Можно привести такие примеры. Так, в начале XVIII в. французский монах проник в китайскую императорскую фарфоровую мануфактуру, изучил технологию изготовления твердого фарфора из каолина и послал в Европу образцы сырья. В результате чего производство фарфора было налажено во Франции. Английский литейщик Фолли выведаль немецкие и бельгийские секреты выплавки стали, наладил литейное дело в Англии, за что получил дворянский титул и стал богачом.

Патенты и привилегии, охраняющие права изобретателей, впервые были введены вначале в Англии (1623 г), затем — в США (1787 г.), в России (1812 г). С развитием производства совершенствовалась и патентная система. В ее основе лежат несколько краеугольных принципов. Рассмотрим некоторые из них.

1. **Исключительное право автора на использование изобретения.** Патент предоставляет изобретателю право на монопольное использование в течение определенного времени своего изобретения, после чего изобретение становится достоянием общества. Изобретатель-патентовладелец имеет право запрещать другим лицам использовать его изобретение, а также может привлекать к ответственности нарушителей своих патентных прав. Вместе с тем изобретатель может передать свои права на патент кому-либо другому полностью или частично на определенных условиях: безвозмездно или за определенную плату.
2. **Уплата пошлины за выдачу и поддержание патента в силе.** За предоставление исключительных прав на изобретение необходимо заплатить определенную сумму денег. Эти средства идут в доход государства.
3. **Территориальная ограниченность патентных прав.** Патент действует на территории страны, выдавшей его. Однако есть и международные соглашения, позволяющие получить патенты в нескольких странах.
4. **Патентоспособность.** Патентуются далеко не всякие изобретения, а обладающие определенной патентоспособностью. Ее критериями являются: а) техническое решение задачи; б) новизна; в) изобретательский уровень; г) практическая применимость.

Рассмотрим составляющие патентоспособности более подробно.

Техническое решение задачи. Изобретениями признаются только решения, носящие технический характер в широком смысле этого слова, то есть решения, связанные с созданием новых и совершенствованием уже существующих машин, оборудования, приборов, аппаратов, технических процессов, с созданием новых веществ и способов их получения и т.д.

Новизна является важным фактором признания технического решения изобретением и обеспечения патентной защиты. Если раньше в большинстве стран признавалась новизна в пределах своей страны, то в настоящее время к изобретениям предъявляются требования мировой новизны. Это значит, что техническое решение признается изобретением только в том случае, если оно неизвестно во всем мире. Для этого проводится специальная экспертиза. Делается все это для того, чтобы заново не открывался «велосипед».

Изобретательский уровень. Изобретение должно превышать уровень обычного инженерного решения. Так ли это, определяет специальная экспертная комиссия.

Под практической применимостью подразумевается возможность промышленного использования изобретения.

Патентной защитой обеспечиваются не только изобретения, но патентные модели и патентные образцы.

Под патентной моделью подразумевают техническое решение задачи, обладающее новизной и промышленной применимостью.

Промышленный образец — это художественно-конструкторское решение внешнего вида, обладающее новизной, соответствующее требованиям технической эстетики и пригодное к осуществлению промышленным способом. Под промышленным образцом понимаются, как плоские изображения, например, рисунки, ковры, ткани, так и трехмерные предметы, например, форма автомобиля, телевизора.

6.5.3. Ноу-хау

Под ноу-хау подразумевают любое, не запатентованное новшество. Фирмы не патентуют какие-то изобретения по разным причинам. Засекречивается, например, способ производства продукции, если по готовой продукции нельзя определить ее состав. В некоторых случаях и знание состава продукции мало что дает. Классическим примером является кока-кола. Ее состав можно прочесть на банке кока-колы. Однако есть еще и секретные добавки. Только два химика компании знают точный рецепт кока-колы, им даже запрещено летать вместе в самолете: в случае катастрофы один уцелеет. Иногда новшества не патентуют из-за длительности экспертизы.

Для промышленного освоения запатентованных изобретений, как правило, сведений, описанных в патенте, бывает далеко недостаточно. Например, для изготовления машин, приборов, станков и т.п., требуются еще чертежи, знание технологического процесса. Поэтому для освоения способа производства нужно знать оптимальные режимы функционирования, точное значение параметров процесса — давления, температуры, времени, необходимое оборудование и т.д.

Для того чтобы освоить изготовление какого-либо вещества, надо знать оптимальное соотношение ингредиентов, технологии изготовления вещества. Таким образом, мало приобрести патент, нужно владеть и дополнительной информацией, то есть ноу-хау.

Помимо технической документации, необходимой для выпуска новой продукции, фирма в ряде случаев заинтересована в приобретении опыта наиболее целесообразной организации производства по выпуску этой продукции, включающей вопросы управления, использования ЭВМ, расхода материалов.

Итак, фирмы заинтересованы в приобретении комплекса знаний и опыта, как по поводу производства новой продукции, так и по поводу ее разработки, реализации и использования. В условиях НТР научно—технические знания, производственный опыт выступают в качестве специфического товара, получившего название ноу-хау.

Характерными признаками ноу-хау являются: практическая применимость в производственной деятельности; полная или частичная конфиденциальность (секретность); отсутствие защиты охраняемыми документами. Выделяют следующие виды ноу-хау: научно-техническое, коммерческое и финансовое.

Научно-техническое ноу-хау включает знание и опыт проведения исследований, методики экспериментов, применения экспериментального оборудования, знания и опыт в области разработки и применения технологических процессов, специального оборудования, знания и опыт высококвалифицированных рабочих по выполнению производственных операций с высокой производительностью труда и обеспечивающих высокое качество продукции.

Коммерческое ноу-хау заключается в передаче знаний и опыта в области реализации продукции и содержит данные о наиболее целесообразных формах реализации продукции, организации ее рекламы, наиболее опытных авторитетных фирмах-посредниках.

Финансовое ноу-хау содержит сведения о наиболее выгодных формах использования денежных средств, ценных бумаг, сведения о банках и т.д.

6.5.4. Лицензии

Передача патентных прав и ноу-хау может осуществляться с помощью лицензионных соглашений. В переводе с латинского слово «лицензия» означает разрешение совершать какие-либо действия. Изначально под термином «лицензия» подразумевалось добровольное ограничение патентообладателем своего права монопольного владения запатентованным изобретением. Теперь же предметом лицензии может быть не только изобретение, но и промышленные образцы, ценные сведения, ноу-хау, то есть секреты производства, научно-технические, коммерческие и финансовые знания.

Продажа лицензий, а, следовательно, патентных прав и ноу-хау осуществляется посредством заключения лицензионного соглашения. Это договор, по которому одна сторона — *лицензиар* — обязуется обеспечить партнеру условия, позволяющие внедрять новшество в производство и использовать в установленных соглашением

пределах. Другая же сторона — *лицензиат* — должна уплатить за это новшество соответствующее вознаграждение или предоставить иную компенсацию. При этом право собственности на предмет лицензионного соглашения остается за лицензиаром (продавцом лицензии), а лицензиат (покупатель лицензии) получает право использования предметом лицензии на определенных условиях.

Различают лицензии патентные и беспатентные. *Патентные лицензии*, например, на использование изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, обеспечены патентной защитой. Потому, собственно говоря, они так и называются. *Беспатентные лицензии* — это лицензии на ноу-хау.

В современной практике торговли лицензиями значительная часть патентных лицензий на изобретения предусматривает одновременно передачу ноу-хау, позволяющего освоить производство продукции по лицензии.

По объему передаваемых лицензиату прав различают три вида лицензий: полные, исключительные и неисключительные. Что они собой представляют?

Полная лицензия — это патентная лицензия, по которой лицензиар предоставляет лицензиату все права на использование изобретения, например, промышленного образца, в полном объеме на весь оставшийся срок действия патента.

Исключительная лицензия гарантирует лицензиату исключительное право использования предмета лицензии в пределах, оговоренных соглашением. На территории данного соглашения лицензиар в таких случаях не может предоставить лицензии третьим лицам и сам не имеет право использовать предмет лицензии.

Лицензия считается *неисключительной* (простой лицензией), если она предоставляет лицензиату право использовать изобретение, например, промышленный образец, ноу-хау, лишь в определенных пределах. В этом случае лицензиар имеет право пользоваться своим изобретением на той же территории и на тех же условиях, а в некоторых случаях — продать лицензию третьим лицам. Кроме того, если иное не оговорено в лицензионном соглашении, лицензиат не имеет право предоставлять сублицензий.

Сублицензия может предоставляться третьим лицам лицензиатом, купившем полную или исключительную лицензию, если в лицензионном договоре специально оговорена эта возможность. По объему права сублицензия, обычно, соответствует простой лицензии. Вознаграждение за сублицензию делится между лицензиатом и лицензиаром.

Если в случае полной лицензии лицензиату предоставляются все права без ограничений, то в случае исключительной и простой лицензий в условия соглашения вводятся те или иные ограничения: срок действия, сферы использования, объема производства и реализации продукции и т.д.

В некоторых случаях при проведении переговоров о продаже лицензии лицензиат не располагает достоверными данными о возможности успешного освоения предмета лицензии. Это обстоятельство имеет особое значение для заключения соглашения о передаче ноу-хау. Дело в том, что до заключения соглашения лицензиар не желает раскрывать сущность ноу-хау, не имеющего правовой защиты, а лицензиат не желает приобретать «кота в мешке». В этом случае партнеры заключают *оп-*

ционное соглашение, по которому лицензиат получает доступ к ноу-хау и преимущественное право на покупку лицензии.

6.6. ВЫДЕЛИМ ГЛАВНОЕ

♦ В экономической теории выделяют рынки трудовых, инвестиционных, природных и интеллектуальных ресурсов.

Спрос на ресурсы: а) является производным от спроса на товары, производимые фирмой; б) зависит от цен на них; в) определяется их производительностью.

Оптимальное количество ресурсов, приобретаемое фирмой, определяется на основе двух правил.

Первое правило заключается в сопоставлении общего дохода фирмы с общим издержками, связанными с приобретением ресурсов. Согласно правилу количество работников, например, считается оптимальным, если приносимый работником доход от реализации произведенной им продукции равен средней доходности работников.

По второму правилу заработная плата работника не должна превышать доход фирмы от реализации, производимой им продукции.

Спрос на ресурсы зависит также от уровня цен на связанные с ними ресурсы. Такая зависимость определяется характером связи между ресурсами. Они могут быть либо заменителями, либо дополнять друг друга. *При использовании ресурсов-заменителей между ними возникает ресурсосберегающий эффект.*

Ресурсы дополняют друг друга, если они или применяются вместе, или спрос на них предъявляется одновременно.

Соотношение между ресурсами оптимально, если отношения предельных производительностей ресурсов к ценам на них равны.

Согласно правилу максимизации прибыли предельные издержки на приобретение единицы ресурса не должны превышать предельный доход от единицы ресурсов.

♦ Трудовые ресурсы приобретаются фирмой на *рынке труда*. Это рынок, на котором через механизм взаимодействия спроса и предложения устанавливается определенный уровень занятости и величины заработной платы.

Основными элементами структуры рынка труда являются: субъекты рынка; конъюнктура; конкуренция; инфраструктура; система социальных выплат и гарантий работникам и безработным.

Цена рабочей силы на рынке труда выступает в форме заработной платы.

Заработная плата — это сумма денежных средств, компенсирующих затраты рабочей силы работника и обеспечивающих определенный уровень удовлетворения потребностей работника и членов его семьи.

Заработная плата выступает в форме номинальной и реальной заработной платы. *Номинальная заработная плата* — это заработная плата в денежном выражении, начисленная работнику. *Реальная заработная плата* — это совокупность товаров услуг, которую работник может приобрести на номинальную заработную плату при данном уровне цен после уплаты налогов и других отчислений.

Выделяют также *минимальную заработную плату*. Это заработная плата, обеспечивающая работнику прожиточный минимум

Увеличение почасовой ставки оплаты труда вызывает *эффект замены и эффект дохода*. Суть первого состоит в замене свободного времени рабочим, а второго — в обратной замене рабочего времени свободным, начиная с некоторой величины почасовой ставки оплаты труда.

♦ Вторым после трудовых ресурсов фактором производства является *производительный капитал*. К нему относится совокупность благ, результатов прошлой трудовой деятельности, использование которых обеспечивает создание новых благ.

Спрос на производительный капитал на рынке ресурсов выступает в форме спроса на *инвестиционные фонды*, денежные средства, необходимые для приобретения производительного капитала.

Под капиталом, как объектом сделок на рынке капитала, подразумевается не только физический капитал, но и инвестиционный денежный капитал, используемый для их создания.

По объекту купли-продажи выделяют рынки заемного капитала и ценных бумаг.

По характеру применения в производстве производительный капитал подразделяется на основной капитал и оборотный.

По форме предъявления спрос на капитал различаются спрос на уже созданные блага и инвестиционные фонды, предназначенные для создания производительного капитала.

Во многих случаях фирмы берут ссуду. Источниками ссудного капитала являются амортизационные отчисления, заработная плата, часть прибыли и сбережения населения. *Ссудный капитал* — это денежный капитал, предоставляемый его собственниками в ссуду под определенный процент. Ссудный капитал имеет цену, или *ставку ссудного процента* — это отношение дохода от ссуды к величине ссудного капитала, выраженное в процентах.

Рыночный спрос на ссудный капитал — это сумма денег, на которые есть спрос при определенной ставке ссудного процента. *Рыночное предложение ссудного капитала* — это сумма денег, предлагаемая займодавцами по определенной ставке ссудного процента.

♦ Потребности предпринимателей в деньгах удовлетворяются не только системой банков, но и эмиссией ценных бумаг.

Спрос на рынке ценных бумаг создается фирмами и государством. Фирмы и правительство на рынке ценных бумаг выступают чистыми заемщиками. Чистым же кредитором является та часть населения, у которой доходы превышают расходы.

Основными видами ценных бумаг являются акции и облигации. *Акция* — это ценная бумага, свидетельствующая о внесении определенной доли средств в капитал корпорации и дающая право ее владельцу на получение дохода и участие в управлении.

Рыночная цена акции называется ее курсом. Это отношение дохода с акции (дивиденда) к величине депозитной процентной ставки.

Облигация — это ценная бумага, свидетельствующая о внесении их владельцем денежных средств в капитал фирмы и дающая право на получение дохода по фиксированной процентной ставке. Выпускаются также и такие ценные бумаги, как депозитные сертификаты, опционы, фьючерсы и т.д.

♦ Во многих случаях в производстве используются и природные ресурсы. Они обладают рядом особенностей: создаются природой; экономические отношения по поводу присвоения и использования природных ресурсов возникают между собственниками природных ресурсов, предпринимателями и наемными работниками; стоимость и цена на сельскохозяйственную продукцию формируются исходя из условий на худших участках.

Доход, который приносят фиксированные природные ресурсы своему владельцу, называется *рентой*. В зависимости от различий земельных участков по плодородию и местоположению выделяют *дифференциальную ренту*. Владельцы всех земельных участков независимо от плодородия и местоположения получают *абсолютную земельную ренту*. В том случае, если на земельных участках произрастают редкие сорта сельскохозяйственной продукции, владельцы земли получают *монопольную ренту*.

Земля в рыночной экономике, как товар, имеет цену. *Цена земли* прямо пропорциональна величине арендной платы, включающей ренту, и обратно пропорциональна величине депозитной процентной савки.

♦ В современных условиях возрастает роль рынков интеллектуальных продуктов (РИП). *РИП* — это рынок результатов интеллектуального труда, воплощенных в форме, доступной для восприятия, воспроизведения и использования потенциальными потребителями. РИП включает в себя рынки патентов, ноу-хау и лицензий.

Правовая защита результатов интеллектуального труда осуществляется с помощью патентов и авторского права. *Патент* защищает суть самой идеи, а *авторское право* — форму ее воплощения.

В основе патентной системы лежат следующие принципы: а) исключительное право на использование изобретения; б) уплата пошлины за выдачу патента и поддержание его в силе; в) территориальная ограниченность патентных прав; г) патентоспособность.

На рынке интеллектуальных продуктов важная роль принадлежит *ноу-хау*. Это любое не запатентованное новшество. Различают научно-техническое, коммерческое и финансовое ноу-хау.

Передача патентных прав и ноу-хау осуществляется с помощью лицензионных соглашений. Различают *патентные* и *беспатентные* лицензии. По объему передаваемых прав выделяют полные, исключительные и неисключительные лицензии.

6.7. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

«Лук» *прибыльности ресурсов. Правило оптимизации соотношения между ресурсами. Заработная плата. Номинальная и реальная заработная плата. Минимальная заработная плата. Эффект замены. Эффект дохода Инвестиции. Ссуд-*

ный капитал. Ставка ссудного процента. Ценные бумаги. Акции. Курс акции. Дивиденд. Облигации. Депозитные сертификаты. Фьючерсы. Земельная рента. Дифференциальная рента. Абсолютная рента. Монопольная рента. Арендная плата. Цена земли. Интеллектуальный продукт. Патент. Авторское право. Ноу-хау. Лицензии.

6.8. ПРОВЕРИМ СЕБЯ

Ответим на вопросы

1. Чем ресурс отличается от фактора производства?
2. В чем суть правила оптимизации количества работников, если фирма находится на рынке совершенной конкуренции?
3. Какой доход должен приносить фирме предельный работник, чтобы ее поведение было оптимальным?
4. Предположим, что вы стоите перед выбором: нанять одного работника или купить работа. Какими достоинствами и недостатками они обладают?
5. Что такое заработная плата в условиях рыночной экономики?
6. При каком условии реальная заработная плата будет расти быстрее номинальной?
7. Каким, на ваш взгляд, должно быть соотношение между минимальной заработной платой и величиной прожиточного минимума?
8. В чем суть эффектов замены и дохода, если речь идет о занятости работника?
9. Являются ли капиталом деньги, которые хранятся у вас дома?
10. Что такое инвестиции?
11. Кто такие «быки» и «медведи» и как они зарабатывают доход?
12. Какова роль интеллектуального продукта, как фактора производства в современных условиях?
13. Каким ноу-хау должен обладать «медведь» для игры на фондовой бирже?

Выполним задания

1. Оптимум количества работников на фирме наступает тогда, когда приносимый работником от реализации, произведенной им продукции:
 - а) превышает средний доход, приносимый всеми работниками фирме;
 - б) равен среднему доходу на одного работника;
 - в) меньше среднего дохода, который приходится на работника.
2. Соотношение между капиталом и трудом на фирме оптимально, если соотношения их производительности и цены ресурса:
 - а) больше у капитала к цене его единицы;
 - б) больше у труда к цене его единицы;
 - в) эти соотношения равны между собой.

3. Если номинальная заработная плата увеличилась за год на 80%, а цены на потребительские товары — на 20%, то реальная заработная плата, при прочих равных условиях, возросла на: а) 40%; б) 50%; в) 60%.

4. Эффект дохода от повышения часовой ставки заработной платы состоит в том, что работник:

- а) «больше платят, больше работает»;
- б) рабочая неделя не зависит от величины почасовой ставки труда;
- в) начиная с некоторой величины почасовой ставки оплаты труда, уменьшает длину рабочей недели в пользу досуга.

5. Если на рынке труда ставка заработной платы выше равновесной, то имеет место:

- а) дефицит рабочей силы;
- б) избыток рабочей силы;
- в) величина ставки заработной платы на занятость работников не влияет.

6. Инвестициями является:

- а) сумма денег, получаемая от реализации продукции;
- б) доход фирмы от эмиссии акций;
- в) величина, на которую увеличивается производительный капитал;
- г) верны все предыдущие ответы.

7. Предположим, что на 500 тыс. руб. вы купили 500 акций.

Какую сумму дивидендов вы получите, если по окончании года курс акции понизился на 20%, а депозитная процентная ставка равна 15%?

8. Допустим, что вы очень торопились и, не изучив рынка земли, земельный участок с постройками и сельскохозяйственной техникой на 200 млн. руб. продали за 300 млн. руб.

За какую сумму можно было продать участок земли, если ежегодно он приносил 20 млн. руб. ренты, годовая норма амортизации основного капитала равна 10%, а годовая депозитная процентная ставка составляет 20%?

6.9. ЛИТЕРАТУРА

1. Базылев Н.И., Базылева М.Н. Экономическая теория: Учебник для студентов экономических специальностей вузов. — Мн.: Книжный Дом, 2004. — Глава 14.
2. Баликоев В.З. Общая экономическая теория. Учебное пособие. — Новосибирск: «Лада», 1999. — Главы XVIII, XIX.
3. Лебедев О.Т., Каньковская А.Р., Филиппова Т.Ю. Основы экономики / Учеб. пособие под ред. О.Т. Лебедева. — СПб.: ИД «МиМ», 1997. — Глава 12.
4. Лемешевская Л.В. Экономическая теория: тесты, ситуации, задачи: Учеб. пособие. — Мн.: Книжный Дом; Мисанта, 2005. — Тема 14.
5. Лемешевский И.М. Микроэкономика (экономическая теория. Ч. 2.) Учебное пособие для вузов. — Мн.: ООО «ФУАинформ», 2003. — Главы 10 — 13.

6. Микроэкономика: Учеб. пособие / Под ред. М.И. Плотницкого. — Мн.: Новое знание, 2003. — Глава 8.

РАЗДЕЛ IV ФИРМЫ И ГОСУДАРСТВО

В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ

- Раскрывается сущность управления в различных экономических системах.
- Дается представление о менеджменте как системе.
- Выясняется роль маркетинговой деятельности фирмы в рыночной экономике.
- Рассматриваются вопросы государственного регулирования и управления деятельности фирмы.

ГЛАВА 7 УПРАВЛЕНИЕ ФИРМОЙ

В ЭТОЙ ГЛАВЕ

- Говорится о том, как фирмы управляются в различных экономических системах и что собой представляет система управления фирмой.

- Вводится понятие менеджмента, рассматриваются его основные принципы и функции, различные стратегии поведения, в том числе портфельная, деловая и функциональная.
- Много места отведено вопросам мотивации работников фирмы, приводятся такие ее теории, как содержательные и процессуальные.
- Раскрывается роль маркетинга в системе управления фирмой, выясняются его основные принципы и функции, описываются фазы жизненного цикла продукта фирмы.
- Особое внимание уделяется роли государства в деятельности фирмы, прямым и косвенным методам микрорегулирования.

Мы с вами, уважаемый читатель, уже имеем представление о том, что собой представляет микроэкономика, по каким законам она развивается, каковы основные правила и принципы рационального использования ресурсов. Без таких знаний эффективно управлять фирмой, производителем № 1 товаров и услуг для населения, просто невозможно. Но что значит управлять фирмой? И какова при этом роль государства?

7.1. УПРАВЛЕНИЕ ФИРМОЙ В РАЗЛИЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

7.1.1. Что такое управление?

Понятие «управление» в широком смысле этого слова можно трактовать двояким образом. Во-первых, под управлением можно подразумевать сам процесс определения каких-либо целей и их достижения с помощью определенных средств. Вы, например, поставили перед собой цель произвести пельмени. Затем вы реализуете ее на практике: превращаете муку в тесто, используете фарш в качестве наполнителя и т.д. Во-вторых, *управление* — это совокупность законов, правил, принципов и методов, которые используются для достижения определенных целей.

Управлять можно самолетом, собой, классом, оркестром, фирмой. Нас с вами, естественно, будет интересовать управление фирмой. Оно должно быть таким, чтобы ресурсы использовались рационально, а потребности потребителей в продукции фирмы удовлетворялись наилучшим образом.

В экономической литературе широко используется и такое понятие, как менеджмент (англ. management — управление) О том, что это такое, разговор еще впереди.

Характер управления фирмой зависит от типа экономической системы, в которой она функционирует. **По способу управления** различают три вида макроэкономических систем: централизованно управляемую экономику, децентрализованную и смешанную.

7.1.2. «Нам сверху видно все...»

В централизованно управляемой макроэкономической системе ведущую роль играет государственная собственность на средства производства. В качестве примера такой системы приведем экономику СССР, ныне ушедшего в историю, экономики Северной Кореи, Кубы, Вьетнама. Во многом ее напоминает и экономика стремительно развивающегося Китая.

Экономика СССР напоминала гигантское предприятие, охватывающее всю страну, которой управляли Правительство, Верховный Совет и Коммунистическая партия. В правительстве выделялись отраслевые и межотраслевые министерства, ведомства, комитеты ...

Центр в лице правительства решал три основные задачи.

Во-первых, он устанавливал предприятиям задания по производству, а именно: кто, что и сколько должен производить продукции. Каждому предприятию «спускался» план с указанием видов (ассортимента) продукции и объемов ее производства. Такие планы разрабатывались для всех отраслей народного хозяйства – промышленности, сельского хозяйства, торговли, транспорта и др. Планы от центра также получали столовые, ателье, вузы, больницы, школы. Без согласования с вышестоящими инстанциями предприятие не имело право производить гвозди, лопаты, торты...

Во-вторых, устанавливались и хозяйственные связи между поставщиками и потребителями продукции. Каждому производителю предписывалось, кому тот должен продавать свой товар, у кого покупать сырье, материалы, детали и в каких количествах.

В-третьих, регулировалось центром и потребление товаров и услуг. Центр, конечно, не мог приказывать людям, какой именно товар покупать и в каком количестве. Но он был способен влиять на размеры потребления косвенно. Централизованно, например, устанавливались цены на товары и услуги, определялись размеры заработной платы работников. Покупатель в некоторых случаях не мог выбрать даже цвет приобретаемого легкового автомобиля, если подходила его очередь на покупку.

Роль экономического центра выполняли главным образом два экономических органа государственного управления — Госплан и Госснаб. Первый устанавливал всем отраслям задания по производству продукции. Второй контролировал хозяйственные связи между предприятиями. Из одного экономического центра эффективно управлять всеми предприятиями страны, понятно, было невозможно. Поэтому при составлении планов опирались на отраслевые министерства и ведомства, которые, в свою очередь, выполняли функции центра для отраслей, Госпланы и Госснабы союзных республик выступали в роли региональных экономических центров.

Проекты планов социального и экономического развития страны, разработанные Госпланом и Госснабом, рассматривались (рис. 7.1) Правительством и Верховным Советом. Однако последнее слово оставалось за Коммунистической партией, возглавляемой Политбюро, в котором первенствовал генеральный секретарь.

Правительство, } { Госплан }



Рис. 7.1. Схема централизованного управления экономикой СССР

Таким образом, решение экономических задач страны было сосредоточено в руках государственных органов управления. Они же распоряжались большей частью ресурсов и произведенной продукцией.

Сказанное означает, что светлая идея социалистического способа производства, идея общественной собственности, используемой в интересах всех людей, на практике была подменена собственностью государственной. Да, формально большая часть средств производства принадлежала всем трудящимся, всем членам общества, но по существу они находились в распоряжении органов государственной власти. Попытка «объять необъятное», в конечном счете, оказалась несостоятельной. В централизованной экономике для самостоятельности фирм было мало места, и поэтому возникало целый ряд проблем, с решением которых она справиться была просто не в силах.

Во-первых, эффективно управлять из единого центра производством, распределением ресурсов и продукции около 20 млн. наименований было просто невозможно. Почему? Дело в том, что по мере продвижения вверх по инстанциям экономическая информация о производимой продукции и используемых ресурсах становилась все более абстрактной. Не зря философы говорят: «Абстрактной истины нет, истина всегда конкретна». Всю экономическую информацию центр «уловить» был не в состоянии. На мебельной фабрике, например, изготовленные столы и стулья выглядят вполне конкретно, а для Госснаба и Госплана они уже мало, чем отличаются. В результате потери части экономической информации неизбежны и ошибки в планировании, а их следствием является то дефицит товаров, то их избыток.

Во-вторых, много времени уходит на согласование различных точек зрения. Между тем один из американских президентов часто повторял фразу: «Время — деньги». Ее можно перевести следующим образом: если упустишь время, то потеряешь выгоду.

В-третьих, сами планы составлялись на длительные периоды времени, как правило, на пять лет. Их выполнение тщательно отслеживалось и жестко контролировалось, и внести в них серьезные изменения было довольно трудно. Но представьте себе, что вы изобрели промышленное оборудование, позволяющее существенно снизить издержки на производство продукции. Тогда для применения в производстве оно должно «попасть в план», что было сделать не просто. Такая экономическая практика, ясно, тормозила внедрение достижений науки и техники в производство. У такой системы, естественно, есть и плюсы. Не замечать их было бы тоже неверно.

Она, к примеру, позволяет концентрировать ресурсы для ускоренного развития отраслей и их комплексов, таких, как энергетика, металлургия, научно-образовательный комплекс, информатика. Кроме того, в ней не допускается сильное социальное расслоение населения, доступны услуги образования, здравоохранения и т.д. Достоинств у этой системы, словом, тоже немало. Однако в целом запас прочно-

сти, если судить по СССР, оказался не настолько велик, чтобы сохранить живучесть и государственность. В противном случае СССР так легко бы не был разрушен.

7.1.3. Свобода без границ – это хаос

Серьезными недостатками обладает и децентрализованная макроэкономическая система, где господствует частная собственность на средства производства. Довольно часто такую систему называют «чистым капитализмом», подразумевая рыночную экономику, не замутненную вмешательством государственного регулирования. Хороша она или плоха? Представьте себе, что в вашем городе интенсивное автомобильное движение, но все водители не придерживаются правил уличного движения. Это приведет к тому, что замедлится автомобильное движение, резко возрастет количество аварий, люди будут опаздывать на работу и т.д.

У такой экономики есть и несомненные достоинства. С одной стороны, каждый производитель-продавец сам решает, что ему производить, каким способом, в каком количестве, для кого и т.д. С другой стороны, и покупатель-потребитель может выбирать себе товар по вкусу, соответствующего качества, по определенной цене и т.д. Государственное регулирование в такой экономике незначительное, а государственное управление отсутствует вообще. Роль государства ограничивается главным образом защитой частной собственности и разработкой соответствующих правовых правил игры, способствующих функционированию свободного предпринимательства. Чего уж лучше, казалось бы, но не все так просто. У такой экономики есть и существенные недостатки.

Во-первых, такая, хаотично развивающаяся, макроэкономика периодически сопровождается экономическими кризисами, во время которых растет безработица, снижается уровень жизни населения.

Во-вторых, в ней акулы бизнеса съедают мелкую рыбешку, и в итоге капитализм свободной конкуренции становится монополистическим

В-третьих, предприниматели по своей инициативе не станут решать и экологические проблемы, если при этом ухудшается конкурентоспособность продукции по издержкам.

В-четвертых, предприниматель не будет вкладывать средства в развитие фундаментальной науки, экономическая эффективность которой на первых порах не столь очевидна.

В-пятых, для некоторых социальных слоев населения в этой экономике недоступны образование и медицинские услуги.

Кроме того, кто-то должен сохранять воздух чистым, заниматься проблемами национальной обороны и общественной безопасности. У свободно развивающейся рыночной экономики есть и другие недостатки. Истина, следовательно, находится где-то по середине.

7.1.4. Между хаосом рыночной свободы и централизмом

В современных условиях лучшим вариантом экономической системы является смешанная экономика, сочетающая преимущества капитализма и социализма. В ее основе лежит многообразие форм собственности и хозяйствования. В такой экономике особую роль играет государство. Какова она, эта роль, в отношении фирм? Если они принадлежат государству, то оно для них является управляющим, хотя и в более «мягкой» форме, нежели это имело место в СССР. Что же касается фирм, основанных на негосударственных формах и видах собственности, то по отношению к ним роль государства двоякая. С одной стороны, фирмы обладают определенной свободой, т.е. сами решают, что производить, каким способом, для кого и т.д. С другой же стороны, их деятельность направляется государством, т.е. регулируется. Это означает, что государство создает административный и правовой коридор для функционирования фирм. О том, как оно это делает, речь еще впереди. Сейчас же мы с вами выясним, что собой представляет система управления фирмой.

7.2. МЕНЕДЖМЕНТ КАК СИСТЕМА

В смешанной экономической системе эффективная деятельность фирмы невозможна без внутрифирменного управления. В рыночной экономике такое управление принимает форму *менеджмента*. Это совокупность принципов, методов и других средств наиболее эффективного использования ресурсов фирмы с целью увеличения прибыли.

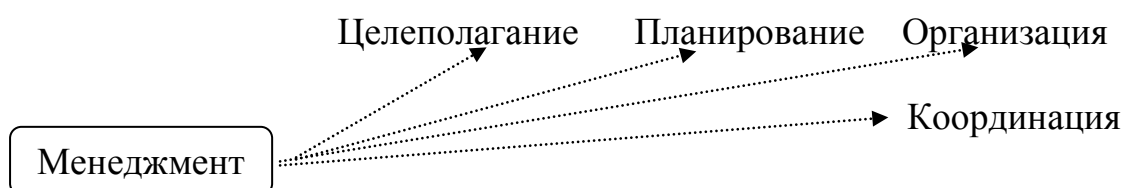
Объектами управления на фирме являются:

- материальные факторы производства, например, станки, оборудование, сырье;
- материальная продукция, например, телевизоры, обувь;
- информация, например, программы, документы и т.п.;
- трудовой коллектив, например, рабочие, инженеры, экономисты.

В основе менеджмента лежат следующие принципы:

- наличие стратегии фирмы;
- сочетание личных интересов работников с целями фирмы. В Японии, например, это проявляется в уникальной системе пожизненного найма, охватывающей около четверти всех работников. Вступив однажды в фирму, человек работает в ней до пенсии;
- активный поиск новых идей и формирование системы оценки;
- система мотивации, основанная на удовлетворенности трудом, его общественной оценке и продвижении по административной или профессиональной лестнице;
- материальное стимулирование в соответствии конечными результатами труда.

Сущность менеджмента раскрывается в его функциях (рис. 7.2).



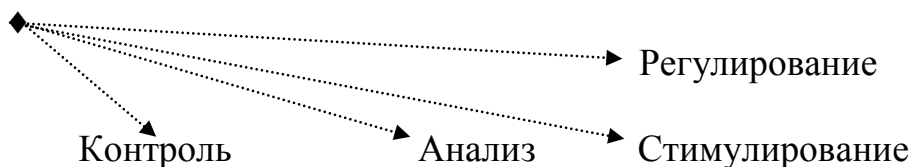


Рис. 7.2. Функции менеджмента

Целеполагание представляет собой процесс определения целей фирмы. Но что такое цель? Это желаемый результат. Сами цели можно классифицировать по разным признакам.

Цели подразделяют на **главные** цели и **второстепенные**. Вы, например, серьезно занимаетесь предпринимательством и шахматами. В вашей жизни может случиться так, что вопрос станет ребром: предпринимательство или шахматы? И вам придется решить, что в данный момент важнее.

Выделяются также **общие** и **частные** цели. К числу общих целей фирмы относятся: выживание на рынке, получение прибыли и перспективы. Частными целями фирмы являются такие цели, как продать как можно больше товара, увеличить оборот фирмы, привлечь к товару как можно больше покупателей и т.д.

По времени, в течение которого предполагается добиться целей, можно выделить **долгосрочные** цели и **краткосрочные**. Их, естественно, необходимо сочетать. Вы, например, можете уволить высококвалифицированных работников и добиться за счет этого кратковременного увеличения прибыли. Однако эти работники могут быть полезны в долгосрочной перспективе, и в таком случае фирма может проиграть.

Можно выделить также цели **конечные** и **промежуточные**. Умение так «расположить» промежуточные задачи, чтобы они наилучшим образом приводили к решению конечной задачи, — одно из необходимых качеств менеджера.

Для достижения поставленной цели нужно представлять себе, как вы будете это делать, или иметь план действий.

В современной экономике все крупные фирмы планируют свою деятельность. **Планирование** — это выработка направлений, путей и средств реализации целей фирмы. А надо ли планировать вообще, возникает вопрос, может быть это лишняя морока? Если и вы в этом сомневаетесь, тогда представьте себе строителей, которые решили построить дом без соответствующего проекта, чертежей, документации. Вряд ли бы вы согласились жить в этом доме. А ведь предпринимательство — процесс более сложный, нежели строительство дома. В соответствии с законом «О предприятиях в Республике Беларусь» предприятие (фирма) самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективы развития исходя из спроса на производимую продукцию, работы и услуги. Основу планирования составляют договоры с потребителями продукции.

При планировании деятельности фирмы используются следующие принципы:

- реальности планов, т.е. учета возможностей фирмы;
- системности, комплексности — все показатели и направления должны быть взаимоувязаны;

- оптимальности — планы должны ориентироваться на максимизацию прибыли;
- единство интересов фирмы, трудового коллектива и потребителей продукции фирмы;
- сбалансированности — в планах должны быть взаимоувязаны конечные показатели работы фирмы и все виды ресурсов (материальные, финансовые, трудовые и т.д.).

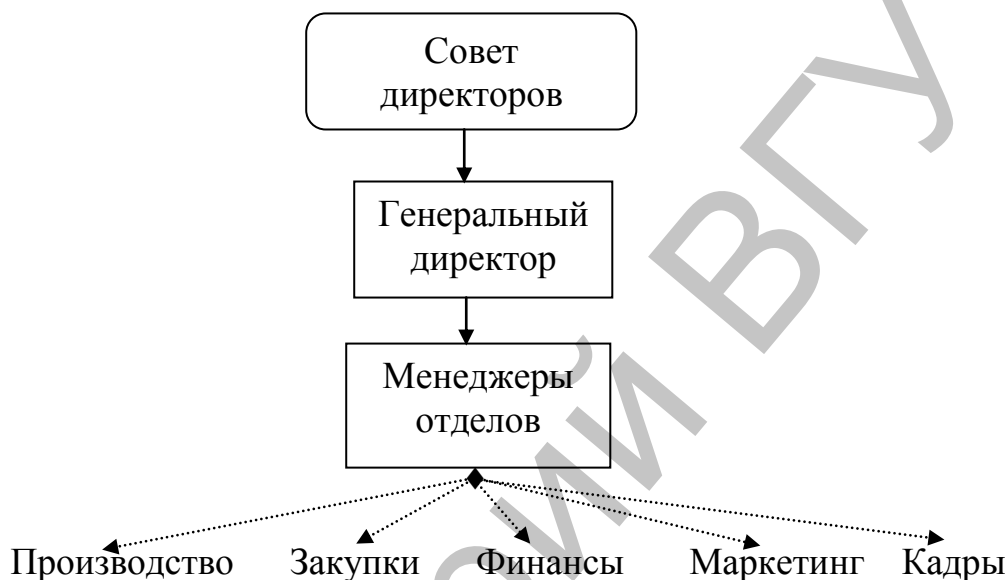


Рис. 7.3. Организационная структура управления фирмы

Мало составить план деятельности фирмы. Не менее важно организовать его выполнение. **Организация** — это деятельность управляющего персонала, направленная на рациональное использование ресурсов с целью успешного функционирования фирмы, выполнения намеченных планов. Реализация этой функции предусматривает, во-первых, разделение труда между управленческими работниками, а во-вторых, построение организационной структуры системы управления фирмой. Она, например, может быть такой, как показано на рис. 7.3.

Один из основоположников научного менеджмента, А. Файоль (1924), сформулировал общие организационные принципы управления фирмой: разделение труда; власть; дисциплина; единство руководства; подчинение частных интересов общим; централизация; иерархия; порядок; постоянство состава персонала; инициатива; справедливость; вознаграждение. Эти принципы важны и сегодня. Некоторые из них, правда, нуждаются в комментариях. Под *властью* он подразумевал право управляющего отдавать распоряжения. *Дисциплина* — это соблюдение соглашений, основанных на послушании, усердии и внешних знаках уважения. Дисциплина, понятное дело, не каждому по душе, но без нее не может быть успешной предпринимательской деятельности. Под *порядком* А. Файоль подразумевал то обстоятельство, что каждый работник занимает свое место в коллективе, хорошо знаком со своими правами и обязанностями и реализует их на практике.

После осуществления функции «организация» могут возникнуть некоторые несоответствия между всеми элементами системы или механизма достижения целей. В таком случае необходимо уточнить характер действий исполнителей и сделать их более согласованными и эффективными. Такая «тонкая настройка», или управленческая работа, и получила название **координации** совместной деятельности. В самом деле, чем больше людей совершают совместную работу, тем более скоординированными должны быть их усилия.

Механизм управления фирмой время от времени нуждается в **регулировании**. Под ним подразумевается выполнение текущих мероприятий по устранению отклонений от заданного организацией режима функционирования системы. Осуществляется эта функция посредством оперативного управления на основе контроля и анализа деятельности фирмы.

Большую роль в управлении играет и функция **стимулирования**. Она включает в себя разработку и использование материальных и моральных стимулов к эффективному труду работников фирмы

Функция **контроля** состоит из наблюдения за ходом производства, сравнения реальных показателей с заданной программой и выявления возможных отклонений. Основными принципами контроля являются: своевременность, непрерывность, гласность, всесторонность и эффективность.

Функция **учета** деятельности фирмы используется для получения точной и достаточно полной информации о состоянии производственной, коммерческой, финансовой деятельности фирмы. Различают оперативный, бухгалтерский и статистический учет.

И, наконец, первостепенную роль играет такая функция, как **анализ** деятельности фирмы. Она предполагает комплексное изучение её функционирования. Главное в анализе деятельности фирмы состоит в выявлении реального состояния имущества и финансов, которое отражается в активах и пассивах фирмы. Разница между активами и пассивами и есть результат фирмы. Если она положительная, то фирма работает успешно, в противоположном случае она убыточна или даже банкрот. Поэтому нужны срочные меры по оздоровлению имущественного и финансового положения фирмы.

7.3. СТРАТЕГИЯ ФИРМЫ

Одна из главных общих целей фирмы, вспомним, заключается в выживании на рынке в условиях конкуренции. Для этого фирма должна верно спрогнозировать свою деятельность на перспективу, то есть иметь свою стратегию. Что это такое?

Стратегия представляет собой единство долгосрочных целей и средств их достижения. Её можно сравнить с поведением яхтсмена, который в одиночку пересекает океан. Двигаться строго по прямой ему не позволит стихия. Фирма тоже его напоминает. Её компасом является план. Он выполняется далеко не всегда, так как обстоятельства могут измениться. Зато есть направление движения, ориентация на достижение определенной цели и приспособление к сложному рельефу рыночной среды.

Стратегическая цель фирмы состоит в том, чтобы добиваться долгосрочных преимуществ, которые обеспечили бы фирме высокую рентабельность.

Выделяют три вида стратегии: портфельную, деловую и функциональную. Начнем с первой. Что может находиться в портфеле фирмы? Ценные бумаги, принадлежащие фирме. **Портфельная** стратегия состоит в выборе хозяйственных объектов, в которые фирме следует инвестировать средства. Она включает три основных направления. Во-первых, сюда относятся приобретения в новых отраслях, или покупка новых фирм. Во-вторых, укрепление имеющихся подразделений. В-третьих, выход из нежелательной отрасли, или продажа бесперспективных предприятий.

Деловая стратегия представляет собой определение долгосрочных конкурентных преимуществ, обеспечивающих фирме высокую рентабельность. Она включает систему мероприятий, осуществление которых достигается путем координации действий между различными подразделениями фирмы.

Разработка деловой стратегии предполагает: определение корпоративной миссии; конкретизацию видения корпорации и постановку целей; формулирование и реализацию стратегии, направленной на их достижение. В целом деловая стратегия предполагает использование совокупности способов и форм мобилизации факторов повышения доходности с учётом изменений в экономике.

Функциональная стратегия – это определение направлений деятельности той или иной функциональной службы (отдела) в рамках общей стратегии данного хозяйственного подразделения. Функциональные стратегии нужны для распределения ресурсов отделов и служб фирмы. Основными функциями стратегического управления является перспективное экономическое развитие, производство, менеджмент и маркетинг. Выполнение каждой из названных функций поручается ряду специальных отделов: информации, кадров, электронной обработки данных и т.д.

Выбор стратегии осуществляется с учетом целей фирмы, а также будущих возможностей, заложенных во внешних условиях её функционирования. Выделяют, как правило, три вида стратегических альтернатив. Первой из них может быть ограниченный рост. Такой стратегии, обычно, придерживаются благополучные фирмы. В её основе лежит принцип «от достигнутого».

В качестве второй альтернативы фирма может выбрать умеренный рост. Такая стратегия предусматривает расширение ассортимента продукции (диверсификацию) или слияние корпораций. При этом намечаемые на перспективу показатели изменяются быстрее, нежели в предыдущем периоде.

И, наконец, это может быть стратегия «**последнего средства**», или сокращение объемов производства и продаж. Готовым надо быть и к такому печальному исходу, Суть такой стратегии состоит в определении целей на уровень ниже достигнутого в прошлом. К ней прибегают чаще всего при спаде деловой активности, ухудшении показателей фирмы.

Выбор стратегии зависит от многих обстоятельств. Среди них доля на рынке и прежние темпы роста, уровень риска и др. На практике довольно часто все три альтернативы сочетаются: объем одних товаров растет, других сокращается, а третьих остается стабильным.

Стратегия может также определяться размерами фирмы, её специализацией и т.д. Так, например, малые универсальные предприятия («коммутанты») должны постоянно вести поиск новых потребителей, потребностей и приспособляться к ним.

Специализированные же малые и средние предприятия («пациенты») должны сосредотачивать усилия на производстве продукции, пользующейся ограниченным спросом. Они хорошо приспособляются к определенным сегментам рынка.

Стратегией крупных фирм («виолентов») является ориентация на самые типичные и распространенные потребности экономики, т.е. на производстве продукции, пользующейся устойчивым спросом. Характер стратегии «виолентов» объясняется отсутствием гибкости и трудностью приспособления к особым сегментам рынка.

Особо выделим стратегию фирм-пионеров («эксплерентов»). Они являются первопроходцами в новых областях науки и техники. Им присущ непрерывный поиск и открытие принципиально новых товаров и рынков.

Для обеспечения рентабельности производства фирмам необходимо увеличивать инвестиции в новую технику и технологии. Для них актуальной задачей является введение контроля качества продукции на всех стадиях. Многие фирмы создают новый продукт, тесно сотрудничая с потребителями. Имеются в виду, например, создание фирм-потребителей, технические консультации, совместные консультации, научные исследования и т.д.

Одним из средств укрепления позиции фирмы на рынке является качественное обслуживание покупателей, государственное содействие нововведениям.

7.4. СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА НА ФИРМЕ

Роль труда, как фактора производства, трудно переоценить. Успех фирмы в первую очередь зависит от того, как стимулируются работники, насколько они заинтересованы в выпуске высококачественной, конкурентоспособной продукции. Один из видных государственных деятелей как-то сказал: «**Кадры решает все!**». Во многом, пожалуй, он прав.

Механизм стимулирования труда работников фирмы представляет собой формы, методы и средства привлечения и побуждения людей к труду.

В основе трудовой деятельности лежит необходимость постоянно удовлетворять потребности, которые формируют их экономические интересы. Поэтому стимулирование труда осуществляется путем воздействия на личный экономический интерес работника, формирования его заинтересованности в результатах труда.

В рабовладельческом и феодальном обществах доминировало внеэкономическое принуждение работника к труду. Оно было основано на прямом насилии или личном подчинении работника хозяину. Рабы и крепостные крестьяне были объектом собственности рабовладельцев и феодалов. Поэтому, понятно, невысокой была и эффективность труда таких работников.

В капиталистическом обществе, пришедшему на смену феодальному строю, широкое распространение получило хозяйство, основанное на наемном труде, экономическом принуждении. Работник в таком обществе юридически свободен, на-

сильно его уже работать никто не заставляет. О чем, казалось бы, ещё мечтать? Однако человек, лишенный средств производства, вынужден наниматься на работу, чтобы содержать себя и свою семью. А так как наемный труд представляет собой труд на другого человека, хозяина средств производства, то последний применяет различные методы повышения трудовой активности работников. К ним, прежде всего, относится материальная заинтересованность в труде и его результатах путем использования различных форм и систем начисления заработной платы, премирования за достижение определенных показателей в труде. Стимулирование труда при капитализме имеет свои границы, поэтому не стоит преувеличивать достоинства этого строя, как это делается довольно часто.

Самым эффективным, очевидно, является труд на себя и на общество. Именно поэтому в последней трети 20 в. широкое распространение получили методы стимулирования труда, связанные с превращением работника в совладельца предприятия путем передачи или продажи ему части акций фирмы, начисления части дохода или применения других форм участия в прибыли фирмы.

Современный механизм стимулирования труда включает систему мотивации труда — стимулирования отдельного работника или трудового коллектива к деятельности, направленной на достижение целей фирмы.

Концепция мотивации труда в своем развитии прошла ряд этапов. На первом из них использовался метод «**кну́та и пряника**», т.е. наказание за невыполненную работу и поощрение за успехи.

Позднее американский инженер, предприниматель Ф. Тейлор ввел понятие «**достаточной дневной выработки**», которая определялась путем хронометража работы среднего рабочего как нормы для остальных. Оплата труда соответственно осуществлялась пропорционально вкладу каждого работника.

Современные теории мотивации подразделяются, главным образом, на две большие группы: содержательные и процессуальные.

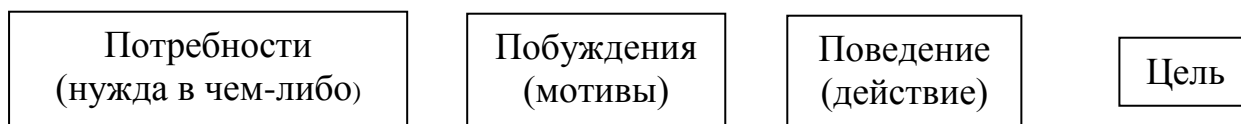
Содержательные теории основаны на выделении тех внутренних побуждений, которые заставляют людей действовать так, а не иначе.

Процессуальные теории исходят из того, как ведут себя люди с учетом их восприятия и познания.

Ключевыми понятиями названных теорий являются потребности, побуждения (мотивы) и вознаграждение.

Под *потребностью* подразумевается нужда человека в чем-либо. Потребности людей разнообразны. Среди них выделяют первичные и вторичные потребности. К первым относят физиологические потребности, например, в пище, одежде, жилье. Вторая группа потребностей получила название психологических, например, в успехе, уважении, власти и т.д. Потребность человека проявляется, прежде всего, в побуждении, или ощущении недостатка в чем-либо.

Под вознаграждением подразумевается все то, что человек считает для себя ценным. Система названных элементов механизма мотивации труда представлена на рис. 7.4.



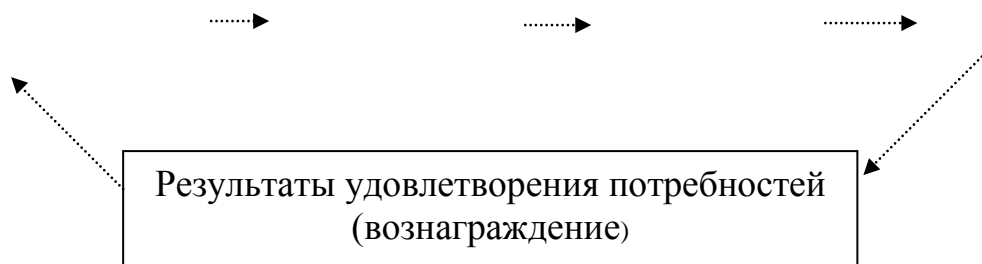


Рис. 7.4. Механизм мотивации труда

Вознаграждение различают внутреннее и внешнее. *Внутреннее* вознаграждение работник получает от самой работы, её содержательности, значимости. *Внешнее* вознаграждение обеспечивается организацией: ростом заработной платы, продвижением по службе.

В число наиболее известных содержательных теорий входят теории Маслоу, МакКлеланда и Герцберга.

Люди, *по мнению А. Маслоу*, известного американского социолога и психолога, удовлетворяя свои потребности, как бы поднимаются на вершину пирамиды, состоящей из пяти уровней (рис. 7.5):

- 1) выживание и биологические потребности;
- 2) безопасность и уверенность в будущем;
- 3) социальные потребности;
- 4) самооценка;
- 5) самореализация.

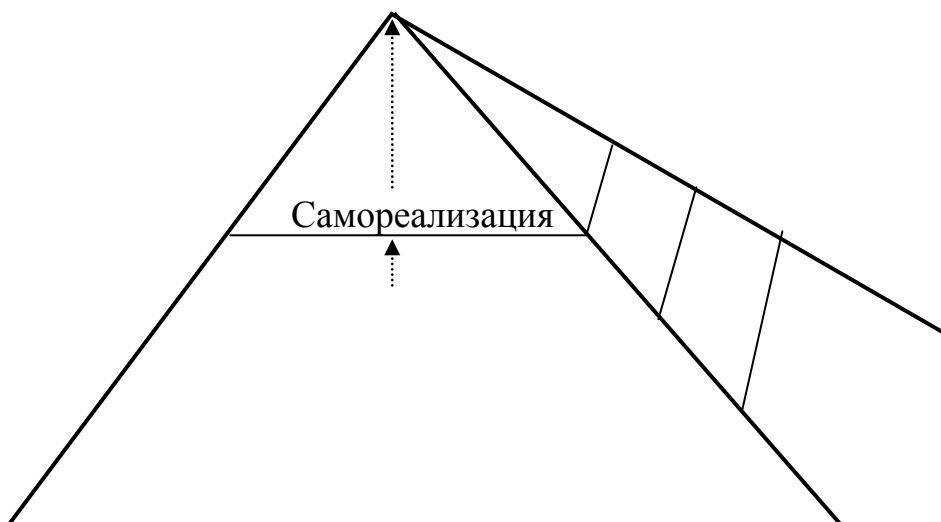
Для того чтобы достичь основной цели развития личности — самореализации (5-й уровень, или вершина пирамиды А. Маслоу), человеку сначала, очевидно, нужно есть, пить, одеваться, иметь жилье и т.п. (1-й уровень пирамиды).

Он также должен быть защищён от природной стихии, нищеты, преступности и уверен в завтрашнем дне (2-й уровень пирамиды).

Но человек — существо, прежде всего, социальное. И помимо удовлетворения вышеназванных потребностей, ему необходимо общаться с другими людьми. Потребности человека в общении, дружбе, любви получили название социальных потребностей (3-й уровень пирамиды).

Не менее существенной является потребность в уважении других людей, которое невозможно без самоуважения и самооценки (4-й уровень пирамиды).

Согласно теории А. Маслоу, каждая личность уникальна, и вершиной развития человека являются его потребности в самореализации. Но только 1% людей, по мнению А. Маслоу, достигает такого уровня развития.



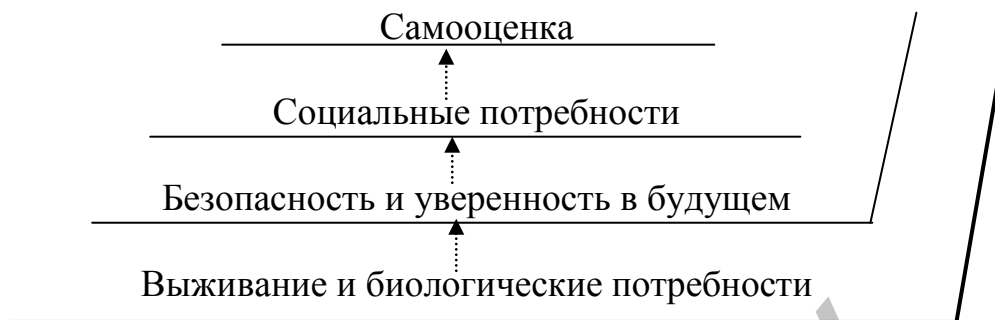


Рис. 7.5. Структура потребностей (по Маслоу)

Для теории МакКлеланда характерно выделение таких потребностей, как власти, успеха и причастности. Менеджер должен поощрять и создавать условия для людей, стремящихся к успеху; стимулировать их потребности к причастности, т.е. в дружеских отношениях. Таких людей привлекает работа, связанная с общением.

Теория Герцберга выделяет две группы факторов. Во-первых, гигиенические факторы, связанные с окружающей средой, в которой проходит работа – политика фирмы, условия работы, заработок и др. Во-вторых, выделяется мотивация, связанная с характером труда. Сюда относится возможность продвижения по службе, одобрение полученного результата, ответственность. Работа через программы «обогащение труда» перестраивается таким образом, чтобы дать почувствовать удовлетворение исполнителю, важность и значимость его работы.

Среди процессуальных выделяются теории ожиданий, справедливости и Портера-Лоуренса.

В основе теории ожиданий лежит оценка работником вероятности определенного события. Лучшие студенты, например, после окончания вуза рассчитывают и на лучшее распределение. В основе этой теории находится система из четырех элементов (рис.7.6):



Рис. 7.6. Система элементов теории ожиданий

Затраты времени ученика, к примеру, на подготовку к занятиям проявляются в таких результатах, как выступления на уроках, выполнение заданий. Затем следует вознаграждение усилий ученика, которое выражается в оценке. Работник фирмы вознаграждается соответствующей заработной платой. Удовлетворенность вознаграждением во многом зависит от потребностей людей. Они, как мы знаем, разные: одни стремятся к повышению заработной платы, вторые — к продвижению по службе, третьи видят в этом моральное удовлетворение и т.д. Каждый менеджер, поэтому должен тщательно взвешивать результаты и вознаграждение на особых весах.

В соответствии с теорией справедливости каждый человек субъективно определяет отношение полученного вознаграждения к затраченным затратам и затем

сравнивает их с вознаграждением других людей, выполняющих аналогичную работу. Если сравнение показывает несправедливость вознаграждения, то работник начинает работать менее интенсивно. С ней перекликается теория *равенства вклада и отдачи*, разработанная Р. Хьюсманом и Дж. Хэтфилдом, американскими психологами. Согласно этой теории при недооценке вклада работника у него возникает чувство обиды, а при переоценке — чувство вины. В связи с этим заметим, как показал опрос нескольких тысяч служащих крупнейших американских компаний, более 80% опрошенных служащих-подчиненных считают, что их труд недооценивается.

Теория *Портера-Лоуренса* соединяет в себе теории ожиданий и справедливости. Согласно этой теории результаты работника зависят от затраченных усилий, его способностей, осознания своей роли в совместном процессе труда. Объем же затрачиваемых работником усилий зависит от оценки им ценности получаемого вознаграждения.

В переходной экономике, характерной для Республики Беларусь, стран СНГ в целом, главным мотивационным фактором является размер заработной платы. Но от чего должна зависеть ее величина? Ведущие западные экономисты по этому поводу пришли к следующим выводам.

Во-первых, должна быть прямая связь между уровнем производительности труда работника и его заработной платой, т.е. главным основанием для её увеличения является рост производительности труда.

Во-вторых, заработная плата стимулирует рост производительности только при двух условиях: если работник придает этому обстоятельству большое значение и верит, что она увеличится с ростом производительности труда.

В-третьих, заработная плата работника должна состоять из трех частей: за выполнение должностных обязанностей, стажа и конечных результатов работы.

Многое в работе трудового коллектива зависит от того, кто им руководит. Руководить же работниками можно по-разному. Различают пять стилей руководства: авторитарный, бюрократический, демократический, индивидуальный и либеральный.

При *авторитарном* стиле руководитель свои решения с подчиненными даже не обсуждает, а только отдает распоряжения и контролирует их выполнение. Фирмы, в которых применяется этот стиль, как правило, сильно централизованы. В них у руководителей и подчиненных обратные связи практически отсутствуют.

Что хорошего и плохого в этом стиле руководства? С одной стороны, работники, подчиняясь диктату руководителя, возможно, будут выполнять свои обязанности быстро и точно. С другой же стороны, они вряд ли станут проявлять инициативу, поскольку она наказуема. Поэтому и делиться новыми идеями с руководителем не станут.

Сказанное вовсе не означает, что нет таких ситуаций, когда именно этот стиль наиболее эффективен. Будете ли вы, например, устраивать совещание с подчиненными, если в здании возник пожар? Ясное дело, что нет.

Бюрократический стиль похож на авторитарный стиль. Вместе с тем бюрократы требуют от подчиненных еще и казарменной дисциплины, неукоснительно-

го выполнения правил. Такие руководители плодят «бумажки», строго следят за их соблюдением. Они для них часто важнее самого дела.

Бюрократия — очень опасная для бизнеса «болезнь». Некоторые руководители, сочиняя различные бумаги, уверены, что заняты важным делом.

В определенных ситуациях применим и этот стиль, например, по отношению к недисциплинированным работникам. Однако здесь надо знать меру. Вряд ли руководитель выиграет, если будет третировать подчиненных, фиксировать их опоздания с помощью секундомера.

Лучшим считается *демократический* стиль. Он предполагает участие всех членов коллектива в принятии решений. В этом случае руководитель может взглянуть на проблему с разных точек зрения. Кроме того, каждый подчиненный может внести свой вклад в общее дело. В таких коллективах присутствует «дух команды» и люди, обычно, преданы общему делу. Однако сказанное вовсе не означает, что руководитель играет пассивную роль. Напротив, его задачей остается четкая постановка цели и умение направлять инициативу подчиненных в нужное русло.

Есть и стиль, при котором к подчиненным используется *индивидуальный* подход. В этом случае руководитель воздействует на подчиненных, учитывая личные особенности каждого из них. Кому-то, например, надо дать больше свободы, второй нуждается в контроле, третьего — по-хорошему стоит разозлить, четвертого надо чаще хвалить и т.д. В этом случае для руководителя важно не только то, что он делает и говорит, но и кому адресованы его задания и сообщения.

Встречаются и руководители-*либералы*. Они занимают место лидера формально, фактически ни во что не вмешиваются и на ход событий в коллективе практически не влияют. Они подписывают бумаги, ходят на совещания. Однако дело, как ни странно, может двигаться и в этом случае. Такая ситуация, как правило, возможна при двух условиях. Во-первых, многие работники действуют на свой страх и риск. Руководитель им существенно не помогает, но и не мешает. Во-вторых, если в коллективе есть неформальный лидер, который пользуется авторитетом и заинтересован в успехе.

Какой стиль лучше? Не всегда можно правильно ответить на этот вопрос, так как многое зависит от обстоятельств. Однако в любом случае хороший лидер готов использовать все стили в зависимости от сложившейся ситуации, а также с учетом личности подчиненного.

В условиях современной рыночной экономики фирма может добиться успехов только в том случае, если в системе управления будет использоваться маркетинг.

7.5. МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИРМОЙ

Маркетинг представляет собой организацию производства и сбыта продукции, ориентированную на рынок. Маркетинговая деятельность направлена на приспособление производства к потребностям людей, повышение конкурентоспособности продукции и максимизацию прибыли. Характер такой деятельности зависит от

типа рынка, на котором фирма реализует свою продукцию. В связи с этим выделяют три этапа в развитии маркетинга.

На первом этапе он только зарождается и охватывает период времени с конца 40-х до середины 50-х гг. XX века. Для него характерно превышение спроса над предложением. Это было золотое время для руководителей предприятий. В основе их управленческой деятельности лежал принцип «и так возьмут». Главная задача фирмы состояла в насыщении рынка товарами.

Для второго этапа развития маркетинговой деятельности характерно относительное равновесие спроса и предложения. У потребителей уже появляется выбор, а предприниматели начинают осознавать необходимость изучения спроса с целью сбыта продукции. Кроме того, они начинают воздействовать на спрос с помощью рекламы.

Итак, на втором этапе уже появляются элементы системы маркетинга: изучение потребностей и платежеспособности потребителей и их поведения на рынке. В США этот этап, например, длился до конца 50-х гг. XX в.

Появление **третьего этапа** определяет рынок, насыщенный товарами и услугами. В связи с чем возникает необходимость в приспособлении производства к потребностям потребителей. Формула «**производство — сбыт**» уже не подходит. Её сменяет формула «**изучение рынка и поведения покупателей — производство — сбыт**».

Таким образом, маркетинговая деятельность начинается с изучения потребностей и заканчивается доведением продукции до потребителя. Производитель уже осознает, что именно покупатель-потребитель и есть «король» рынка. Почему? Да потому, что у него находится волшебная палочка, превращающая продукцию производителя в товар. Поэтому надо знать, как потребитель принимает решение о покупке.

Схема принятия решения о покупке товара включает пять этапов (рис. 7.7).



Рис. 7.7. Схема принятия решения о покупке

Все начинается, как видим, с осознания проблемы необходимости покупки какой-либо продукции. Предположим, что вы пришли к выводу, что вам нужен персональный компьютер (ПК) и, разумеется, деньги на это есть. Затем вы собираете необходимую информацию: советуется с друзьями, специалистами, смотрите рекламные объявления. В результате чего вы получаете более или менее достаточное представление о ПК. Далее, на основе полученной информации, вы сравниваете различные модели ПК. Здесь многое зависит от того, что именно привлекает вас в ПК, для чего он, собственно говоря, вам нужен: печатать статьи, «копаться» в интернете,

играть и т.д. В результате вы делаете свой выбор, и настает момент покупки. Но и это еще не все. Фирма устанавливает вам ПК, вы начинаете им пользоваться, и оцениваете его работу. Ваша оценка может колебаться между двумя крайностями:

1. «Отличная вещь! Хорошо работает!»;
2. «Никуда не годится. Зря только выбросил деньги!».

Основными элементами системы маркетинга являются:

- исследование потребительских свойств производимой продукции и её соответствия требованиям покупателей;
- определение емкости рынка;
- изучение форм и методов сбыта продукции.

Фундаментом маркетинговой деятельности является **концепция жизненного цикла продукта (ЖЦП)**. Проживает свою жизнь не только человек, но и продукт фирмы: «Ничто, — как говорят, — ни вечно под Луной». Жизнь продукта складывается, как правило, из пяти этапов (рис. 7.8).

На первом этапе фирма только *разрабатывает* продукт и, естественно, несет убытки, которые, как она надеется, будут компенсированы на последующих этапах жизненного цикла продукта. Однако и вероятность риска «поставить не на ту лошадь» тоже очень велика. Дело в том, что, как показывают исследования, из ста идей новой продукции превращаются в продукт и доходят до рынка одна-две. Не густо, конечно, но и к такому повороту событий надо быть готовым.

Мало произвести новый продукт, нужно ещё **внедрить** его на рынок. А это не так просто, поскольку приходится преодолевать сопротивление конкурентов. Объемы выпуска и продаж здесь невелики. Продукт еще широко не известен, а высокие цены делают его доступным лишь для ограниченного круга потребителей. Прибыль пока мала из-за небольших объемов производства, много средств приходится тратить на рекламу.

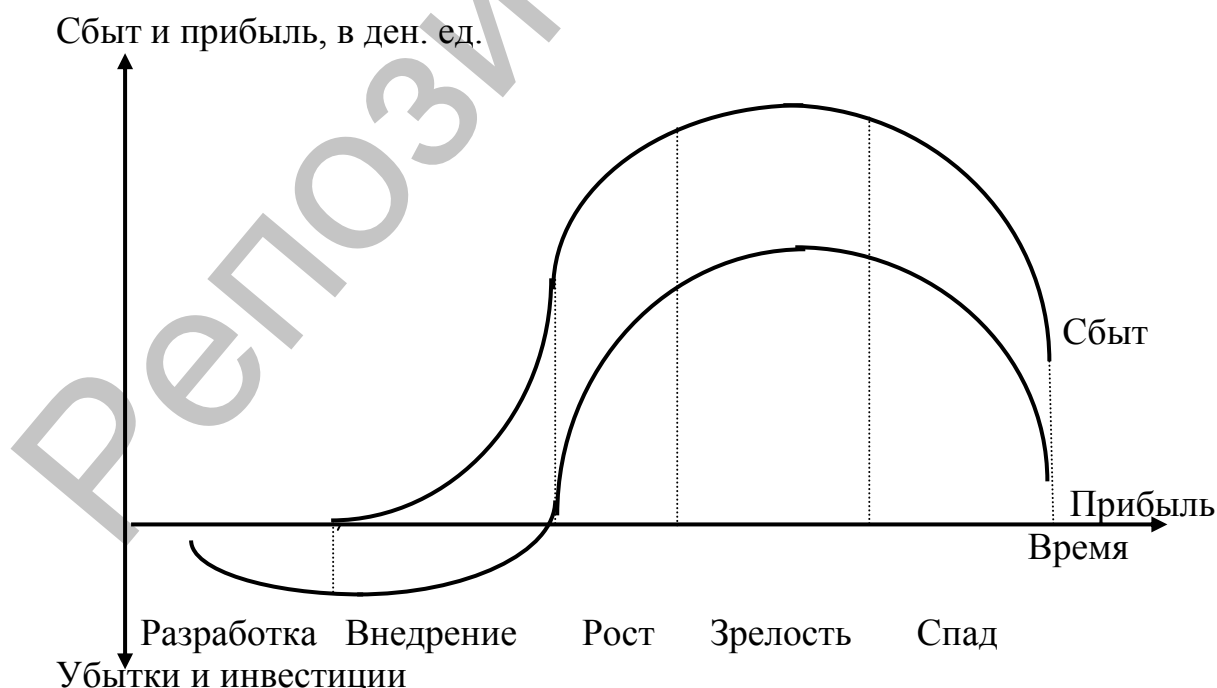


Рис. 7.8. Жизненный цикл продукта фирмы

Задачами маркетинга на этом этапе является реклама, организация послепродажного обслуживания, снижения цен.

На этапе роста увеличиваются объём продаж и величина прибыли. Размеры прибыли начинают привлекать в отрасль конкурентов. Цены остаются либо на прежнем уровне, либо даже снижаются по мере увеличения предложения. Этот этап в жизненном цикле продукта является самым благоприятным. Фирма стремится продлить его как можно больше.

Маркетинговая деятельность фирмы на этом этапе состоит в повышении качества товара, придании ему новых потребительских качеств, выпуске новых моделей расширения сервиса, своевременного снижения цены с целью привлечения новых покупателей.

На этапе зрелости рынок насыщается товарами, замедляются темпы роста сбыта, обостряется конкуренция. Затем наступает момент, когда приходится увеличивать инвестиции на НИОКР, а это отрицательно сказывается на величине прибыли.

И вот, наконец, наступает **спад**, и фирме приходится отвечать на вопрос: быть или не быть какому-то продукту на рынке. Спрос на него падает, следовательно, снижается объём продаж и величина прибыли. Чаще всего на этом этапе продукция фирмы, как товар, «умирает». Достаточно вспомнить про патефоны, арифмометры и т.д. Уже пришла пора и для пишущих машинок. Фирме в таких случаях приходится вкладывать средства в другие проекты.

7.6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФИРМЫ

Государственное регулирование деятельности фирмы представляет собой форму целенаправленного воздействия на фирмы с целью реализации государственных интересов.

Методы государственного воздействия на фирмы можно подразделить на прямые методы и косвенные.

К прямым методам относят методы непосредственного вмешательства государства в деятельность фирмы. Оно осуществляется путем финансирования новых отраслей, системы государственных заказов и контрактов, финансирования подготовки кадров, предоставления субсидий, дотаций и субвенций, через механизм ценообразования.

На современном этапе важную роль играют *государственные заказы*. Это обязательные для выполнения задания по поставкам продукции или услуг для государственных нужд. Через государственные заказы удовлетворяются важнейшие потребности общества, проводится определенная государственная политика.

В настоящее время все большее распространение получает такая форма государственного заказа, как *контракты*. Это соглашение между государством и фир-

мой на основе взаимных обязательств по поставкам и приобретению товара либо определенного объема работ.

В необходимых случаях государство может оказывать фирме и финансовую помощь в форме субсидий, дотаций, субвенций и т.д.

Субсидии – это безвозмездное финансовое пособие для технического перевооружения, реорганизации и т.д.

Дотации представляют собой финансовое пособие для покрытия убытков в случаях, когда цены на продукцию ниже издержек на производство и реализацию. В некоторых отраслях от дотаций зависит само их существование. Во многих странах, например, дотируется производство сельскохозяйственной продукции. Для Беларуси и России данное обстоятельство особенно актуально, поскольку большая часть сельскохозяйственных угодий наших стран расположена в зоне рискованного земледелия. И вообще, продукция нашего сельского хозяйства по природно-климатическим условиям и без поддержки государства просто не сможет конкурировать со странами Запада и Восточной Европы. Дело в том, что биологическая продуктивность почв (теоретически достижимое количество биомассы с га) у нас в 2 раза меньше, чем в Западной Европе, и в 5 раз меньше, чем в США. Другой фактор – продолжительность вегетационного периода. В Центральной Европе и в Англии, например, работы на земле начинаются в марте, а заканчиваются к началу декабря, следовательно, продолжаются 9 месяцев. В Беларуси же они продолжаются с апреля до октября. Почему бы тогда не отказаться от производства мяса, молока, зерна и др. видов продукции сельского хозяйства и не покупать её в странах ЕС? Во-первых, сельскохозяйственная продукция обеспечивает нашу экономическую безопасность и независимость. Во-вторых, она удовлетворяет первичные потребности людей, И, в-третьих, где мы возьмем деньги на покупку продовольствия в таких объемах? Прежде, чем что-то купить, надо что-то продать.

И, наконец, *субвенции* – это особый вид денежного пособия местным органам государственной власти или отдельным фирмам для финансирования определенного мероприятия и подлежит возврату в случае нарушения его целевого использования.

В связи со сказанным возникает вопрос, а стоило ли оказывать помощь таким белорусским предприятиям, например, как МТЗ, МАЗ, «Горизонт» и др.? Давайте порассуждаем вместе. Без помощи государства некоторые из них наверняка бы стали банкротами, так как не выдержали бы конкуренции со стороны известных иностранных фирм. Предположим, что в Беларуси обанкротился МТЗ? Тогда, во-первых, было бы потеряно 20 тыс. рабочих мест на этом предприятии, а на смежных предприятиях – около 140 тыс. Цифры, как видим, внушительные! Во-вторых, для того, чтобы трактора были конкурентоспособны, для МТЗ надо готовить высококвалифицированные кадры и разрабатывать новейшие технологии. Это значит, что такие предприятия, как МТЗ, являются локомотивами науки и образования. В-третьих, канет в лету и торговая марка этого предприятия. Другое дело, что государственная поддержка должна быть взвешенной.

Вмешательство государства в механизм ценообразования, как правило, носит **социальную направленность**. Государство может, например, устанавливать предельный уровень цен на предметы первой необходимости (соль, хлеб, лекарства),

чтобы не допустить падения уровня жизни людей в условиях монополизма и дефицита продукции. Оно регулирует тарифы на услуги жилищно-коммунальные, общественного транспорта и т.д. Довольно часто государство устанавливает фиксированные цены на природные ресурсы, так как с них начинается вся цепочка цен на готовую продукцию.

В странах с социально ориентированной экономикой роль государства в ценообразовании часто состоит не столько в назначении конкретной цены, сколько в разработке мер воздействия на принятие решений по ценам. Эти меры включают систему правовых актов и законов, с помощью которых регулируются цены на рынке.

К методам косвенного воздействия государства на фирмы, в первую очередь, относят налоговую и амортизационную политики. Подробный разговор о налогах ведется в таком разделе экономической теории, как «Макроэкономика». Здесь же укажем на то, что, изменяя налоговые ставки, государство может активно воздействовать на спрос и предложение, сбережения и инвестиции. Высокие ставки налогов приводят к уменьшению капитальных вложений в производство, льготные же — позволяют предприятиям возмещать издержки и при низких рыночных ценах. Поэтому, если спрос и предложение надо сдерживать, тогда государство увеличивает налоговые ставки, а в случае их расширения — проводит льготную налоговую политику.

Одним из косвенных методов государственного регулирования деятельности фирмы является **метод ускоренной амортизации**. Дело в том, что высокие нормы амортизации позволяют предприятию повышать уровень накопления, способствуют интенсивному росту основного капитала в наукоемких отраслях, прогрессивным структурным сдвигам в экономике. Система ускоренной амортизации (до пяти лет) приводит к сокращению сроков службы оборудования, позволяет списывать уже в первые годы эксплуатации в качестве издержек большую часть стоимости оборудования и тем самым занижать облагаемую налогом прибыль. Таким образом, ускоренная амортизация является механизмом, обеспечивающим инвестиции в производство.

Итак, нами была выяснена экономическая роль государства в деятельности фирм. К ней и ее социальной роли мы ещё вернёмся, когда будем рассматривать вопросы функционирования национальной экономики. Теперь же пришла пора подвести некоторые итоги.

7.7. ВЫДЕЛИМ ГЛАВНОЕ

◆ **Управление** фирмой нацелено на такое использование ограниченных ресурсов, при котором в наибольшей степени удовлетворяются потребности потребителей в продукции фирмы с максимальной для неё выгодой.

Функционирование фирмы возможно в трёх типах экономических систем: централизованной, децентрализованной и смешанной. На современном этапе развития общества доминирует смешанная экономическая система, или социально ориентированная рыночная экономика.

♦ В рыночной подсистеме современной экономики управление фирмой принимает форму *менеджмента*. Это совокупность принципов, методов и других средств наиболее эффективного использования ресурсов с целью увеличения прибыли.

Сущность менеджмента проявляется в таких его функциях, как целеполагание, планирование, организация, координация, регулирование, стимулирование, контроль и анализ деятельности фирмы.

Для выживания в условиях конкуренции фирма должна иметь *стратегию*. Она представляет собой единство долгосрочных целей фирмы и средств их достижения. Стратегическая цель фирмы состоит в том, чтобы добиться долгосрочных преимуществ, обеспечивающих высокую рентабельность.

Выделяются три вида стратегии: портфельная, деловая и функциональная.

Важную роль в менеджменте играет мотивация труда. Её механизм представляет собой формы, методы и средства привлечения людей к труду.

Теории мотивации труда подразделяются на теории содержательные и процессуальные. К числу наиболее известных содержательных теорий относятся теории Маслоу, МакКлеланда и Герцберга. Среди процессуальных выделяются теории ожиданий, справедливости и Портера-Лоуренса.

♦ В условиях рыночной экономики фирма может добиться успеха только тогда, если в её системе управления большое внимание уделяется маркетингу. *Маркетинг* — это система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на рынок.

В основе маркетинга лежит **концепция жизненного цикла продукта (ЖЦП)** фирмы. ЖЦП фирмы включает пять фаз: разработку продукта, внедрения его на рынок, роста, зрелости и спада.

♦ В условиях смешанной экономики активную экономическую роль играет государство. Она проявляется, прежде всего, в регулировании деятельности фирмы — целенаправленном воздействии на фирму с целью реализации государственных интересов.

Выделяются две группы методов государственного воздействия на фирмы: прямые и косвенные.

К методам прямого государственного воздействия на фирмы относятся: государственные заказы, контракты, финансирование подготовки кадров, предоставление субсидий, дотаций, субвенций, регулирование цен на социально значимые товары.

К методам косвенного воздействия государства на фирмы, главным образом, относятся налоговая и амортизационная политики. Они призваны стимулировать рост спроса, предложения и инвестиционной активности фирм.

Государственное регулирование деятельности фирм, в конечном счете, должно способствовать повышению уровня и качества жизни населения страны на основе устойчивого экономического роста.

7.8. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Управление. Менеджмент. Стратегия фирмы. Портфельная, деловая и функциональная стратегии. Мотивация труда. Маркетинг. Жизненный цикл продукта фирмы. Государственное регулирование фирмы. Прямые и косвенные методы государственного регулирования фирмы.

7.9. ПРОВЕРИМ СЕБЯ

Ответим на вопросы

1. Что, по-вашему, общего в работе менеджера фирмы, учителя и водителя автомобиля?
2. Какие макроэкономические системы вы знаете, и чем они отличаются?
3. Из каких элементов состоит система менеджмента?
4. Чем, по-вашему, управляет менеджер фирмы?
5. Какие виды потребностей вы знаете, и как бы вы их расположили по значимости?
6. Какую роль играет маркетинг в системе управления фирмой?
7. Приведите пример жизненного цикла продукта фирмы и укажите, на какой фазе он находится?
8. Чем, по-вашему, регулирование отличается от управления?
9. В чем заключается необходимость государственного регулирования деятельности фирм?
10. Чем отличаются прямые и косвенные методы государственного регулирования фирмы?

Выполним задания

1. Самостоятельность фирмы наибольшая в экономической системе:
 - а) рыночной;
 - б) нерыночной;
 - в) смешанной;
 - г) тип экономической системы не имеет значения.
2. Опишите организационную структуру школы и знакомого вам предприятия.
3. Точка безубыточности – это:
 - а) цена, при которой фирма получает прибыль;
 - б) объем продаж, при котором фирма не несёт убытки;
 - в) уровень затрат, необходимый для производства продукции.
4. Предположим, что имеется шесть совершенно одинаковых по площади, плодородию земли и технической оснащенности фермерских хозяйств. Во всех хозяйствах производится кукуруза. Количество работников в хозяйствах меняется с одного до шести. Объем производства кукурузы (в т) в зависимости от количества работников меняется следующим образом: 50, 160, 300, 400, 450, 360.

Определите оптимальное количество работников.

5. Какие виды потребностей по пирамиде Маслоу характеризуют следующие понятия: 1. Музей; 2. Почётная грамота; 3. Дискотека; 4. Больница; 5. Квартира; 6. Дружба.

6. Спрос на товар как категория маркетинга — это:

- а) нужда в конкретном виде продукции;
- б) потребность в товаре;
- в) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем;
- г) все ответы верные.

7.10. ЛИТЕРАТУРА

1. Базылев Н.И., Базылева М.Н. Экономическая теория: Учебник для студентов экономических специальностей вузов. — Мн.: Книжный Дом, 2004. — Глава 15.
2. Грейсон Дж., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. — М.: Экономика, 1991. — Главы 21 — 23.
3. Лемешевский И.М. Микроэкономика (экономическая теория Ч. 2.) Учебное пособие для вузов. — Мн.: ООО «ФУАинформ», 2003.— Глава 14.
4. Микроэкономика: Учеб. пособие / Под ред. М.И. Плотницкого. — Мн.: Новое знание, 2003. — Глава 11.
5. Янчевский В.Г. Менеджмент, маркетинг, бизнес: Деловым людям о предпринимательстве. — Мн.: Польша, 1992.— Главы «Менеджмент» и «Маркетинг».

ОТВЕТЫ НА ЗАДАНИЯ

ГЛАВА 1

1. 1) приготовление пищи дома; 4) покупка обуви.
2. 1 – дефицитный; 2 – сбалансированный; 3 – избыточный.
3. а).
4. в) 25%.
5. г) 0,25.

ГЛАВА 2

1. Вначале находим единичную полезность каждого яблока U_i (8, 6, 4, 2, 0, - 2). Далее приходим к выводу, что предельной полезностью обладает четвертое яблоко (2). Следовательно, затраты рационального потребителя на покупку четырех яблок составят 400 руб. (2 б • 50 руб. • 4 ябл.). *Ответ: 400 руб.*

2. Составляем уравнение:

1000 руб. = 150 руб. • QП + 200 руб. • QК. Откуда следует *ответ*: QП = 4 и QК = 2.

3. б) 6,15 млн. руб. (6 млн. руб. + 0,75 • 0,2 млн. руб.).

4. Составляем систему двух уравнений с двумя неизвестными:

$P = 10$ ден. ед. — 2 ден. ед. ($Q - 1$) и $P \cdot Q = 18$ д. ед. Её решение показывает, что потребитель купит *три апельсина по шесть ден. ед. каждый*.

5. За пять банок покупатель готов был заплатить 15 тыс. руб. (4000 руб. + 3500 руб. + 3000 руб. + 2500 руб. + 2000 руб.). На самом деле он купил пять банок кофе за 10 тыс. руб., следовательно, его выигрыш составил 5 тыс. руб. *Ответ*: 5 тыс. руб.

ГЛАВА 3

Смысловые задания

1. Полное—2; коммандитное—1; акционерно-коммандитное—3.

Решим задачи

1. 1). В первую очередь находим величину годовой амортизации основного капитала: 1,5 млрд. руб. + 1 млрд. руб. + 0,5 млрд. руб. + 1 млрд. руб. = 4 млрд. руб.;

2). Потом вычисляем величину основного капитала: 30 млрд. руб. + 10 млрд. руб. + 2 млрд. руб. + 8 млрд. руб. = 50 млрд. руб.;

3). И, наконец, годовая норма амортизации основного капитала фирмы будет равна $8\% = (4 \text{ млрд. руб.} / 50 \text{ млрд. руб.}) \cdot 100\%$. *Ответ*: 8%.

2. Автомобиль был куплен за $7000\$ = 1000\$ \cdot 8 \text{ лет} - 1500\$ + 500\$$. *Ответ*: 7000\$.

3. б) 160 млн. руб.

4. Сначала находим величины TP (60, 140, 240, 320, 350, 360). Затем, по полученным данным, вычисляем величины AP (60, 70, 80, 80, 70, 60). Откуда ясно, что *предельным является четвертый работник*.

5. Число холодильников находим по формуле $0,4 \cdot 400^{0,5} \cdot 100^{0,5} = 0,4 \sqrt{400 \cdot 100} = 0,4 \cdot 200 = 80$ ед. *Ответ*: 80 ед.

6. Определяем затраты капитала (12, 18, 24, 48, 72; в тыс. руб.), затем — труда (48, 32, 24, 12, 8; в тыс. руб.). На основе этих данных находим суммарные затраты капитала и труда (60, 50, 48, 60, 80; в тыс. руб.). В результате приходим к выводу, что оптимальной является третья комбинация капитала и труда. *Ответ*: Третья комбинация.

ГЛАВА 4

1. б).

2. в) 300%.

3. б).

4. а).

5. По данным таблицы находим величины АТС (400, 300, 250, 200, 250, 300). На их основе можно сделать вывод о том, оптимальное количество продукции равно 4 ед. *Ответ*: 4 ед.

6. а).
7. Составляем следующее уравнение:
 $400 \text{ млн. руб.} = Q \cdot 10 \text{ тыс. руб.} - Q \cdot 6 \text{ тыс. руб.} - 200 \text{ млн. руб.}$
 Откуда $Q = 600 \text{ млн. руб.} / 4 \text{ тыс. руб.} = 150 \text{ тыс. экземпляров. Ответ: 150 тыс. экземпляров}$
8. Находим годовые издержки фирмы:
 $20 \text{ млн. руб. АО} + 40 \text{ млн. руб. Коб} + 20 \text{ млн. руб. Зпл} = 80 \text{ млн. руб.}$
 Величина прибыли равна $100 \text{ млн. руб. TR} - 80 \text{ млн. руб. Сб} = 20 \text{ млн. руб.}$
 Рентабельность продукции рассчитываем как отношение величин прибыли и издержек, т.е. $(20 \text{ млн. руб.} : 80 \text{ млн. руб.}) \cdot 100\% = 25\%.$ *Ответ: 25%.*

ГЛАВА 5

1. а).
2. Совершенная конкуренция и олигополия.
3. По данным таблицы находим ТС (150, 200, 240, 240, 400, 540, 700; в тыс. руб.).
 Далее – TR (120, 240, 360, 480, 600, 720, 840; в тыс. руб.). Затем вычисляем величины совокупной прибыли (- 30, 40, 120, 240, 200, 180, 140; тыс. руб.). Таким образом, фирма получает максимум прибыли, выпуская 4 ед. продукции. *Ответ: 4 ед.*
4. б).
5. Возьмем производную АТС по Q. В результате получим следующее уравнение: $- 8 + 2Q = 0$. Откуда оптимальный выпуск продукции будет равен 4 ед., т.е. правильный *ответ* вариант а).
6. б).
7. б).
8. б).

ГЛАВА 6

1. б).
2. в).
3. б) 50%.
4. в).
5. б).
6. в).
7. Находим величину курса акции по итогам года:
 $1000 \text{ руб.} - 1000 \text{ руб.} \cdot 0,2 = 800 \text{ руб.}$ Затем по формуле курса акции рассчитываем величину дивиденда с одной акции:
 $800 \text{ руб.} \cdot 0,15 = 120 \text{ руб.}$ Общая сумма дивидендов будет равна 60 тыс. руб. *Ответ: 60 тыс. руб.*
8. Находим величину годовой арендной платы
 $20 \text{ млн. руб. Рента} + 20 \text{ млн. руб. АО} + 40 \text{ млн. руб. Процент} =$

80 млн. руб. Затем определяем цену земельного участка: 80 млн. руб.: 0,2 = 400 млн. руб. *Ответ:* 400 млн. руб.

ГЛАВА 7.

1. а).

2. б).

3. б).

4. Сначала находим величины индивидуального вклада (РИ) каждого из работников в общий продукт фирмы (50, 110, 140, 100, 50, -90).

Затем рассчитываем среднюю производительность труда (АР) работников (50, 80, 100, 100, 90, 60). В точке пересечения кривых РИ и АР при $РИ = АР$ количество работников будет оптимальным. Оно равно 4. *Ответ:* 4.

5. Биологические – 5; в безопасности – 4; социальные – 3, 6; в уважении – 2; самореализация – 1.

6. в).

СЛОВАРЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОНЯТИЙ

А

Акция — вид ценных бумаг, свидетельствующий о внесении определенной суммы денег в капитал акционерного общества и дающий право ее владельцу на получение части прибыли – дивиденда, на участие в управлении производством и распределении остатков при ликвидации акционерного общества.

Амортизация — постепенное перенесение стоимости средств труда на производимую с их помощью продукцию.

Б

Бартер — вид торговли, при которой обмен товарами или услугами происходит без участия денег.

Бюджетная линия — линия на плоскости, которая показывает различные комбинации двух благ, которые могут быть приобретены при фиксированных величинах дохода и цен.

Бюджет прожиточного минимума — стоимостная величина прожиточного минимума, а также обязательные платежи и взносы.

В

Вексель — ценная бумага с обязательством векселедателя уплатить определенную сумму денег в установленный срок с процентами.

Выигрыш потребителя — разница между максимальной ценой, которую потребитель готов уплатить за дополнительную единицу блага, и ее рыночной ценой.

Выручка — совокупный доход (TR), получаемый предприятиями от реализации продукции. Рассчитывается как произведение цены (P) на ее количество (Q): $TR = P \cdot Q$.

Д

Депозит — денежный вклад на банковском счете. Различают чековые и бесчековые депозиты.

Депозитный сертификат — ценная бумага, свидетельствующая о помещении денежных средств на хранение в финансово-кредитное учреждение на определенных условиях. На депозитный сертификат выплачивается доход в виде процента, величина которого дифференцирована в зависимости от срока вклада.

Домашнее хозяйство — элементарная экономическая ячейка общества в составе одного или нескольких членов семьи, собственников ресурсов производства, стремящихся максимизировать удовлетворение потребностей.

Ж

Жизненный цикл продукта — период времени от начала разработки продукта до его выхода из сферы потребления, т.е. до исчезновения спроса на него.

З

Закон переменной производительности факторов производства — состоит в том, что по мере увеличения фактора производства его производительность вначале повышается, достигает максимума, а затем уменьшается.

Заработная плата — сумма денежных средств, компенсирующих затраты рабочей силы работника и обеспечивающих удовлетворение личных потребностей работника и членов его семьи; цена рабочей силы.

Заработная плата минимальная — заработная плата, обеспечивающая прожиточный минимум работника.

Заработная плата номинальная — начисленная работнику величина заработной платы.

Заработная плата реальная — совокупность товаров и услуг, которую работник может приобрести на номинальную заработную плату при данном уровне цен, и после уплаты налогов и других обязательных отчислений.

И

Издержки — совокупные затраты фирмы по использованию ограниченных ресурсов на производство и реализацию продукции.

Издержки бухгалтерские — издержки, связанные с прямыми денежными платежами поставщикам факторов производства, т.е. фактических затрат фирмы.

Издержки внутренние — издержки, связанные с использованием ресурсов, принадлежащих предпринимателю, например, оборудования, транспортных средств.

Издержки индивидуальные — издержки фирмы. Они включают стоимость израсходованных материалов, износа основного капитала и величины заработной платы с отчислениями на социальное страхование.

Издержки общества — совокупная стоимость всех факторов производства, затраченных на производство и реализацию продукции.

Издержки общие — сумма постоянных и переменных издержек.

Издержки отраслевые — затраты факторов производства на единицу продукции, складывающиеся в среднем по отрасли.

Издержки переменные — издержки, величина которых изменяется в зависимости от величины объема продукции, например, с увеличением количества производимых костюмов соответственно растут и издержки по приобретению ткани.

Издержки постоянные — издержки, величина которых не изменяется в зависимости от величины объема производства, например, расходы на содержание производственных зданий, машин, оборудования.

Издержки средние общие — общие издержки производства на единицу продукции. С увеличением объема производства они снижаются, достигают точки минимума и затем начинают повышаться.

Издержки средние переменные — переменные издержки в расчете на единицу продукции. С увеличением объема производства они снижаются, достигают точки минимума и затем начинают повышаться.

Издержки средние постоянные — постоянные издержки в расчете на единицу продукции. Они уменьшаются по мере увеличения объема производства.

Износ основного капитала — уменьшение стоимости основного капитала в связи с его физическим и моральным износом.

Изокванта — кривая, показывающая различные сочетания факторов производства, обеспечивающие один и тот же объем производства.

Изокоста — линия равных затрат — линия, показывающая все сочетания ресурсов, приобретение которых требует равных затрат.

Инвестиции — долгосрочные вложения капитала с целью получения доходов или наращивания капитала. Различают реальные инвестиции (вложения капитала в

промышленность, сельское хозяйство, строительство и др.) и финансовые (покупка ценных бумаг).

Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) — интегральный показатель, используемый для оценки качества жизни населения. Он рассчитывается на основе трех показателей: средней продолжительности жизни населения, уровня образования и реального дохода на душу населения.

Интеллектуальный продукт — результат интеллектуального труда, воплощенный в форме, доступной для восприятия, воспроизведения и использования потенциальными потребителями, например, идеи, знания, книги.

К

Капитал — средства, используемые для извлечения дохода.

Капитал оборотный — часть производительного капитала (затраты на сырье, материалы, рабочую силу), которая переносит свою стоимость на вновь создаваемый продукт полностью и возвращается к производителю в денежной форме в конце каждого кругооборота.

Капитал основной — основные производственные фонды — совокупность средств труда, функционирующих в сфере производства в неизменной натуральной форме в течение длительного времени и переносящих свою стоимость на вновь создаваемый продукт по частям по мере снашивания за ряд кругооборотов.

Капитал производительный — произведенные человеком средства производства, используемые с целью производства продукции, например, станки.

Капитал ссудный — денежный капитал, предоставляемый в ссуду на условиях возвратности за плату в виде процента.

Капитал человеческий — мера, воплощенной в человеке способности приносить доход. Он включает врожденные способности и талант, а также образование и приобретенную квалификацию.

Карта кривых безразличия — карта безразличия — все множество кривых безразличия в пространстве двух благ.

Конкуренция — соперничество между производителями, продавцами и покупателями за лучшие условия производства, реализации и приобретения ресурсов и результатов производства с целью достижения экономической выгоды. Различают совершенную и несовершенную формы конкуренции.

Конкуренция несовершенная, если на рынке доминируют либо продавцы, либо покупатели. На рынке монополии, например, один продавец.

Конкуренция совершенная, если на рынке множество продавцов предлагают множеству покупателей однородную продукцию, и никто не доминирует.

Кривая безразличия — линия, отражающая различные наборы двух благ с одинаковой для потребителя полезностью.

Кривая Лоренца — кривая, иллюстрирующая фактическое распределение дохода и используемая для сравнения степени неравенства между различными группами населения или странами.

Кривая прибыльности ресурсов фирмы — совокупность точек в двухмерном пространстве, показывающих величины ресурсов, обеспечивающих фирме прибыль, в т. ч. и наибольшую.

Курс акции — цена, по которой продается акция на фондовом рынке.

Л

Лидерство в ценах — метод, используемый фирмами, установления цены на выпускаемую продукцию. Суть его состоит в том, что фирма-лидер объявляет об изменении цены, а другие фирмы поступают аналогично.

Лизинг — способ финансирования инвестиций, основанный на контракте о передаче объектов собственности, например, оборудования, транспортных средств, в долгосрочную аренду. Право собственности при этом сохраняется за арендодателем.

Лицензиар — физическое или юридическое лицо, являющееся продавцом лицензии.

Лицензиат — физическое или юридическое лицо, являющееся покупателем лицензии.

Лицензия — разрешение, выдаваемое государственными органами, на право той или иной хозяйственной деятельности.

М

Маркетинг — система организации и управления деятельностью фирмы, ориентированная на рынок, удовлетворение платежеспособных потребностей и запросов потребителей.

Менеджмент — совокупность принципов, методов и других средств управления фирмой с целью повышения эффективности производства и увеличения прибыли.

Микроэкономика — раздел экономической теории, в котором исследуется поведение таких субъектов хозяйствования, как домашние хозяйства, предприятия и фирмы.

Главная задача микроэкономики — определение законов и правил рационального поведения ее субъектов.

Монополистическая конкуренция — рынок, на котором большое количество фирм продают похожие, но не идентичные товары, например, разновидности зубной пасты, стирального порошка, кофе.

Монополия — рынок, на котором действует только один продавец.

Н

Необходимый продукт — продукт, производимый наемным работником за необходимое рабочее время и предназначенный для воспроизводства его рабочей силы.

Ноу-хау — совокупность научно-технических, коммерческих и др. знаний, оформленных в виде технической документации, навыков и производственного опыта, необходимых для организации производства, не запатентованных и не опубликованных полностью или частично.

О

Облигация — ценная бумага, свидетельствующая о внесении их владельцем денежных средств в капитал фирмы и дающая право на получение дохода по фиксированной процентной ставке.

Оборотные средства — совокупность оборотных фондов и фондов обращения фирмы, выраженных в денежной форме. К оборотным средствам относятся: производственные запасы, незавершенное производство, готовая продукция, денежные средства.

Олигополия — рынок, на котором господствующее положение занимают несколько крупных фирм.

П

Патент — документ, предоставляющий какое-либо право или привилегию, например, право на занятие торговлей или промыслом. Свидетельство, выдаваемое изобретателю и удостоверяющее его авторство и исключительное право на изобретение.

Полезность блага — способность блага удовлетворять потребность потребителя в процессе потребления

Правило «издержки плюс» — состоит в том, что на рынке олигополии фирма устанавливает такую цену на товар, которая включает средние переменные издержки и надбавку к ним, включающую возмещение средних постоянных издержек и экономическую прибыль.

Правило использования ресурсов состоит в том, что прибыль фирмы увеличивается за счет привлечения дополнительных единиц ресурса до тех пор, пока доход от предельного продукта ресурса будет равен предельным издержкам ресурса: $MRP = MRC$.

Правило максимизации прибыли предполагает соблюдение равенства между величиной предельного дохода (MR) от единицы ресурса и величиной издержек на приобретение единицы ресурса (MC): $MR = MC$.

Правило оптимизации количества работников фирмы состоит в том, что оптимальным для фирмы является такое количество работников, при котором достигается равенство $AP = MP$.

Правило оптимизации полезности наборов разнородных благ состоит в том, что у рационального потребителя предельные полезности последних единиц наборов потребляемых разнородных благ должны быть равны между собой.

Правило оптимизации объема производства продукции фирмы состоит в том, что оптимум объема производства продукции фирмы достигается тогда, если средние общие издержки равны предельным, т.е. $ATC = MC$.

Правило Энгеля — с ростом доходов семьи уменьшается удельный вес расходов на питание, доля расходов на одежду, жилищно-коммунальные услуги практически не меняется, а доля расходов на удовлетворение культурных и иных нематериальных потребностей растет.

Прибыль бухгалтерская — разница между общей выручкой от реализации продукции (работ, услуг) и внешними издержками, т.е. платой за услуги поставщиков ресурсов.

Прибыль валовая — разница между выручкой и совокупными издержками, включающими заработную плату, затраты на материалы, топливо, комплектующие изделия, амортизацию, проценты по ссудам резервы и т.д.

Прибыль нормальная — вознаграждение за выполнение предпринимательских функций как элемент внутренних издержек.

Прибыль чистая — часть прибыли, остающаяся в распоряжении фирмы после уплаты налогов и др. платежей.

Прожиточный минимум — минимальный набор материальных благ и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности человека и сохранения его здоровья.

Производственная функция — уравнение, описывающее зависимость объема производства от изменения факторов производства.

Р

Рента — доход с капитала, имущества, земли и др. фиксированных природных ресурсов, не требующий от получателя предпринимательской деятельности.

Рента абсолютная — капиталистическая земельная рента, получаемая землевладельцами независимо от плодородия и месторасположения земельных участков.

Рента дифференциальная — земельная рента, связанная с монополией на землю, как на объект хозяйства. Она обусловлена различиями в плодородии и местоположении земельных участков.

Рентабельность — показатель эффективности работы предприятия, измеряемый отношением прибыли к затратам на производство и реализацию продукции.

Рентабельность продукции — показатель экономической эффективности, измеряемый отношением прибыли к текущим затратам на производство и реализацию продукции в форме бухгалтерских издержек.

Рентабельность производства — показатель экономической эффективности деятельности фирмы, измеряемый отношением прибыли к среднегодовой стоимости основного капитала и нормируемых оборотных средств.

Рынок интеллектуальных продуктов — рынок результатов интеллектуального труда, воплощенных в форме, доступной для восприятия, воспроизведения и использования потенциальными потребителями.

С

Семейный бюджет — баланс доходов и расходов домашних хозяйств. Различают сбалансированный, дефицитный и избыточный семейные бюджеты. Доходы семей формируются из денежных средств и материальных благ.

Ставка ссудного процента — отношение дохода от ссуды к величине ссудного капитала, выраженное в процентах.

Стоимость товара — совокупность затрат на его производство и реализацию всех факторов производства.

Стратегия фирмы — единство долгосрочных целей фирмы и средств их достижения.

Т

Товар — продукт труда, удовлетворяющий какую-либо потребность человека и поступающий к покупателю посредством купли или обмена.

У

Управление — совокупность законов, принципов, методов и иных средств, используемых для достижения определенных целей.

Уровень жизни — степень обеспеченности населения материальными и духовными благами, исходя из сложившихся потребностей.

Ф

Фирма — самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, который производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги.

Ц

Цена товара — меновая стоимость — количество денег или товара, на которое приобретают необходимые товары и услуги. Ее величина определяется стоимостью и полезностью товара, доходами и желаниями покупателей.

Цена земли — цена, по которой может быть продан или продается земельный участок. Она определяется отношением величины земельной ренты, получаемой землевладельцем, к величине депозитной процентной ставки.

Ч

Чистый доход — разница между выручкой от реализации продукции и издержками фирмы. Основной формой чистого дохода является прибыль, или реализованная прибавочная стоимость.

Э

Эффект дохода — результат воздействия изменения цены на реальный доход потребителя и, соответственно, на количество приобретаемых благ. Он определяется той частью прироста величины спроса, которая возникла в результате увеличения реального дохода потребителя при снижении цены на благо. Эффект дохода выражает влияние снижения цены какого-либо блага на общий спрос покупателя

Эффект замены — это та часть прироста величины спроса на подешевевшее благо, которая образуется вследствие замены этим товаром других благ.

Эффект масштаба — изменение долговременных средних издержек, связанное с изменением объема производства продукции, Эффект состоит в том, что по мере увеличения объема производства продукции средние издержки фирмы сначала понижаются, достигают минимума, а затем начинают расти.

СОДЕРЖАНИЕ

Слово к читателю	3
РАЗДЕЛ I. ПОТРЕБИТЕЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	5
ГЛАВА 1. ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	
.....	5
1.1. Домашнее хозяйство и его функции	5
1.2. Структура домашних хозяйств	8
1.3. Семейный и минимальный потребительский бюджеты. Прожиточный минимум	9
1.4. Уровень и качество жизни. «Лук» Лоренца.....	15

1.5. Выделим главное	17
1.6. Основные понятия и термины	18
1.7. Проверим себя	18
Ответим на вопросы	18
Выполним задания	18
1.8. Литература	19
ГЛАВА 2. ПОКУПАТЕЛЬ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ	20
2.1. Как ведет себя рациональный покупатель?	20
2.2. Правило максимизации полезности	25
2.3. Правило равной полезности наборов благ. Кривые безразличия	26
2.4. Хочу купить «Мерседес», но есть возможность купить мопед	29
2.5. Эффекты замены и дохода	34
2.6. Благосостояние и выигрыш потребителя	37
2.7. Выделим главное	38
2.8. Основные понятия и термины	40
2.9. Проверим себя	40
Ответим на вопросы	40
Выполним задания	40
2.10. Литература	41
РАЗДЕЛ II. ФИРМЫ, ИХ ИЗДЕРЖКИ И ДОХОДЫ	42
ГЛАВА 3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И ФИРМЫ	42
3.1. Предприниматели и их роль в рыночной экономике	42
3.2. Фирмы и их виды	45
3.2.1. Частные фирмы	46
3.2.2. Хозяйственные товарищества и кооперативы	47
3.2.3. Хозяйственные общества	49
3.2.4. Кто в доме хозяин?	51
3.2.5. Предприятия трудовых коллективов	52
3.2.6. Государственные предприятия	53
3.2.7. Совместные предприятия	53
3.2.8. Хозяйственные объединения	54
3.3. Факторы производства	54
3.3.1. Человеческий капитал	55
3.3.2. Производительный капитал	59
3.3.3. Земля как фактор производства	61
3.4. Производственные функции	61
3.4.1. Однофакторная производственная функция «L → TP». Закон переменной производительности факторов производства	62
3.4.2. Двухфакторная производственная функция вида «Кобба – Дугласа» ...	64
3.5. Выделим главное	66
3.6. Основные понятия и термины	67
3.7. Проверим себя	68
Ответим на вопросы	68
Смысловые задания	68

Решим задачи	68
3.8. Литература	69
ГЛАВА 4. ИЗДЕРЖКИ И ДОХОДЫ ФИРМ	71
4.1. Издержки и их виды	71
4.1.1. Издержки общества и проблема эксплуатации работников.....	71
4.1.2. Издержки фирм и отрасли	73
4.1.3. Издержки в коротком периоде. Постоянные и переменные издержки	76
4.1.4. Издержки в долгосрочном периоде. Эффект масштаба	79
4.2. Доходы и рентабельность фирм	80
4.2.1. Доходы фирм и их виды	80
4.2.2. Рентабельность и ее показатели	86
4.3. Выделим главное	87
4.4. Основные понятия и термины	88
4.5. Проверим себя	89
Ответим на вопросы.....	89
Выполним задания	89
4.6. Литература.....	90
РАЗДЕЛ III. ФИРМА НА РЫНКАХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И РЕ- СУРСОВ	91
ГЛАВА 5. ФИРМА НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ	91
5.1. Рынки совершенной и несовершенной конкуренции и их характеристика.....	91
5.2. Фирма на рынке совершенной конкуренции	93
5.2.1. Модель рынка совершенной конкуренции	93
5.2.2. Поведение конкурентной фирмы в коротком периоде	93
5.2.3. Поведение конкурентной фирмы в долгосрочном периоде	95
5.3. Фирма-монополист	97
5.3.1. Модель рынка монополии	97
5.3.2. Поведение монополии в коротком периоде	99
5.3.3. Поведение фирмы в долгосрочном периоде	100
5.4. Фирма на рынке монополистической конкуренции	101
5.4.1. Модель рынка монополистической конкуренции	101
5.4.2. Особенности поведения фирмы в коротком и долгосрочном периодах	102
5.5. На рынке олигополии	103
5.5.1. Общая характеристика олигополии.....	103
5.5.2. Модель консервативного ценообразования и ломаная линии спроса.....	103
5.5.3. Ценовой барьер для конкурентов.....	104
5.5.4. Модели олигополистического ценообразования.....	104
5.5.5. Модель равновесия Бертрана	105
5.6. Выделим главное.....	107
5.7. Основные понятия и термины.....	109

5.8. Проверим себя	109
Ответим на вопросы.....	109
Выполним задания.....	109
5.9. Литература.....	110
ГЛАВА 6. НА РЫНКЕ РЕСУРОВ.....	111
6.1. Рынки ресурсов и их особенности. Проблема оптимума.....	111
6.1.1. Виды рынков ресурсов и особенности спроса.....	111
6.1.2. Правила оптимизации использования ресурсов.....	112
6.1.3. Об оптимуме соотношения между ресурсами.....	115
6.1.4. Теория предельной полезности, ее достоинства и границы	117
6.2. Рынок трудовых ресурсов. Заработная плата.....	118
6.2.1. Рынок трудовых ресурсов, его специфика и структура.....	118
6.2.2. Заработная плата, ее формы и системы.....	120
6.2.3. Эффекты замены и дохода.....	122
6.2.4. Модели взаимодействия продавцов и покупателей на рынке трудовых ресурсов	123
6.3. Рынки капиталов	125
6.3.1. Рынок капитала и его структура	125
6.3.2. Ссудный капитал и его источники.....	126
6.3.3. Спрос и предложение на рынке ссудного капитала.....	127
6.3.4. Рынок ценных бумаг	128
6.4. На рынке природных ресурсов	130
6.4.1. Рыночные природные ресурсы и их особенности	130
6.4.2. Земельная рента и ее виды	131
6.4.3. Цена земли	133
6.4.4. О форме собственности на землю	134
6.5. На рынке интеллектуальных продуктов	135
6.5.1. Понятие рынка интеллектуальных продуктов	135
6.5.2. Патентная система	136
6.5.3. Ноу-хау.....	138
6.5.4. Лицензии.....	139
6.6. Выделим главное	140
6.7. Основные понятия и термины.....	143
6.8. Проверим себя	143
Ответим на вопросы	143
Выполним задания	144
6.9. Литература	145
РАЗДЕЛ IV. ФИРМЫ И ГОСУДАРСТВО	146
ГЛАВА 7. УПРАВЛЕНИЕ ФИРМОЙ	146
7.1. Управление фирмой в различных экономических системах.....	146
7.1.1. Что такое управление?	146
7.1.2. «Нам сверху видно все ...».....	147
7.1.3. Свобода без границ – это хаос	149
7.1.4. Между хаосом рыночной свободы и централизмом.....	150

7.2. Менеджмент как система.....	150
7.3. Стратегия фирмы.....	154
7.4. Стимулирование труда на фирме.....	155
7.5. Маркетинг в системе управления.....	161
7.6. Государственное регулирование фирмы.....	164
7.7. Выделим главное.....	166
7.8. Основные понятия и термины.....	167
7.9. Проверим себя.....	167
Ответим на вопросы.....	167
Выполним задания.....	168
7.10. Литература.....	168
Ответы на задания.....	169
Словарь экономических понятий и терминов.....	172
Содержание.....	180