



# Микроэкономика

СКИФ



Кафедра «Экономика»

Лекционный курс

Автор

Коваленкова О.Г.

## **Аннотация**

Лекционный курс предназначен для студентов всех форм обучения направления 38.03.01 «Экономика»

## **Автор**



**Коваленкова О.Г.**

**К.Э.Н., доцент кафедры «Экономика»**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Лекция 1.....	4
Тема 1.1. Введение в экономическую теорию.....	4
Тема 1.2. Экономические системы.....	13
Лекция 2.....	21
Тема 2.1. Теория цены: спрос, предложение и.....	21
рыночное равновесие.....	21
Тема 2.2 Эластичность спроса и предложения. Излишки потребителей и производителей. ....	29
Тема 2.3. Теория поведения потребителя.....	34
Тема 2.4 Теория поведения производителя.....	38
Лекция 3.....	59
Тема 3.1. Типы рыночных структур.....	59
Тема 3.2. Рынки факторов производства. Спрос на факторы производства. Правило использования ресурсов. ....	77
Лекция 4.....	108
Тема 4.1 Теория общего равновесия и экономика благосостояния.....	108
Тема 4.2. Несовершенства рынка.....	116
Список использованной литературы.....	120

## Лекция 1

### Тема 1.1. Введение в экономическую теорию.

Экономическая наука составной частью включает в себя экономическую теорию, которая является логическим обобщением опыта хозяйственной практики и регулирования естественных процессов в экономике как сфере хозяйственной деятельности по удовлетворению потребностей общества и индивидов.

В развитой рыночной экономике субъект выполняющий экономические функции называется экономическим субъектом. К экономическим субъектам относятся функционирующие фирмы и предприятия, государства, различные фонды, объединения, ассоциации, домохозяйства и человек.

Деятельность экономических субъектов направлена на решение трех **основных вопросов:**

- что производить - это принятие решений о том, какие именно блага, в каком количестве должны быть произведены, какие из конкурирующих товаров и услуг должны быть произведены в каком количестве и какого качества;

- как производить товары в нужном количестве и соответствующего качества, то есть с привлечением каких ресурсов, имеющихся всегда в альтернативном количестве и использованием какой технологии;

- для кого производить - это проблема связанна с распределением благ: кому достанутся произведенные блага и в каком количестве будет располагать ими экономический субъект.

Экономическая теория изучает деятельность людей в процессе производства, распределения, обмена и потребления экономических благ в условиях альтернативности целей и возможности использования редких ресурсов. Именно поэтому в круг ее интересов входит и поиск путей наиболее эффективного использования редких ресурсов, то есть такого их применения при котором будут получены максимальные желаемые результаты при минимальных затратах.

С точки зрения масштабов изучаемого объекта различают два уровня экономического анализа, которым соответствуют два раздела экономической теории - микроэкономика и макроэкономика

**Микроэкономика** – такой раздел экономической теории, который предполагает анализ экономических действий индивидов, отдельных домашних хозяйств, фирм и отраслей. Приставка «микро» означает «малый».

**Макроэкономика** – приставка «макро» означает «большой» - занимается изучением законов функционирования всей национальной экономики в целом, а так- же входящих в нее так называемых агрегатов – домашних хозяйств, частного сектора, правительственного сектора. Под агрегатами (агрегированными показателями) понимается совокупность отдельных экономических единиц, например, домашних хозяйств, которые в процессе экономического анализа рассматриваются как одно целое. В качестве объекта исследования выступают не только сами агрегаты, но и связи между ними, которые возникают в процессе хозяйственной деятельности.

## Микроэкономика

При исследовании экономических процессов и явлений различают позитивный и нормативный анализ, которые представляют соответственно позитивную и нормативную экономическую теорию.

**Позитивная экономическая теория** имеет дело с фактами и свободна от субъективных оценочных суждений, она свободна от личностных оценочных суждений исследователя.

**Нормативная экономическая теория** отражает оценочные суждения относительно того, какой должна быть экономика.

Позитивная экономика изучает то что, объективно реально существует, нормативная выражает субъективные представления о том, что должно быть.

Изучая свой предмет, экономическая теория выявляет экономические категории и законы. Тем самым она формирует экономический категориально - понятийный аппарат.

**Экономическая категория** – это теоретическое выражения содержания экономических отношений, это логическое понятие отражающее содержание конкретных экономических явления. Экономическими категориями являются: товар, деньги, капитал, цена, прибыль и другие. Через экономические категории осуществляется связь с экономических явлений.

**Потребности** – это объективная нужда людей в чем-либо. Они разнообразны. Могут быть материальные и духовные, рациональные и иррациональные, абсолютные и действительные потребности в здравоохранении, образовании, одежде, обуви и т. д.

В тесной связи с потребностями находятся и экономические интересы как форма проявления экономических потребностей, форма проявления экономических отношений людей в производстве, распределении, обмене и потреблении.

Классификация потребностей:

- абсолютные и относительные, высшие и низшие, неотложные и могущие быть отложенными, прямые и косвенные, настоящие и будущие и др.;
- первичные (низшие – потребности человека в еде, питье, одежде и т. д.) и вторичные (высшие – потребности в образовании, искусстве, развлечении и т. п.).

**Благо** – это средство для удовлетворения потребностей. Однако свойство какого-либо предмета удовлетворять определенную потребность человека еще не делает его благом. Способность предмета удовлетворять какую-либо потребность должна быть осознана человеком.

Классификация благ:

- экономические и неэкономические блага (ограниченные и неограниченные блага);
- блага потребительские и производственные (конечные товары и услуги, и ресурсы, используемые в процессе производства);
- частные и общественные блага;
- материальные и нематериальные блага (товары и услуги).

Факторы производства — это ресурсы, используемые для производства экономических благ. **Под экономическими ресурсами** понимаются все природные, людские и произведенные человеком ресурсы, которые могут использоваться для производства товаров и услуг, то есть благ.

## Микроэкономика

Все разнообразие ресурсов можно классифицировать в соответствии с различными подходами. Ресурсы подразделяются на следующие виды:

1. Материальные – земля, или сырьевые материалы, и капитал
2. Людские ресурсы - труд и предпринимательская способность.

Все экономические ресурсы, факторы производства обладают одним общим свойством: они имеются в ограниченном количестве. Эта ограниченность относительна и означает, что ресурсов, как правило меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей при данном уровне экономического развития. Вследствие ограниченности ресурсов объем производства ограничен. Общественное производство неспособно произвести весь объем товаров и услуг, который общество хотело бы получить. Ограниченность ресурсов относительно и потому, что исторически определенный уровень научно-технического прогресса (НТП) определяет границы использования того или иного ресурса, например, глубину переработки нефти.

Находящийся в распоряжении человека ресурсы и возможности не только количественно и качественно ограничены, они имеют множество вариантов использования. Многовариантность применения различных ресурсов определяется их природными свойствами, а альтернативность их использования – еще и относительной редкостью.

**Экономические агенты** – все хозяйствующие субъекты, осуществляющие экономическую деятельность, т.е. эк. агентом может быть как потребитель, так и производитель.

Положение и роль определяется его отношением к факторам производства.

В зависимости от причастности к экономическим ресурсам, одна группа агентов обладает большим количеством,=> она управляет производственными процессами; в зависимости от положения и роли эк. агента принято различать рыночные или нерыночные, коммерческие или некоммерческие.

Рыночные и коммерческие - это те, которые осуществляют коммерческую деятельность с целью получения дохода от вложенных ресурсов.

Рыночные и некоммерческие – имеют иные цели отличные от получения прибыли (общественные, благотворительные организации и т.д.).

В теории производства рассматриваются три основные группы экономических агентов и их функции:

1. Индивиды и домашнее хозяйство – функционируют в сфере потребления; могут иметь заработную плату, %, ренту. (цель — максимизировать общую полезность от всех потребляемых ими товаров и услуг).

2. Предприятия или фирмы – функционируют в сфере производства; могут иметь прибыль, %, ренту. (цель – прибыльность, конкурентоспособность, перспективность, стабильность; максимизация потенциальной прибыли).

3. Гос. организации – осуществляют деятельность в сфере контроля над экономическими процессами на всех уровнях жизни общества; установление правовой базы экономической деятельности. (цель — утверждение власти, а, следовательно, расширение сферы своего контроля на всех уровнях).

В процессе взаимоотношений всех этих групп эк. агентов складывается определенная система отношений:

Микроэкономика

1. Социально-экономические отношения — отношения по средствам их отношения к производственным благам или вещам; основа таких отношений — собственность.

2. Организационно-экономические — отношения м/д экономическими агентами в процессе организации и обустройства производства.

**Технологический выбор в экономике и кривая производственных возможностей.**

Ограниченность ресурсов определяет альтернативность их использования. Технологический выбор представлен комбинациями альтернативных возможностей между военным и гражданским производством (пушек и масла) в таблице 3.1.

Таблица 3.1

**Альтернативные возможности производства масла и пушек**

Возможности	Масло, млн.кг.	Пушки, тыс.шт.	Цена (альтернативная стоимость) 1 млн. кг масла, выраженная в тыс. шт. пушек
A	0	15	—
B	1	14	1
C	2	12	2
D	3	9	3
E	4	5	4
F	5	0	5

Альтернативы представлены и на графике кривой производственных возможностей, или кривой трансформации (рис. 3.1). Кривая трансформации

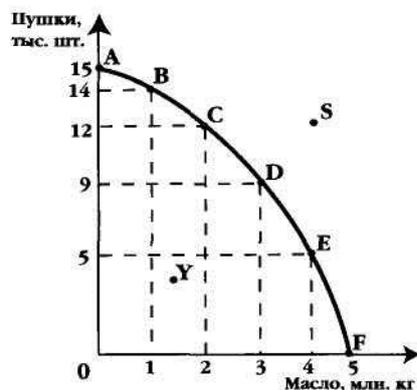


Рис.3.1. Кривая производственных возможностей (кривая трансформации)

показывает значение альтернатив для общества. При абсолютном использовании всех ресурсов, то есть в экономике полной занятости, все точки возможных комбинаций производства пушек и масла находятся на кривой трансформации. В случае же неполной загрузки производственных мощностей или безработицы различные комбинации производства масла и пушек находятся не на кривой трансформации, а, например, в точке Y. Эта точка показывает, что в экономике не полностью используются ресурсы, т. е. существуют потери. Передвижение из точки Y в любую точку на кривой трансформации означает, что при использовании

## Микроэкономика

имеющихся незанятых ресурсов можно увеличить и гражданское, и военное производство.

При наличном максимальном уровне производственных возможностей общество не в состоянии одновременно увеличить и военное, и гражданское производство и переместиться в точку S. Поэтому кривую трансформации в экономической теории часто называют **границей производственных возможностей**. В каждый момент времени страна обладает ограниченными возможностями, и не может вырваться за пределы своей кривой трансформации.

Общество всегда должно выбирать между **накоплением** (капиталовложениями) и **потреблением**. Если на какое-то время отказаться от расширения текущего потребления различных благ и услуг и увеличить размеры накопления, то можно перейти с низкого на более высокий уровень кривой производственных возможностей, что означает экономический рост.

### **Альтернативная стоимость, или издержки упущенных возможностей.**

С помощью кривой производственных возможностей можно показать цену, которую платит общество за производство каждого дополнительного миллиона тонн масла. Экономическое понимание категории цены связано с понятием **альтернативной стоимости, или издержек упущенных возможностей**, которые представляют собой количество других благ, от производства которых нужно отказаться.

Таким образом, цена есть не что иное, как издержки упущенных возможностей и может выражаться как в деньгах, так и в товарах, от производства или потребления которых пришлось отказаться, или в часах времени, упущенного с точки зрения его альтернативного использования.

За каждую дополнительную единицу одного блага общество должно платить все большую цену в виде произведенного другого блага. То же самое можно сказать и о технике и технологии. Следовательно, имеют место возрастающие издержки замещения одного товара другим, или **возрастающие издержки упущенных возможностей**.

Вывод: каким бы видом деятельности ни занимался экономический субъект, он всегда несет издержки упущенных возможностей. Экономический образ мышления предполагает умение оперировать понятием альтернативной стоимости, и без этого навыка нельзя считать себя экономически грамотным человеком.

### **Методология экономической науки**

Общая экономическая теория применяет различные методы научного познания. Методологической основой всякого научного исследования является диалектический метод познания. Научность этого метода заключается в том, что он позволяет рассматривать все экономические явления и процессы в их движении: в возникновении и развитии от простого к сложному, от низшей ступени к высшей, применяя различные формы, методы и способы познания. Другим важным методом научного познания экономических явлений является метод индукции и дедукции. Метод индукции предполагает вести исследование от конкретному к абстрактному, от общего к частному, а метод дедукции означает исследования от общего к частному и от абстрактного к конкретному.

## Микроэкономика

Индукция – это метод познания, базирующийся на умозаклЮчениях от частного к общему.

Дедукция – метод познания предполагающий умозаклЮчение от общего к частному.

Мощным современным инструментом изучения и решения экономических проблем является метод экономико-математического моделирования, то есть описание экономического явления на формализованном языке с помощью символов и алгоритмов.

### **Кругообороты благ и доходов**

Блага и ресурсы, используемые в экономическом обороте, в определенной последовательности осуществляют перемещение между агентами, действующими в экономике, путем обменных процессов ими между собой. Осуществление такого обмена возможно только при помощи специализации функционирующих различных агентов экономики в производственных процессах, а также при реализации многих благ и услуг, представленных в виде предприятий, домашних хозяйств, структур государства. Однако в их число функций включено и выполнение различной общественно полезной деятельности. Дополнение специализации осуществляется одновременно путем присоединения кооперации агентов экономики, выражающегося в обмене благами и ресурсами между собой.

В экономической системе страны или региона обменный процесс представляет собой кругооборот любых благ и ресурсов с движением навстречу доходов и расходов.

Анализ качества их состава и направления, количества данных потоков является важнейшим рассматриваемым вопросом для экономистов. Путем проведения анализа возникает возможность своевременного выявления диспропорций в хозяйственном процессе государства, которое влечет за собой обострение проблем инфляции и безработицы населения.

Ученые—экономисты проводят анализ движения данных потоков путем применения затруднительных экономико—математических моделей. Используемые модели подвергаются компьютерной обработке данных показателей, что в дальнейшем дает возможность рассчитать всевозможные варианты, которые основаны на учете множества переменных значений. Одновременно применяют упрощенные графические модели с целью наглядности иллюстрации перемещения потоков благ, ресурсов и доходов.

Для этой модели характерно применение нескольких видов производственных факторов. На основании них в экономической теории существует классификация существующего множества производственных ресурсов, таких как земля, рабочая сила, капитал и способности предпринимателей. На рынке ресурсов происходит установление стоимости на данные факторы. В этом случае предприятиям принадлежит роль представителей спроса, в то время как домашние хозяйства выступают в качестве агентов по предложению факторов. Установление стоимости на товары и услуги происходит на продуктовом рынке. Домашним хозяйствам на данном рынке предопределена функция предъявителей спроса, а фирмам – выполнение функции представителей предложения готовых изделий.

## Микроэкономика

Кроме этой модели кругооборота благ и доходов, существует кругооборот с учетом правительственной роли. Эта модель основывается на выполнении роли государством в учете движения благ и ресурсов, т. е. оно выступает в роли регулятора экономики.

**Существуют различные направления политики государства в экономике:**

1) перераспределение имеющихся доходов для снятия напряженности в социальной сфере;

2) разработка правовой базы;

3) способствование деятельности социальных институтов, а также системы безопасности и др.;

4) регулирование роста уровня инфляции и безработицы, а также стабилизация экономической системы для исключения диспропорций в макроэкономике;

5) защита прав конкурентных отношений на рынке и ограничение развития монополизации;

6) исключение негативных результатов деятельности рынка;

7) корректировка механизма функционирования рынка по поводу распределения ресурсов для структурной перемены продукта, производимого внутри страны.

Несомненно, для осуществления реализации данных функций необходим большой объем денежных средств, которые формируются в государственном бюджете, путем взимания определенных сумм налоговых платежей.

**Затраты и результаты: общие, предельные и средние величины**

Заключительным этапом экономической деятельности предприятия и других видов фирм служит реально изготовленная продукция, иначе говоря, выраженная в физическом значении, а также предоставляемые потребителям различные услуги. Натуральными единицами измерения количества выпуска продукции являются метры, тонны, кВт—часы и т. д. Величина валового дохода или выручка предприятия, которая исчисляется совокупной ценовой суммой проданной продукции или цены предоставляемых услуг, характеризует стоимостные показатели. Определенный уровень цен и структура продукции оказывают воздействие на изменение величины валового дохода.

Прибыль, получаемая при реализации продукции или оказании услуг, является характеристикой качества итоговой деятельности предприятия.

**Расчет прибыли** производится путем вычитания всех расходов, которые были понесены в определенном периоде времени из полученной величины валового дохода в этом же времени.

Очень часто встречается, что предприятие продает собственные товары на разных сегментах рынка и по различной стоимости. Таким образом, при анализе его хозяйственной деятельности применяется такое понятие, как **средняя цена**. Она определяется отношением валового дохода к объему реализуемой продукции. Для оценки прибыльности или убыточности производства необходимо сравнить среднюю цену со средними совокупными затратами предприятия.

Предприятия основываются на экономическом золотом правиле, которое позволяет им рассчитать объем выпуска продукции при определенной

## Микроэкономика

используемой технологии и определить величину максимальной прибыли, которую предполагают получить в будущем времени. Для данного расчета производят исчисление предельного дохода  $NR$  (дополнительного дохода), который образуется в результате реализации одной дополнительной единицы произведенной продукции. В случае увеличения производства на  $\Delta P$  единиц это даст возможность получения дополнительной прибыли  $\Delta DR$ , и предельный доход будет равен следующему соотношению:  $NR = \Delta DR / \Delta P$ .

В практической экономике выделяют такие понятия, как **издержки и затраты** производства. Измерение в натуральных значениях свойственно затратам, а издержки находятся в зависимости от уровня затрат. В свою очередь, величина затрат зависит от применяемых технологий и уровня цен на факторы производства.

Постоянно на предприятии осуществляется учет сумм постоянных и переменных издержек, а также общих и валовых. Суммы издержек предприятий являются **постоянными** в краткосрочном периоде времени, а в долгосрочном периоде остальные издержки признаются **переменными**, которые зависят от величины объема выпуска продукции.

Менеджеры предприятий уделяют особое внимание линии изменения общих издержек, стараются снизить их величину, а также проводят их сравнение с общей получаемой прибылью.

Использование средних величин издержек, а именно общих, постоянных, переменных, необходимо при принятии решений в настоящем и будущем времени.

Таким образом, происходит сравнение общих издержек со стоимостью продукции. При превышении стоимости продукции над средними общими издержками предприятие получает доход с каждой произведенной единицы товара, и наоборот. При равенстве рыночной стоимости и средних переменных издержек предприятие вынуждено прекратить деятельность, т. к. его убытки будут равны совокупной величине издержек постоянных.

Следовательно, при анализе экономической деятельности предприятия и в условиях принятия решений применяются показатели, которые отражают общие, средние, предельные величины прибыли, а также издержек и других различных значений предприятия.

### **Номинальные и реальные величины**

Номинальная величина — расчетная эталонная величина, с которой производится сравнение отклоняющихся от нее реальных величин. Одним из ключевых показателей является объем личных доходов населения — все виды доходов населения, приобретенных в денежной форме или в натуре. Этот коэффициент может быть рассчитан прямым путем для отдельных домохозяйств на базе статистики семейных бюджетов, но он не показывает ни общих, ни реальных доходов населения. Совокупные (общие) доходы населения (СДН) определяются суммированием личных доходов и стоимости бесплатных или на льготных условиях предоставленных населению услуг за счет социальных фондов потребления. Эти показатели, рассчитанные в ценах текущего периода, называются номинальными показателями доходов, которые не устанавливают реального содержания доходов, т.е. не представляют, какое количество

## Микроэкономика

материальных благ и услуг доступно населению при данном уровне доходов. Реальные доходы — денежные доходы населения, исчисленные с учетом реальных цен на товары и услуги и взимаемых налогов. Обычно они определяются количеством благ, которое может быть приобретено на полученные доходы. Обладатели дохода могут в окончательном виде иметь в распоряжении только долю номинального дохода, так как должны заплатить личные налоги и сделать другие обязательные отчисления. Вычитая из личных номинальных доходов (ЛНД) налоги, обязательные платежи и взносы в общественные организации (НП), находят личные располагаемые доходы (ЛРД) населения — ту долю личных доходов, которую обладатели концентрируют на потребление и сбережение: ЛРД - ЛНД - НП. Между номинальными и реальными величинами доходов могут быть значительные расхождения в связи с трансформацией покупательной способности денег — показателя, обратного уровню цен. Реальное значение показателя дохода приобретают в том случае, если для расчетов применяются стабильные цены либо их изменение покрывается при помощи индексов покупательной способности денег или индексов цен на потребительские товары и услуги. С поправкой на изменение потребительских цен исчисляется величина реальных располагаемых доходов населения. Подобным образом рассчитываются реальные общие доходы (РОД) населения как совокупные доходы (СДН) с поправкой на покупательную способность денег. Для характеристики динамики этих показателей рассчитываются соответствующие индексы, например, индекс реальных располагаемых доходов.

### **Краткосрочный и долгосрочный периоды**

Краткосрочный период - это период времени слишком короткий для изменения производственных мощностей, но достаточный для изменения интенсивности использования этих мощностей. Производственные мощности остаются неизменными в краткосрочном периоде, а объем выпуска может изменяться путем изменения количества рабочей силы, сырья, и других ресурсов, применяемых на этих мощностях. Издержки производства, какого-либо продукта зависит не только от цен на ресурсы, но и от технологий - от количества ресурсов, которое необходимо для производства. Издержки производства какого-либо продукта данной фирмой зависят не только от цен необходимых ресурсов, но и от технологии — от количества ресурсов, которое необходимо для производства.

В течение длительного периода времени все желательные изменения в структуре ресурсов могут быть предприняты как отраслью, так и отдельными составляющими ее предприятиями. Предприятие может изменить масштабы своих производственных мощностей; оно может установить дополнительное оборудование или оставить в своем владении меньшее количество оборудования. Отрасль в целом также может изменить свои масштабы; долговременный период достаточен для того, чтобы новые предприятия могли вступить в отрасль, а уже существующие — покинуть ее.

### **Производство, распределение, обмен и потребление.**

В результате общественного производства создается валовой национальный продукт. В своем движении он проходит ряд взаимосвязанных стадий: **производство, распределение, обмен и потребление.**

## Микроэкономика

**Производство** – это исходный пункт создания материальных и нематериальных благ. Однако в рыночном хозяйстве производство будет осуществляться лишь тогда, когда рынок и вообще сфера обмена дадут производителю соответствующий ценовой сигнал. Будучи созданными в процессе производства, блага завершают свое движение в потреблении. Но важно подчеркнуть, что потребление является непосредственной целью производства лишь во внерыночных системах хозяйства. В системе рыночного хозяйства непосредственной целью является получение прибыли.

Если производство рассматривать как непрерывно возобновляющийся процесс, который включает в себя распределение, обмен и потребление произведенных благ, то в таком случае имеет место **процесс воспроизводства**.

**Обмен** способствует увеличению богатства общества. Он так же производителен, как и производство, потому что он способствует перемещению в пространстве благ таким образом, что полнее удовлетворяются человеческие потребности и, следовательно, увеличивает богатство общества.

**Распределение** как экономическая категория подразумевает распределение произведенных товаров и услуг, а также распределение или размещение ресурсов, или факторов производства. В этом смысле распределение в обществе зависит от института собственности, так как факторы производства принадлежат их собственникам. В рыночной системе хозяйства распределение ресурсов происходит под воздействием ценового механизма. Распределение и обмен опосредствуют связь между производством и потреблением, поскольку производство невозможно без «первичности» обмена и распределения.

**Потребление** можно рассматривать как своеобразное отрицательное производство, поскольку в процессе потребления происходит уменьшение или разрушение полезности. Однако само потребление можно подразделить на два типа – **личное потребление и производственное потребление**. Первый тип потребления осуществляется вне рамок общественного производства. Второй тип потребления предполагает использование косвенных благ, или средств производства, для создания новых потребительских благ. В сущности, процесс производства есть не что иное, как процесс производительного потребления.

## Тема 1.2. Экономические системы

Экономическая система — это совокупность всех экономических процессов, совершающихся в обществе на основе действующих в нем отношений собственности и организационно-правовых форм.

Поняв суть системы можно понять и многие закономерности хозяйственной жизни общества.

Подход, который берет за основу классификации ступеней развития человечества берет господствующие формы хозяйства и соответствующие им хозяйственные механизмы, выделяет следующие системы:

**традиционное общество** — экономическая система, распространенная в слаборазвитых странах и базирующаяся на отсталой технике, широком распространении ручного труда, многоукладности экономики, - **рыночная**

## Микроэкономика

экономика свободной конкуренции (чистый капитализм) — это хозяйство, базирующееся на частной собственности, широком развитии товарно-денежных отношений при наличии множества самостоятельно действующих покупателей и продавцов каждого товара.

**-современная рыночная экономика**, в которой стихийные рыночные процессы переплелись с осознанной деятельностью крупных монополистических объединений, активным вмешательством государства в процесс регулирования хозяйства. В этой системе широко используются достижения научно-технического прогресса;

**-административно-командная система**, базирующаяся на широком огосударствлении средств производства, централизованном управлении большинством хозяйственных процессов, характеризующаяся ограниченностью форм товарного производства и обмена;

**-переходная система**, направленная на оттеснение старых хозяйственных структур и утверждение новых, более соответствующих уровню развития производительных сил и общественных отношений. Наибольшее распространение эта система получила в постсоциалистических условиях, т.е. в бывшем СССР, в восточноевропейских странах, в Китае.

Наряду с разделением труда, важной определяющей экономическую систему категорией являются отношения собственности. Они определяют социально-экономический строй общества.

**Как экономическая категория собственность включает в себя следующие моменты:**

- субъекты — стороны отношений собственности;
- объект (материальный или нематериальный), по поводу которого складываются отношения между субъектами, — это вещественное содержание собственности;
- собственно система отношений между субъектами;
- экономическая реализация сложившихся отношений между субъектами на микроуровне — через конкретные способы присвоения объектов и на макроуровне — через функционирование системы хозяйства в совокупности ее элементов.

Частная собственность в ее многообразных формах — экономическая основа современного рыночного хозяйства.

Частная собственность, определяет равные институциональные основы хозяйствования различных экономических субъектов, делает экономическое сообщество и в целом общество открытым для входа, и обеспечивает самостоятельность индивида, дает ему ощущение независимой жизни и способности стоять на своих собственных ногах.

Собственность — это общественная форма присвоения вещей. Основополагающую роль в экономической системе играют отношения собственности на факторы производства: средства производства, предметы труда, информационные и интеллектуальные ресурсы, землю, рабочую силу. Они составляют ядро экономической системы.

**Историческая эволюция форм собственности:**

## Микроэкономика

Первобытно-общинная собственность → рабовладельческая → феодальная —» капиталистическая (частная) —» общественная (государственная) -» смешанная.

Выделяют юридические и экономические отношения собственности.

Анализ собственности как экономической категории естественно приводит к необходимости выделения ее экономического содержания. Экономическое содержание собственности на средства производства отражает способ соединения факторов производства — труда (работника) со средствами производства (капиталом, землей) внеэкономический (рабовладельческая, феодальная эпоха) или экономический (прямой или опосредованный отношениями найма).

Система отношений собственности включает два полюсных отношения — **присвоение и отчуждение**. **Присвоение** как элемент системы отношений собственности выражается в том, что никто не может использовать средства производства, не вступая в отношения с их собственником. **Отчуждение** — это лишение данного лица возможности использовать некий предмет в производстве и потреблении, что и происходит в процессе продажи объекта собственности. Между этими полюсами внутренней структуры отношений собственности располагаются отношения владения, пользования и распоряжения. **Владение** представляет собой неполное присвоение, позволяющее владельцу присваивать часть дохода от использования не принадлежащих ему средств производства. Пользование объектами собственности — это оперирование средствами производства в производственном процессе — то, что один из виднейших представителей австрийской экономической школы Людвиг фон Мизес называл физическим обладанием<sup>1</sup>. Под **распоряжением** объектами собственности понимается управление использованием собственности, которое в настоящее время является прерогативой менеджеров. Отношения собственности (присвоение, владение, пользование, распоряжение, отчуждение) имеют своей начинкой (экономическим содержанием) всю систему производственных отношений — соединение работника со средствами производства, присвоение дохода, участие в управлении производством.

Экономически собственность существует там, где она реализуется.

### **Формы реализации собственности:**

- присвоения дохода со своих факторов производства;
- участие в управлении производством и собственностью.

Экономические формы собственности различаются по формам присвоения дохода:

- частное (индивидуальное, приватное) присвоение — индивидуальная частная собственность;
- групповое (коллективное), закрытое присвоение — совместная (партнерская) (кооперативная, долевая) собственность;
- групповое открытое присвоение — корпоративная (акционерная) собственность;
- присвоение в интересах общества (или его уровня — территории) — государственная собственность — федеральная, субъектов федерации, муниципальная.

## Микроэкономика

Отношения собственности имеют помимо экономического и другие аспекты — институциональный, технико-производственный, юридический.

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

В зависимости от того, кто является субъектом собственности, различают виды правоотношений собственности. Так как основные субъекты — гражданин и государство, то основные правовые формы собственности — частная и государственная. В юридическом смысле любая негосударственная форма собственности — частная. Организации, создаваемые гражданами, получают статус юридического лица. Имущество их — это имущество юридического лица. Если собственность граждан используется для предпринимательской деятельности, то это индивидуальная частная собственность, если собственником является юридическое лицо — общественная организация — то собственность общественных организаций. Если правомочия собственника осуществляет государственный орган — то это государственная собственность (казенная, унитарная), местные органы — муниципальная собственность (городские, районные администрации).

**Рыночная экономика** - система организации хозяйства в масштабе, при которой индивидуальные производители и потребители взаимодействуют посредством рынка, отвечая на вопрос "Что, как и для кого производить" с помощью системы цен, прибылей и убытков, спроса и предложения. Рынок — место, где товары реализуются по формуле Т-Д-Т.

Рынок - это механизм реализации рыночной экономики, обладающий в обобщенном виде следующими признаками:

1. отбор наиболее эффективных технологий и организационных систем;
2. многообразие форм собственности (частной, коллективной, государств.);
3. полная административная независимость и самостоятельность товаропроизводителя - товаропроизводитель должен быть собственником результатов своего труда;
4. свободный выбор поставщиков сырья и потребителей продукции;
5. прогрессивная налоговая политика.

### **Основные секторы рыночной экономики**

Неотъемлемым свойством рыночной экономики, является ее многосекторность, т. е. разнообразие форм собственности и хозяйственной деятельности. Удельный вес каждой формы определяется только ее рыночной эффективностью.

В настоящее время типичными для рыночной экономики являются:

- а) государственный сектор;
- б) сектор акционерного предпринимательства;
- в) сектор кооперативных (коллективных) предприятий;

## Микроэкономика

г) индивидуальный сектор (частнокапиталистическая и индивидуально-трудовая деятельность);

д) смешанный сектор (государственно-кооперативный и т. п.)

### **Конкуренция и ее виды**

Повышение экономической эффективности рыночной системы стимулируется существованием конкуренции между различными предприятиями и организациями, а также предпринимателями. Это один из важнейших факторов постоянного возбуждения деятельности экономических субъектов. Желание и упорство обойти соперника, конкурента образует мощный толчок экономического прогресса, конкуренцию принято характеризовать цивилизованной формой борьбы за экономическое существование.

Конкуренция представляет собой столкновение интересов, соперничество за наилучшие условия производственной деятельности, покупки и продажи товаров, возникающее между участниками на рынке. Иначе говоря, соперничество за право лучшего использования экономических ресурсов, которые имеются в наличии, за получение эффективного хозяйствования и получения максимального дохода, образуют конкурирующие отношения между теми, кто продает, теми, кто приобретает.

**Виды конкуренции** зависят от следующей классификации критериев.

#### **1. Экономическое поведение производителя (продавца):**

1) олигополистическая конкуренция, т. е. соперничество с несколькими конкурентами одновременно;

2) полиполическая конкуренция, т. е. соперничество между всеми участниками на рынке.

#### **2. Степень свободы нахождения конкуренции в каждой отдельной отрасли:**

1) открытая;

2) закрытая конкуренция.

#### **3. Степень дифференциации продукции:**

1) без дифференциации продукции: однородная, или гомогенная, конкуренция;

2) с дифференциацией продукции: разнородная, или гетерогенная, конкуренция.

#### **4. Степень используемых действий:**

1) ценовая конкуренция;

2) неценовая конкуренция;

3) эффективная конкуренция.

#### **Выделяют два вида конкуренции:**

1) совершенную;

2) несовершенную.

**Совершенная конкуренция** осуществляется на рынке, где большое количество предприятий реализует стандартную продукцию. Отдельно каждое предприятие поставляет на рынок совершенной конкуренции небольшую долю предложения продукции из совокупного общего объема, таким способом, оно не имеет возможности воздействовать на уровень стоимости данной продукции. При совершенной конкуренции наблюдается свободный вход для новых предприятий в

## Микроэкономика

любую отрасль, а также и свободный выход из нее. Иначе говоря, исключаются законодательные и технологические преграды с целью свободного вращения капитала. Для данной конкуренции не характерно применение методов неценовой конкуренции. На рынке, где действуют конкурентные отношения, товары покупаются многими самостоятельными, независимыми покупателями, данное обстоятельство характеризует то, что объем продукции, который необходим, приобретатель должен покупать по стоимости, утвердившейся на рынке, и тем самым он не может воздействовать на определение уровня стоимости товара.

На рынке, на котором отсутствует соблюдение характерных черт совершенной конкуренции, возникает **несовершенная конкуренция**. Одним из видов этой конкуренции является чистая монополия. Существование чистой, или абсолютной, монополии определяется функционированием одного крупнейшего предприятия, которое считается единственным производителем товара, не имеющего аналога, т. е. предприятие полностью представляет какую—либо отрасль производства. Монополист, определяющий стоимость, контролирует ее, у него отсутствуют соперники, т. к. их появлению препятствуют экономические и технические преграды, т. е. свободный вход в отрасль других предприятий закрыт. Монополист не имеет возможности определить любую цену на свой товар, т. к. с целью большей продажи товара ему необходимо снижать стоимость. Регулируя соотношение стоимость – объем реализации, он получит максимальный доход.

В каждой стране рыночная экономика приобретает отличающие ее особенности. Одно из важнейших различий состоит в развитости конкуренции. Практика доказала, что эффективность национальной экономики тем выше, чем сильнее в ней развита конкуренция.

Честная и открытая конкуренция **выгодна** всем — потребителям, производителям и обществу в целом.

**Потребителю** конкуренция обеспечивает свободный выбор: что, у кого и по какой цене покупать; а благодаря свободному выбору потребитель вынуждает производителя заботиться о повышении качества товара и снижении его цены.

**Производителю** конкуренция обеспечивает возможность выбора вида бизнеса и свободного перемещения капитала в избранную сферу экономики; максимизацию прибыли за счет опережения конкурентов. А, поскольку каждый производитель сам является покупателем производственных ресурсов, то конкуренция между его потенциальными поставщиками позволяет ему осуществлять наиболее экономичные издержки производства.

**Обществу** в целом конкуренция обеспечивает увеличение доли взаимозаменяемых товаров, что способствует росту эластичности спроса и предложения; снижение цен, разнообразие и повышение качества товарной продукции и услуг фирм-конкурентов, повышение уровня жизни и экономическую эффективность производства; ускоренное преодоление периодически возникающих дефицитов за счет беспрепятственного перелива капиталов, ресурсов и труда в отрасли, продукция которых пользуется повышенным спросом.

### **Экономические интересы, цели и средства**

**Экономический интерес** представляет собой целенаправленное отражение отношений каждого отдельного человека, возникающих в процессе хозяйственной деятельности и проявляющихся только внешне.

## Микроэкономика

Любые экономические действия людей определяются поставленной целью реализации их собственных потребностей, которые служат основой их интереса. С появлением экономического интереса отдельная личность учитывает все итоговые результаты намеченных им действий, основываясь на полезности приобретенного блага, необходимости собственной потребности в нем, а также масштаба затрат времени и различных ресурсов, которые нужны для приобретения данного блага. На основании двух факторов экономический интерес субъекта заключается в получении максимальной полезности или минимальных затрат для приобретения определенного комплекта благ, т. е. у людей имеется свобода выбора собственных методов поведения. Отсюда следует, что способы поведения экономических субъектов в настоящей жизни исходят из характерных им экономических интересов. Иначе говоря, это побуждающие интересы к действиям, которые направлены в целях удовлетворения потребностей экономических субъектов. Во—первых, возникает потребность, во—вторых – интерес, приводящий к определенному поведению экономических субъектов. Другими словами, это цепочка взаимосвязи перечисленных выше понятий.

**Интерес** – это потребность, возникающая у экономических субъектов осознанно. Согласно мнению некоторых ученых можно выделить различные **виды интересов**, основанных на потребностях, такие как:

- 1) материальные;
- 2) духовные;
- 3) имущественные;
- 4) денежные.

Имеется **классификация интересов** и по экономическим субъектам:

- 1) индивидуальные, выражающие интересы отдельного индивида;
- 2) семейные интересы;
- 3) интересы фирмы, предприятия, организации;
- 4) интересы отрасли и региона;
- 5) общественные интересы, т. е. государственные;
- 6) коллективные и др.

Удовлетворение самых различных потребностей людей служит основной **целью** экономической деятельности. Для достижения данных целей необходимо обеспечить субъектов жильем, продуктами питания, одеждой и т. д. Следовательно, производство экономических благ и услуг является **средством** обеспечения экономически поставленных целей. Взаимосвязь основных составляющих экономической деятельности можно представить следующей определенной **последовательностью**:

- 1) потребности;
- 2) ресурсы;
- 3) технологии;
- 4) продукты;
- 5) использование;
- 6) потребности.

В зависимости от того, какие ценности характерны для определенного общества, зависит реализация цели экономической системы. Ставящиеся цели перед государственной политикой зависят также и от национальных интересов,

## Микроэкономика

вероисповедания, существующей идеологии в стране и др. В основном **экономическими целями** развитых государств **являются:**

- 1) свобода экономики;
- 2) увеличение уровня экономического роста;
- 3) стабильное жизнеобеспечение инвалидов, больных и престарелых людей;
- 4) полная занятость населения;
- 5) постоянство цен, низкий уровень инфляции;
- 6) обеспечение социального равенства путем перераспределения имеющихся доходов;

7) общественная ответственность за рациональное и эффективное размещение собственных ресурсов. Потребители преследуют точную экономическую

цель, т.е. полное удовлетворение в потреблении благ и услуг путем принятия оптимального решения. На основании этого не только потребителю, но и производителю следует соотносить приобретенную выгоду и соответствующие понесенные затраты. Следовательно, они должны действовать эффективно.

**Экономическая эффективность** представляет собой способность использования того, что есть, самым лучшим образом для достижения желаемой цели.

## Лекция 2

### Тема 2.1. Теория цены: спрос, предложение и рыночное равновесие.

#### **Рынок и условия его возникновения.**

**Рынок** – это способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном, безличностном механизме ценовых сигналов. **Субъектами** рынка являются предприниматели, работники, продающие свой труд, конечные потребители, владельцы ссудного капитала, собственники ценных бумаг и т. д.

Субъекты подразделяются на три группы: домашние хозяйства, бизнес (предприниматели) и правительство.

**Домашние хозяйства** являются собственниками и поставщиками факторов производства в рыночной экономике. Полученные от продажи услуг труда, капитала и других факторов производства деньги расходуются для удовлетворения личных потребностей (потребление конечных продуктов сферы материального производства и сферы услуг), а не для наращивания прибыли.

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

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

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

Важнейшими условиями возникновения рынка являются **общественное разделение труда (ОРТ) и специализация**. ОРТ означает, что в любом сообществе людей никто из участников хозяйства не может жить за счет полного самообеспечения всеми производственными ресурсами. Занятие различными группами производителей отдельными видами хозяйственной деятельности означает **специализацию** в производстве тех или иных благ и услуг, которая определяется **принципом сравнительного преимущества**, т. е. способностью производить продукцию при относительно меньшей альтернативной стоимости.

Условием возникновения рынка является и экономическая обособленность, или хозяйственная автономия субъектов рынка, которая означает, что только сам производитель решает, что производить, как производить, кому и где продавать

## Микроэкономика

созданную продукцию. Адекватным правовым режимом состоянию экономической обособленности является режим частной собственности.

Рынки могут существовать только для продуктов, права собственности на которые могут легко устанавливаться, реализовываться и передаваться. Для возникновения рынка какого-либо продукта важна величина транзакционных издержек. Если транзакционные издержки выше предполагаемого дохода, то рынок данного блага не будет создан. Таким образом, транзакционные издержки определяют условия и границы рыночной деятельности.

Важным условием возникновения рынка является **свободный обмен ресурсами**. Только свободный обмен, существующий в спонтанных (стихийных) порядках, позволяет сформироваться свободным ценам, которые будут подсказывать хозяйственным агентам наиболее эффективные направления их деятельности.

### **Экономические и неэкономические блага. Товар.**

Неэкономическое благо имеется в неограниченном количестве. Экономическое благо является **редким** благом. Именно соотношение между потребностью, или надобностью, и доступным для распоряжения количеством благ, делает их экономическими или неэкономическими. **Товар** – это экономическое благо, представляющее собой продукт труда, предназначенный для обмена.

Важнейшими характеристиками товара являются потребительная и меновая ценность (стоимость). Полезность блага, его свойства, благодаря которым оно может удовлетворять ту или иную потребность людей, делают благо **потребительной ценностью**. Потребительная ценность может непосредственно удовлетворять личную потребность человека или служить средством производства материальных благ. Потребительную ценность имеют и многие блага, не созданные человеческим трудом, но не всякое благо, имеющее потребительную ценность, является товаром.

**Меновая ценность** – это количественное отношение, в котором потребительные ценности одного рода обмениваются на потребительные ценности другого рода.

Сторонники **трудовой теории стоимости** (А. Смит, Д. Риккардо, К. Маркс и др.) считали, что товары в определенных количествах приравниваются друг к другу, потому что они имеют общую основу – труд. Этой основой не может быть ни одно из природных свойств товара, а только трудовые затраты. Необходимым условием обмена является различие потребительных ценностей обмениваемых товаров, но потребительные ценности различных товаров, как качественно разнородные, с точки зрения теоретиков трудовой стоимости являются количественно несоизмеримыми.

Если же говорить об определении стоимости товара затратами труда на его производство, то непосредственным измерителем трудовых затрат является в теории трудовой стоимости рабочее время. Стоимость товара будет определяться не индивидуальным рабочим временем, затраченным на производство единицы товара, а **общественно необходимым рабочим временем** – категорией, которая характеризует время, «требуемое для изготовления какой-либо потребительной стоимости при наличных общественно

## Микроэкономика

нормальных условиях производства и при среднем в данном обществе уровне умелости и интенсивности труда».

Согласно трудовой теории стоимости, только на рынке при обмене выявляется общественно необходимый уровень затрат труда. Только на рынке стоимость получает свою форму выражения в виде меновой стоимости. Иными словами, стоимость создается в производстве, а проявляется на рынке.

Однако если товар покупается на рынке, то это происходит потому, что данный товар для покупателя обладает определенным полезным эффектом; покупатель **ценит** этот товар, а ценность – это категория субъективная. Следовательно, стоимость (ценность) имеет лишь то, что ценно в глазах покупателя, чьи субъективные оценки и придают произведенному благу свойства стоимости. Таким образом, действительная стоимость (ценность) конституируется лишь на рынке и вне его не существует.

Стоимость, по их мнению, непосредственно создается в производстве, что это - объективное свойство товара. Но если без рыночных оценок покупателей невозможно выявить полезный эффект произведенной продукции, то, очевидно, **стоимость (ценность) есть прежде всего категория обмена.**

По мере развития обмена выделяется товар, обладающий наибольшей **способностью к сбыту** – наибольшей **ликвидностью**. Ликвидный товар – это легкорезализуемый товар. Способность товара к сбыту, или ликвидность, ограничена 1) кругом лиц, которым можно сбыть свой товар; 2) областью, в которой товар может найти сбыт; 3) количественно и 4) зависит от промежутка времени, в течение которого возможен сбыт.

Товар, имеющий наибольшую способность к сбыту, становится деньгами. **Деньги** – это абсолютно ликвидное средство обмена. Они появились на определенном этапе развития хозяйственной жизни общества как результат развития экономических отношений, **естественной** хозяйственной жизни людей.

На раннем этапе развития торговли находился товар, который отличался большей способностью к сбыту, и который мог быть обменян на необходимый товар. В качестве средства обмена использовались разные товары (скот, зерно, соль, медь и т. д.), но все они должны были удовлетворять одному требованию: получить **общее признание** и покупателей, и продавцов как средство обмена. Постепенно абсолютно ликвидным средством обмена стали золото и серебро.

**Цена** – это пропорция обмена товаров на деньги. Таким образом, определение цены может охватывать разные стороны этого рыночного феномена: 1) цена – это альтернативные издержки; 2) цена – это информационный сигнал («симптом экономического выравнивания», который подсказывает субъекту рыночного хозяйства наиболее выгодное направление его деятельности; 3) цена – это пропорция обмена товаров на деньги.

Золото и серебро стали деньгами потому, что обладали совокупностью качеств, делающих их **абсолютно ликвидным средством обмена**: сохраняемость, портативность, экономическая делимость, и относительная редкость золота в природе, однако в современных условиях перестали быть денежным товаром.

Понятие ликвидности означает, что современные бумажные деньги обладают непосредственной покупательной силой. Кроме того, **деньги** – это

## Микроэкономика

общепризнанное средство обмена. Люди ценят бумажные деньги, и поэтому последние имеют ценность. В настоящее время деньги декретируются государством в лице **Центрального банка (ЦБ)** страны, ответственного за предложение денег. Ценность денег определяется во многом доверием к правительству и ЦБ, держащему под своим контролем объем денежной массы. Устойчивость (неизменность покупательной способности) современных денег определяется не золотым запасом страны. По аналогии с золотом можно сказать, что у правительства такие же задачи: ЦБ должен сделать ограниченным предложение денег и тем самым делать их доступность также ограниченной. Если бумажные деньги перестанут обладать свойством относительной редкости, то их ценность исчезнет совсем.

Следует обратить внимание на специфическую роль, которую играют деньги в рыночном хозяйстве. Обмен связан с транзакционными издержками. Деньги же помогают сокращать транзакционные издержки, облегчая и ускоряя обмен. Поэтому деньгами становился товар, который в наибольшей степени способствовал облегчению обмена, снижая транзакционные издержки

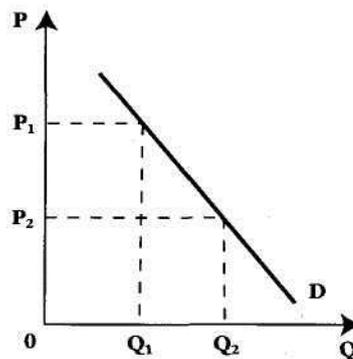


Рис. 5.1. Кривая спроса

### Спрос, предложение и рыночное равновесие.

Между рыночной ценой товара и тем его количеством, на которое предъявляется спрос, существует следующее соотношение: как правило, чем выше цена (**P**), тем меньше число тех, кто согласится купить данный товар, т. е. меньше уровень спроса (при данном уровне доходов); и, наоборот, чем ниже цена, тем больше будет число покупателей и количество приобретаемого товара (**Q**). Кривая спроса (рис. 5.1) **иллюстрирует закон спроса**: если цена какого-либо товара повышается (и при этом все другие условия остаются неизменными), то спрос будет предъявляться на меньшее количество этого товара, и наоборот, если на рынок поступает большее количество какого-либо товара, то, при прочих равных условиях, он может быть реализован по менее высокой цене.

Закон спроса имеет силу в отношении практически всех товаров. Конфигурация кривой спроса и закономерности потребительского поведения могут быть объяснены при помощи эффекта дохода и эффекта замещения.

**Эффект дохода** показывает, как изменяется реальный доход потребителя и его спрос при изменении цен на товары. Понижение цены товара увеличивает реальный доход и наоборот. Следует отметить, что при дальнейшем понижении цены сумма покупок на рынке будет увеличиваться в связи с тем, что люди с более низким уровнем дохода начнут удовлетворять свои потребности.

**Эффект замещения** демонстрирует взаимосвязь между относительными ценами товаров и объемом спроса потребителя. Снижение цен на товар при неизменном уровне цен на другие товары означает его относительное удешевление по сравнению с другими товарами. Потребитель начнет замещать относительно более дорогой товар покупкой более дешевого.

**Эффект дохода и эффект замещения** действуют не изолированно, а во взаимодействии друг с другом, и в различных ситуациях может преобладать более сильное влияние одного из них. В ситуациях с покупкой **нормальных товаров** (т. е. товаров, спрос на которые увеличивается по мере роста дохода потребителя) эффект дохода и эффект замещения действуют в одинаковом направлении, вызывая больший объем спроса при снижении цен на товары. Но существуют **низкокачественные (низшие) товары**, чьи потребительские качества невысоки. В случае изменения цен на такие товары эффект дохода и эффект замещения действуют в противоположных направлениях.

Однако существует ситуация, когда снижение цены приводит к уменьшению спроса, а увеличение цены – к повышению спроса на товар. Данная ситуация называется **эффектом Гиффена**, а низший товар, который занимает значительное место в структуре потребления – **товаром Гиффена**. Кривая спроса в таком случае имеет положительный наклон. Эффект дохода в случае с низшим товаром Гиффена перевешивает эффект замещения, и, следовательно, при снижении цены на такой товар спрос на него уменьшается по причине переноса высвободившихся средств на потребление более дорогих товаров, а при повышении цены – увеличивается в силу отказа от потребления других товаров.

Другие исключения из закона спроса:

- эффект сноба (спрос на товар сокращается при снижении его цены, поскольку данный товар становится более доступным, масштабы его потребления растут, а некоторые потребители не хотят быть «как все»);
- эффект Веблена (спрос на эксклюзивные товары может возрасти, т. к. богатый покупатель приобретает эти товары из-за престижных соображений).

Ситуация со стороны продавцов, или со стороны предложения, имеет обратную картину. Все продавцы будут стремиться получить на рынке самую высокую цену, и, чем выше будет цена, тем активнее они будут пытаться продать большее количество товара, т. е. увеличить предложение. Иными словами, у каждого продавца объем предложения будет меняться в зависимости от цены, что формирует **закон предложения**: чем выше цена, тем, при прочих равных условиях, выше размер предложения на рынке данного товара.

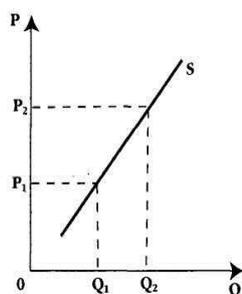


Рис. 5.2.

Кривая предложения

Тенденция к увеличению производства при высоких ценах объясняется тем, что, с одной стороны, повышение цены привлекает в данную отрасль новых производителей, а с другой стороны, при росте цен предприниматель получает добавочную прибыль, и имеет возможность расширить производство.

Микроэкономика

Вместе с тем следует иметь в виду, что речь идет лишь о тенденции к увеличению предложения. До известного предела рост цен вызывает рост предложения. Однако если рост цен продолжается, то производитель может снизить объем производства, поскольку 1) высокий уровень дохода в известной мере снижает стимулы к продолжению интенсивной работы, и 2) при дальнейшем наращивании объемов производства произойдет затоваривание, и цены начнут снижаться.

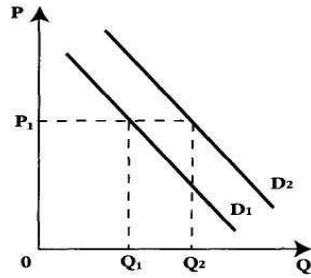


Рис. 5.3. Сдвиг кривой спроса

Для каждого товара существуют свои кривые спроса и предложения. Однако было бы неправильно представить их как раз и навсегда данные. Под воздействием ряда факторов кривые спроса и предложения могут смещаться. В связи с этим важно различать **величину спроса** и **сам спрос**, а также **величину предложения** и **само предложение**. При снижении цены увеличивается величина спроса, сам спрос как выражение потребности в данном товаре остается неизменным. Можно говорить об увеличении спроса, если при каждой цене покупатели будут приобретать большее количество данного товара. В этом случае произойдет сдвиг кривой в новое положение  $D_2$  (рис. 5.3).

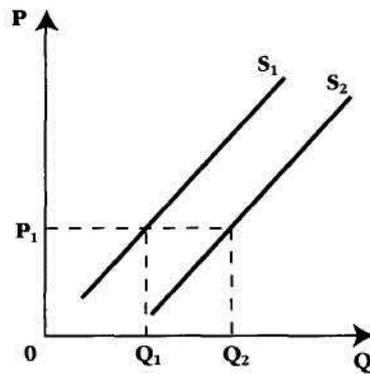


Рис. 5.4. Сдвиг кривой предложения

Кроме того, на величину спроса, кроме цены, влияют уровень доходов, размер рынка, цена и полезность других товаров, особенно товаров-заменителей (субститутов), субъективные вкусы и предпочтения, мода и т. п.

Главный фактор, воздействующий на предложение, это издержки производства. Поэтому, если удастся снизить издержки производства, кривая предложения  $S$ , смещается вправо (рис. 5.4). К сдвигу

кривой предложения приводят также и изменения в налогообложении: повышение налогов, которые уплачивает производитель, приводит к сдвигу кривой предложения влево, а снижение налогов – к сдвигу кривой вправо.

Рассмотренные кривые показывают, что происходит с покупками и продажами, если цена изменяется. Сведя вместе и сопоставив кривые спроса и предложения, можно определить уровень, на котором установится цена.

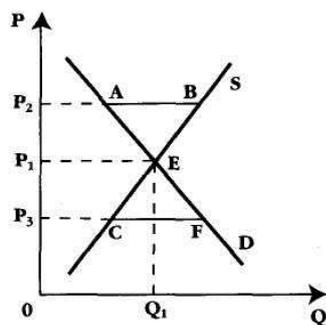


Рис. 5.5. Цена равновесия

График (рис. 5.5) показывает одновременное поведение спроса и предложения любого товара. В точке пересечения  $E$  спрос количественно равен предложению ( $Q_1$ ) и цена  $P_1$  выступает как цена равновесия.

При более высокой цене  $P_2$  возникает избыток предложения над спросом (отрезок  $AB$ ). Этот избыток в результате конкуренции

## Микроэкономика

продавцов будет способствовать снижению цены. При цене ниже уравнивающей ( $P_3$ ) спрос превышает предложение (отрезок  $CF$ ) и возникает дефицит товара на рынке. В этом случае излишек спроса и конкуренция покупателей будут толкать цену вверх. В точке  $E$  достигается равновесие сил и устойчивая цена, которая может сохраняться в краткосрочном периоде, пока не изменятся какие-либо параметры, определяющие спрос и предложение.

При цене равновесия устанавливается равенство не покупок и продаж – такое равенство существует при любой цене, а количество продукции, в пределах которой потребители намерены продолжать делать закупки, будет соответствовать тому количеству продукции, которое производители намерены продолжать поставлять на рынок. Только при такой цене будет отсутствовать тенденция к повышению или понижению цены.

Однако, это лишь **частичное равновесие** на единственном рынке. Следует учитывать, что цены на рынке находятся в постоянном движении вследствие изменений в спросе или предложении товаров. Каждое изменение цены одного товара приводит к изменениям в цене других товаров. Существует целая система цен, которая может оказаться в равновесии, если рассматривать ее в определенный момент и одновременно в ее совокупности – речь идет об **общем равновесии рынка**.

Анализ закономерностей изменения спроса и предложения и механизма образования цены равновесия дает возможность более полно охарактеризовать экономическую свободу как важнейшее условие нормального функционирования рыночного механизма и достижения общего равновесия. Экономическая свобода подразумевает, во-первых, свободу предпринимательства; во-вторых, свободу выбора продавцов и покупателей, т. е. свободу торговли; в-третьих, свободу перемещения ресурсов по разным сферам применения; в-четвертых, свободу ценообразования.

Именно экономическая свобода позволяет рынку гибко реагировать на изменяющиеся условия и обеспечивать как частичное, так и общее равновесие.

Под воздействием изменений в спросе и предложении на рынке происходят постоянные колебания рыночных цен, которые определяют важнейшие функции рынка:

1) Распределение основных факторов производства (аллокативная функция рынка). В тех отраслях, где наблюдается повышение цен, происходит оживление производства, сюда переливаются капиталы, труд и иные ресурсы. Если в результате такого перелива произойдет превышение предложения товаров над спросом на них, начнется обратный процесс: начнут снижаться рыночные цены, и произойдет отток ресурсов из данной отрасли.

2) Стимулирование технического прогресса. Если фирме удастся уменьшить затраты факторов производства на единицу продукции до уровня более низкого, чем сложившийся уровень рыночной цены, то эта фирма получит прибыль.

3) Дифференциация доходов субъектов рынка (дистрибутивная функция рынка). Те хозяйствующие субъекты, чьи издержки производства оказались ниже, чьи оценки рыночной конъюнктуры оказались более точными, становятся богаче в результате нарастающего итога получаемых прибылей.

## Микроэкономика

Рыночный механизм, т. е. механизм колебаний цен носит деперсонифицированный (безличный) характер. Наиболее известным является положение А. Смита о «невидимой руке», которая координирует действия разрозненных производителей и потребителей продукции. Каждый действует, преследуя свой личный интерес. Ориентиром для него является лишь повышение или понижение цены. Однако в результате самостоятельных действий, основанных на подчинении ценовому механизму, рождается определенный порядок, и структура общественного продукта в большей или меньшей степени соответствует структуре общественных потребностей. «Невидимая рука» – это и есть безличный ценовой механизм, координирующий процесс выбора множеством производителей и потребителей. Та же идея лежит в основе исследования Ф. Хайеком спонтанного, т. е. самопроизвольного порядка. В своеобразной форме эта же идея разрабатывалась К. Марксом в его концепции товарного фетишизма, когда над товаропроизводителем господствует фетиш-товар с его постоянно изменяющейся ценой. Все эти исследования с точки зрения позитивного экономического анализа сходятся на том, что в рыночной системе отсутствует личная зависимость одного субъекта хозяйства от другого. Обмен деперсонифицирован. Над каждым агентом рыночного хозяйства господствует безличностная сила рыночных цен, определяющая что, как и для кого производить.

### Основные элементы рыночного механизма.

Любой рынок базируется на трех основных элементах: цене, спросе и предложении, конкуренции.

**1) Цена.** Изменение относительных цен служит ориентиром для производителя при определении необходимости изменения объемов производства. Изменение цен влияет на выбор технологии производства. Цены предопределяют и то, кем при данном уровне доходов будет потреблен продукт.

**2) Спрос** (платежеспособный) – это представленная на рынке потребность в товарах, определяемая количеством тех или иных товаров, которые потребители могут купить при сложившихся ценах и денежных доходах.

**Предложение** – это количество товаров, которое имеется в продаже при данной цене. Изменение соотношения между спросом и предложением порождает колебания рыночных цен вокруг цены равновесия. Через эти колебания устанавливается тот уровень цен, при котором обеспечивается равновесие спроса и предложения и в конечном итоге равновесие производства и потребления.

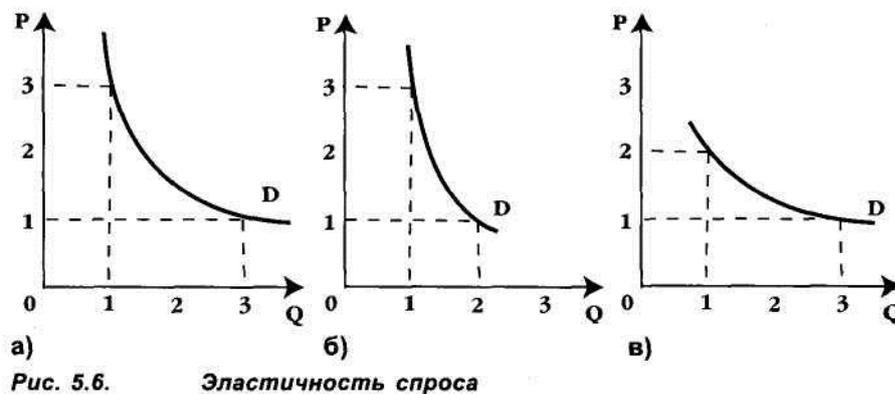
**3) Конкуренция.** Цель каждого предпринимателя – максимизация прибыли, а, следовательно, и расширение масштабов хозяйственной деятельности. Это неизбежно приводит к взаимной борьбе предпринимателей за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров, рост объемов производства, и они выступают по отношению друг к другу как соперники или конкуренты. Если предложение какого-либо товара больше, чем спрос на него, то усиливается конкурентная борьба между продавцами. Каждый из них, чтобы продать свой товар, зачастую вынужден снижать цену, что, как правило, влечет за собой сокращение производства данного товара. Если спрос больше, чем предложение, то конкурировать друг с другом вынуждены уже покупатели. Чтобы иметь

возможность приобрести дефицитный товар, каждый из них старается предложить по возможности более высокую цену, чем это могут сделать его соперники. Цена повышается, и это стимулирует увеличение предложения данного товара.

Конкуренция является необходимым элементом рыночного механизма. Однако характер конкуренции может быть различным, что существенно влияет на способ достижения рыночного равновесия.

## Тема 2.2 Эластичность спроса и предложения. Излишки потребителей и производителей.

Различные товары отличаются друг от друга по степени реакции спроса и предложения на изменение цены (рис. 5.6). Общая выручка, или валовый доход, продавца всегда равна цене, умноженной на количество



проданного товара ( $P \times Q$ ). На рис. 5.6а представлен случай, когда падение цены в 3 раза вызвало рост спроса тоже в 3 раза, и общая выручка не изменилась. На рис. 5.6б снижение цены в 3 раза сопровождалось ростом закупок лишь в 2 раза, и общая выручка сократилась. Другая ситуация представлена на рис. 5.6в. Выручка возрастает, потому что объем спроса вырос больше, чем упала цена.

То, в какой мере объем спроса на рынке возрастает при данном снижении цены или сокращается при данном повышении цены, характеризует **степень эластичности спроса** в зависимости от цены. Коэффициент эластичности спроса в зависимости от цены ( $E^P_D$ ) представляет собой отношение изменения объема спроса к вызвавшему его изменению цены:

$$E^P_D = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P}$$

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов меняется размер спроса на товар в результате изменения его цены на один процент. Когда снижение цены в точности компенсируется соответствующим ростом величины спроса, так что общая выручка остается неизменной (рис. 5.6а), речь идет о единичной эластичности спроса ( $E^P_D = 1$ ). Когда снижение цены вызывает меньший рост объема спроса (рис. 5.6б), спрос неэластичен ( $E^P_D < 1$ ). Когда

снижение цены вызывает больший рост величины спроса (рис. 5.6в), мы говорим об эластичном спросе ( $E^D > 1$ ).

На степень эластичности спроса влияет целый ряд факторов: наличие товаров-субститутов, размер дохода потребителя, качество товара, удельный вес товара в бюджете потребителя, является ли товар предметом роскоши или предметом первой необходимости, ожидания потребителя и т. д.

Помимо товаров-субститутов существуют и товары-комплементы (взаимодополняемые товары) и независимые товары. Эластичность спроса на один товар относительно цены на другой товар называется **перекрестной эластичностью**. Коэффициент перекрестной эластичности спроса представляет собой отношение изменения спроса на товар к вызвавшему его изменению цены на товар:

$$E_{ij}^p = \frac{\Delta Q_i}{Q_i} : \frac{\Delta P_j}{P_j}$$

При изменении цены на товар-субститут коэффициент **перекрестной эластичности** оказывается больше нуля; при изменении цены товара-комплемента перекрестный коэффициент эластичности оказывается меньше нуля. При изменении цены независимого товара перекрестный коэффициент эластичности равен нулю.

Колебания цен товаров с различной эластичностью спроса по-разному влияют на изменение цен остальных товаров. Так, если цена товара с неэластичным спросом возрастает, то общие расходы на покупку этого товара растут, что при неизменном доходе приводит к сокращению спроса на другие товары, а, следовательно, и к снижению их цен.

Эластичность спроса в зависимости от дохода определяется коэффициентом эластичности:

$$E_D^I = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta I}{I}$$

где  $E_D^I$  – коэффициент эластичности спроса в зависимости от дохода,  $Q$  – величина спроса,  $I$  – доход покупателей.

На основе анализа взаимосвязи между изменением дохода и спросом на разные товары можно построить график «доход-расходы» для отдельного блага при его неизменной цене. Такие графики называют **кривыми Энгеля** (рис. 5.7): для нормальных товаров –  $E_1$ , предметов роскоши –  $E_2$ , и низкокачественных товаров –  $E_3$ , где  $I$  – уровень дохода,  $C$  – расходы на потребление данного блага.

**Эластичность предложения** – это показатель относительного изменения предлагаемого на рынке количества товара в соответствии с относительным изменением конкурентной цены. Коэффициент эластичности предложения ( $E^P_s$ ) представляет собой отношение изменения предложения к вызвавшему его

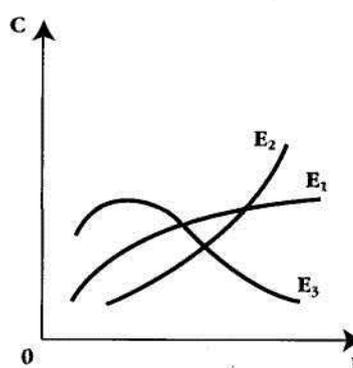


Рис. 5.7. Кривые Энгеля

Микроэкономика

изменению цены:

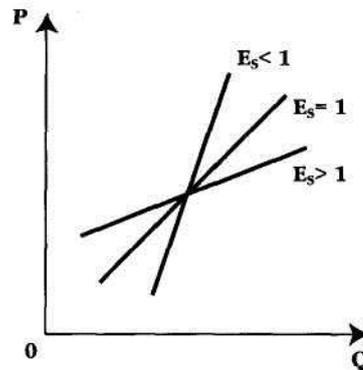


Рис. 5.8. Эластичность предложения

$$E_s^P = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P}$$

На рис. 5.8 показаны три линии предложения с разной эластичностью. Эластичность предложения товара зависит: от структуры издержек на разных предприятиях, степени загрузки производственных мощностей, наличия свободной рабочей силы, быстроты перелива капитала из одной отрасли в другую.

При изменении цены спрос и предложение изменяются во времени, и, следовательно, время является одним из факторов эластичности.

Если спрос на какой-либо товар вырос, предложение этого товара сразу возрасти не сможет, поэтому ситуация **мгновенного равновесия** будет характеризоваться только повышением цены (рис. 5.9а). Кривая предложения S представляет собой вертикальную линию с нулевой эластичностью, и сдвиг кривой спроса в положение D<sub>2</sub> увеличивает цену равновесия до P<sub>2</sub>.

В условиях **краткосрочного равновесия** (рис. 5.9б) число предприятий, работающих на данном рынке, еще не меняется. Однако предложение несколько увеличивается, и кривая S<sub>2</sub> становится наклонной, поскольку предприниматели могут более интенсивно использовать имеющиеся производственные мощности. В этом случае объем предложения немного возрастает до Q<sub>3</sub>, а цена равновесия P<sub>3</sub> становится ниже.

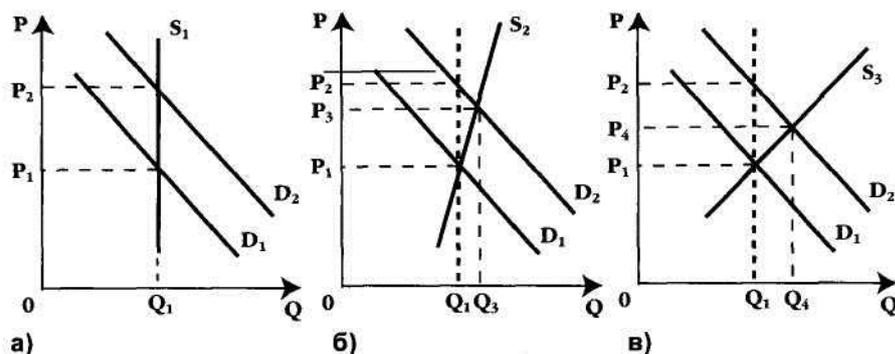


Рис. 5.9. Согласование спроса и предложения с учетом фактора времени

## Микроэкономика

При **длительном равновесии** (рис. 5.9в) предложение полностью приспособляется к изменившемуся спросу. Высокие цены позволили создать новые мощности, в отрасль пришли новые предприниматели, объем предложения вырос до  $Q_4$ , а цена равновесия еще более снизилась.

Таким образом, **эластичность предложения растет по мере увеличения рассматриваемого периода времени**, что способствует установлению нормальных цен. То, насколько быстро предложение может приспособиться к изменившимся ценам зависит от степени мобильности экономических ресурсов.

С понятием эластичности спроса и предложения связано понятие **гибкости цены**, которая может быть определена как величина, обратная эластичности. Она измеряет влияние данного изменения величины спроса и предложения на цену.

Понятия эластичности спроса и предложения по цене имеют большое практическое значение для анализа последствий экономической политики государства, в частности, политики налогообложения. Одним из важнейших здесь является вопрос **распределения налогового бремени**, т. е. кто реально уплачивает тот или иной налог.

Если бы увеличение цены в точности соответствовало размеру налога, то это бы означало, что производитель полностью перекладывает уплату налога на покупателя (это возможно в случае нулевой эластичности спроса). Реальное распределение налогового бремени между продавцом и покупателем зависит от эластичности спроса и предложения. При неэластичном спросе и эластичном предложении цена сильно увеличивается и большую часть налога уплачивает покупатель. При эластичном спросе и неэластичном предложении повышение цены приводит к тому, что потребители существенно сокращают закупки данного товара, переключая свой спрос на товары-субституты, и производителю уже не удается переложить на покупателя бремя уплаты налога.

**Излишек потребителя** (излишек покупателя, дополнительная выгода) – разница между ценой, которую потребитель готов заплатить за товар, и той, которую он действительно платит при покупке.

Термин «излишек потребителя» впервые применил французский инженер и экономист Ж. Дюпюи (1804–1866) в 1844 г. для оценки полезностей общественных сооружений (мостов, каналов, дорог).

Иногда излишек потребителя называют «маршаллианским потребительским излишком» в честь английского экономиста А. Маршалла, внесшего существенный вклад в разработку данного понятия.

Излишек потребителя показывает, насколько лучше в среднем живут отдельные люди, поскольку различные потребители оценивают потребление различных товаров по-разному, максимальный уровень цены, которую они готовы заплатить за эти товары, также различается.

Излишек представляет собой максимальную цену, которую потребитель блага готов заплатить за покупку, за вычетом действительной цены товара. Дополнительное удовлетворение, или полезность, получаемая потребителями благодаря тому, что фактическая цена, которую они платят за благо, ниже той цены, которую они были бы готовы заплатить, принимает форму излишка потребителя (рис.)

Микроэкономика

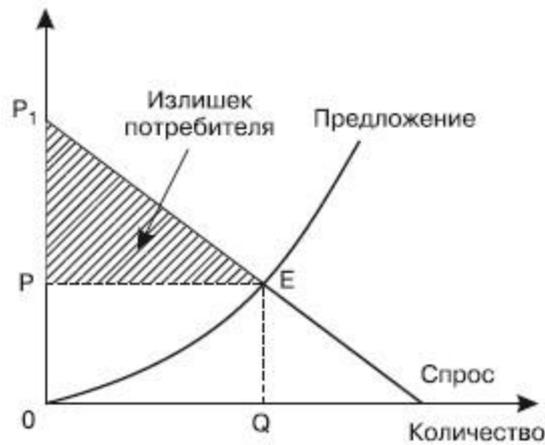


Рис. Излишек потребителя

Чем ниже цена, тем больше величина излишка потребителя.

Концепция излишка потребителя дает возможность усилить анализ рыночного равновесия, мероприятий государственного регулирования рынка, эффективности производства.

Концепция излишка потребителя используется для оценки налогового бремени и для определения выгод от субсидий.

**Излишек производителя** – дополнительные доходы, извлекаемые производителями в результате того, что цена на его благо превышает цену, по которой они готовы продавать это благо на рынке.

Известно, что эффективность выпуска благ у разных производителей различная, поэтому установление рыночной цены, достаточной, чтобы сохранить на рынке даже наименее эффективного производителя, приведет к тому, что наиболее эффективные производители получают излишек. Общий излишек производителя от производства данного блага представляет собой разницу между доходом от реализации произведенных благ и минимальной суммой денег, которая устроила бы производителя при выпуске и продаже данного объема благ. Иначе – это разница между действительным доходом производителя и альтернативной стоимостью переменных ресурсов. Или разница между рыночной ценой и предельными издержками выпуска единицы блага. Понижение цены сокращает величину излишка производителя, повышение цены, наоборот, увеличивает излишки производителя.

Излишек производителя схож с излишком потребителя

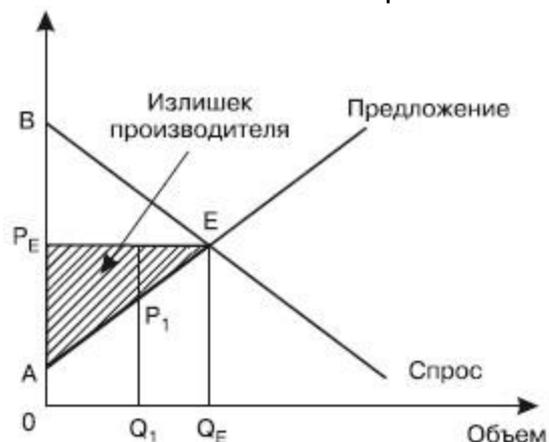


Рис. Излишек производителя.

Термины «излишек потребителя» и «излишек производителя» применяются с целью определить результаты добровольного обмена. Сумма излишков потребителей и излишков производителей показывает общественную выгоду, образующуюся в связи с существованием рынка. Все названные категории могут эффективно применяться в процессе разработки и осуществления государственной налоговой и внешнеэкономической политики, а также в других случаях

## Тема 2.3. Теория поведения потребителя

### Теория предельной полезности и субъективная ценность блага.

Расхождение теории предельной полезности с теорией трудовой стоимости связано и с проблемой соизмерения разнородных потребительных ценностей, или полезностей. Сторонники теории предельной полезности рассматривают, прежде всего, **субъективную ценность**, выражающую отношение человека к вещи. При этом субъективную ценность связывают с **редкостью блага**, т. е. с величиной его запаса. Ценность предполагает именно ограниченность количества вещей, отсутствие ценности предполагает избыток их. Теория предельной полезности выделяет два вида полезности:

1) абстрактную, или родовую полезность, т. е. способность блага удовлетворять какую-либо потребность людей;

2) конкретную полезность, которая означает **субъективную оценку полезности** данного экземпляра этого блага. Эта субъективная оценка зависит от двух факторов: от имеющегося запаса данного блага и от степени насыщения потребности в нем (степени интенсивности потребности).

По мере удовлетворения потребности **степень насыщения растет**, а величина конкретной полезности – **степень настоятельной потребности** – падает. Это означает, что каждое последующее благо, удовлетворяющее данную потребность, обладает меньшей полезностью, чем предыдущее, а при ограниченном запасе блага имеется **его предельный экземпляр, удовлетворяющий настоятельную потребность**. Вывод: **ценность блага данного рода определяется полезностью предельного экземпляра, удовлетворяющего наименее настоятельную потребность**.

**Величина ценности материального блага** определяется важностью той конкретной (или частичной) потребности, которая занимает последнее место в ряду потребностей, удовлетворяемых всем наличным запасом материальных благ данного рода. Следовательно, полезность последней единицы каждого блага, т. е. единицы, которая удовлетворяет наименее настоятельную потребность, есть **предельная полезность**. По мнению сторонников данной теории, субъективная оценка каждого блага человеком непосредственно определяется предельной полезностью этого блага, а объективные меновые пропорции или цены товаров зависят от субъективных оценок и, в конечном счете, тоже определяются предельной полезностью.

Следует различать **общую полезность** всего запаса блага и его **предельную полезность**. Общая полезность всего запаса воды выше общей

Микроэкономика

полезности алмазов, но ценность этих экономических благ объясняется предельной полезностью, а она выше у алмазов.

Известно мнение А. Маршалла о необходимости синтеза предельной полезности и издержек производства при определении того, чем определяется стоимость товара в рамках **монистической теории стоимости и цены**. Принцип монизма означает, что должен быть найден **единый источник стоимости, единое основание цены, единый источник доходов общества** в рыночном хозяйстве. Определение стоимости и цены сводится к выяснению **взаимодействия рыночных сил, лежащих как на стороне спроса (предельная полезность), так и предложения (издержки производства товара)**. По мнению А. Маршалла, ценность товара в равной мере определяется полезностью и издержками производства.

**Спрос и полезность. Теория потребительского выбора.**

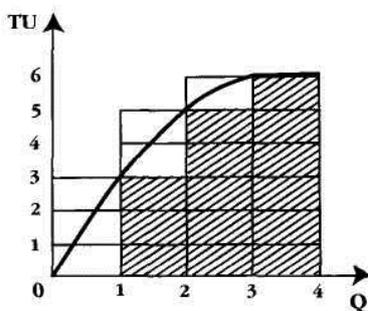
Закономерности процесса потребления:

1) большая часть потребностей человека рано или поздно насыщается, т. е. постепенно удовлетворяется по мере того, как используется благо.

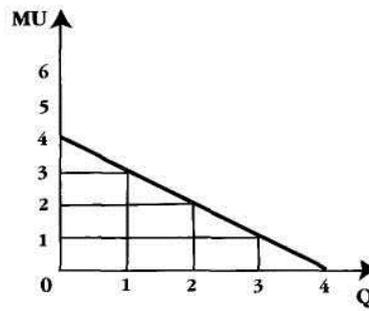
2) переход от неполного удовлетворения потребности к ее полному удовлетворению происходит не внезапно, а через многочисленные ступени.

Напряженность потребности убывает по мере того, как потребность удовлетворяется, и полезность блага для потребителя убывает по мере роста количества этого блага.

**Закон убывающей предельной полезности:** по мере увеличения количества потребляемого товара его предельная полезность имеет тенденцию к сокращению. Этот закон называется первым законом Госсена.



а)



б)

Рис. 5.11. Общая и предельная полезность

На рис. 5.11а по мере увеличения количества потребленного товара общая (суммарная) полезность (TU) возрастает, но прирост полезности каждой новой порцией товара сокращается, пока не

дойдет до нуля.

На рис. 5.11б в виде прямоугольников отложена только предельная полезность (MU), которая по мере увеличения количества товаров убывает.

Таким образом, величина предельной полезности зависит от количества данного товара и степени потребности в нем.

При удовлетворении потребностей человек начинает с самой неотложной потребности, а затем постепенно переходит к менее неотложным, действуя таким образом, что, в конце концов, предельные полезности употребляемых благ станут одинаковы.

**Второй закон Госсена:** при максимизации общей полезности предельная полезность всех потребляемых благ должна быть одной и той же величины.

Микроэкономика

Взвешенная предельная полезность равна отношению предельной полезности блага на его рыночную цену. Учитывая это, каждый потребитель расширяет отдельные виды потребления до тех пор, пока предельные полезности не оказываются пропорциональны ценам, или пока не оказываются одинаковыми взвешенные предельные полезности. Это условие равновесия потребителя может быть выражено следующим образом:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \frac{MU_3}{P_3} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}$$

Для определения предпочтения одних комбинаций товаров потребителями другим комбинациям, или наборам товаров, используют **кривые безразличия** в рамках ординалистского подхода.

Равновесие потребителя показано графически (рис. 5.12) с помощью вышеназванных кривых безразличия. Для данных товаров **А** и **В** имеются некоторые комбинации количества этих товаров, которые дают равную общую полезность для потребителя. Отказ от одного из

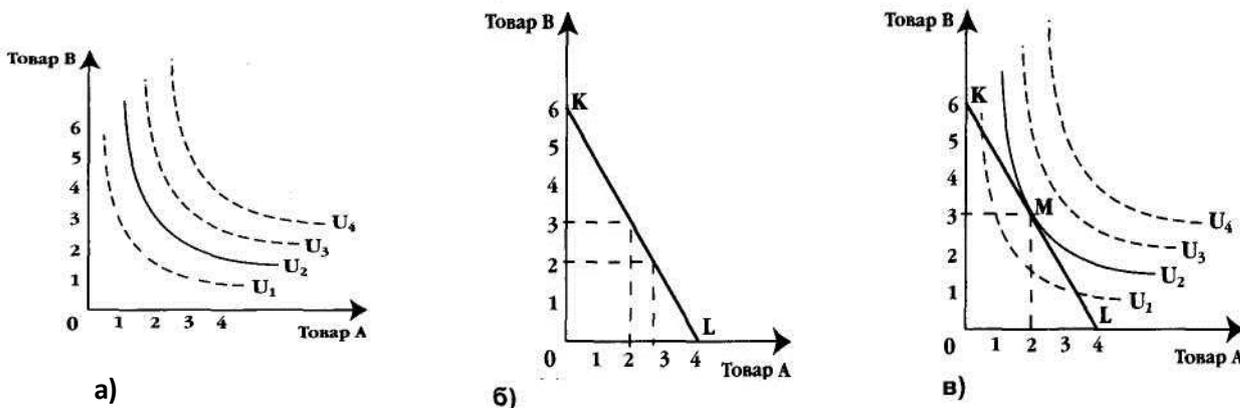


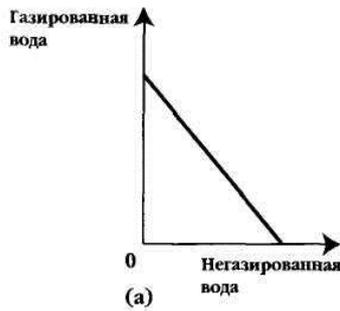
Рис. 5.12. Кривые безразличия, бюджетная линия и равновесие потребителя

товаров компенсируется получением другого товара в большем количестве. К этим комбинациям товаров А и В потребитель, следовательно, в равной мере безразличен. Кривые безразличия, более удаленные от начала координат, соответствуют более высокому уровню удовлетворения потребностей. Набор кривых безразличия для отдельного потребителя и двух различных товаров называется картой безразличия.

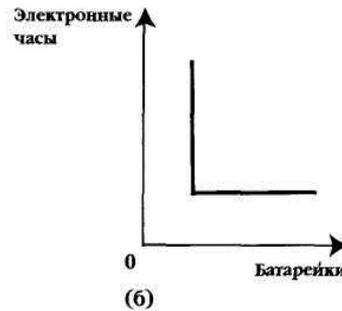
Движение вдоль кривой безразличия сверху вниз означает, что потребитель отказывается от некоторого количества товара В для получения дополнительного количества товара А. Выпуклый характер кривой говорит о том, что потребитель имеет дело с товарами, которые не являются полностью взаимозаменяемыми. Количество одного товара, от которого потребитель готов отказаться, чтобы получить дополнительную единицу другого товара, оставаясь при этом на данном уровне удовлетворения потребностей (на данной кривой безразличия), называется **предельной нормой замещения (MRS):  $MRS = \Delta B / \Delta A$**  Рост количества товара А приводит к уменьшению его предельной полезности, а сокращение количества товара В – к возрастанию его предельной полезности.

Микроэкономика

Если в качестве примера взять полностью взаимозаменяемые товары, то кривая безразличия будет иметь линейный вид (рис. 5.14а).



а) совершенные субституты



б) совершенные комплементы

Рис. 5.14. Разновидности кривых безразличия

Наклон кривой безразличия, имеющей линейный вид, в таком случае в любой ее точке везде будет равен  $-1$ . В случае же полностью взаимодополняемых товаров (рис. 5.14б) потребитель сталкивается с

ситуацией, когда товары могут потребляться лишь в строго постоянной пропорции. Увеличение одного товара до 2 единиц при 1 единице другого никак не отражается на увеличении благосостояния потребителя и наоборот. Кривая безразличия в таком случае будет иметь L-образный вид.

На рис. 5.12б прямая линия **KL** – это линия возможностей потребления для данного потребителя, или **бюджетная линия (бюджетное ограничение)**.

Наложение **KL** на график кривых безразличия (рис. 5.12в) позволяет определить точку, где потребитель получит наибольшую полезность, т. е. наивысшую возможную кривой безразличия (точка **M**). В положении равновесия цена каждого товара пропорциональна его предельной полезности.

Таким образом, существенная причина изменения объема спроса как обратной функции цены заключается в происходящем убывании предельной полезности товара, т. е. только тогда, когда цена товара снижается, потребитель будет готов купить последующее количество этого товара, приносящее ему меньшее удовлетворение.

**Разложение эффекта изменения цены на эффекты дохода и замещения по Хиксу** представлено на рисунке. Бюджетная линия **KL** на рисунке соответствует денежному доходу  $I$  и ценам  $P_x$  и  $P_y$ . А ее касание в данном случае с кривой безразличия  $U_1$  и определяет оптимум потребителя  $E_2$ , оптимуму соответствует объем потребления в количестве  $X_1$ . А в случае сокращения цены  $X$  до  $P_{x1}$  и неизменном денежном доходе  $I$  бюджетная линия перейдет в положение  $KL_1$ . Данная линия касается более высокой кривой безразличия  $U_2$  в точке  $E_2$ , данной точке соответствует потребление товара  $X$  в объеме  $X_2$ .

То есть, общий результат сокращения цены товара  $X$  выражается в росте его потребления с  $X_1$  до  $X_2$ .

Далее определим, каким должен быть денежный доход потребителя, который бы при изменившемся соотношении цен обеспечивал ему прежний уровень удовлетворения. Необходимо провести вспомогательную бюджетную линию  $K'L'$ , которая параллельна линии  $KL_1$  (то есть отражает новое соотношение цен), она должна касаться кривой безразличия  $U_1$  (т.е. обеспечивает прежний уровень удовлетворения). Далее отметим точку касания  $E_3$  и соответствующий ей объем потребления товара  $X_3$ .

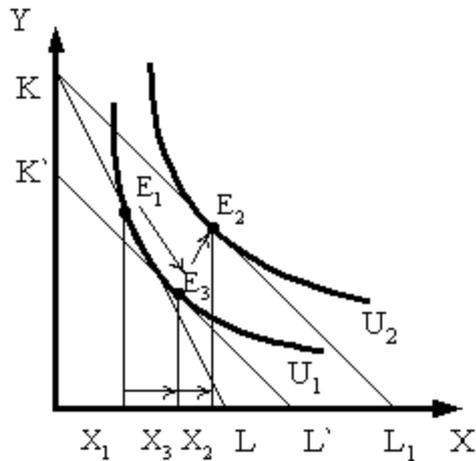
При переходе от первоначального к дополнительному оптимуму (от  $E_1$  к  $E_3$ ) реальный доход потребителя не изменился, он остался на прежней кривой

Микроэкономика

безразличия  $U_1$ . То есть, сдвиг от  $E_1$  к  $E_3$  характеризует эффект замещения товара  $Y$  подешевевшим товаром  $X$ . Данный эффект равен разности  $(X_3 - X_1)$ . Значит, эффект дохода составит  $X_2 - X_3$ .

В результате действия эффекта дохода в точке  $E_2$  потребление обоих товаров больше, чем в точке  $E_3$ .

Подобное разложение общего эффекта также может быть выполнено для случая, когда цена товара растет.



Эффект замены и эффект дохода по Хиксу (Цена  $X$  снижается)

## Тема 2.4 Теория поведения производителя

**Предприятие** - это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Переход к рынку влечет за собой коренные изменения в формах хозяйствования, отношениях между собственниками, организаторами производства и наемными работниками. Предприятие предоставляет рабочие места, выплачивает заработную плату. Путем выплаты налогов оно участвует в реализации государственных программ, развитии экономики страны. Это означает, что в условиях рыночных отношений предприятие есть самоорганизующийся и самовоспроизводящийся социально-производственный организм, автономный центр производственных, хозяйственных и социальных решений.

Из этого следует, что предприятия - это обособленные экономические структуры. Их обособленность обуславливается товарным характером общественного производства.

В силу обособленности предприятия самостоятельны:

1. в производственной деятельности (что и сколько производить, как производить);
2. в коммерческой деятельности (что и сколько продавать, покупать, распределять);
3. в распределении производственного продукта (что идет на собственные нужды, а сколько на обмен и накопление и т.д.).

## Микроэкономика

Из вышеизложенного следует, что предприятия - это основное звено экономики. Эффективная работа предприятий - важнейшее условие успешного развития экономики страны.

Предприятие представляет собой производственно-технологическое, организационное и экономическое единство. Организационно оно является производственной единицей. Как правило, это завод, фабрика, шахта, электростанция, предприятие транспорта, связи, капитальное строительство, совхоз, оно может включать и несколько заводов или фабрик (комбинат, производственное объединение, концерн и т.д.).

Предприятие имеет собственное название, фирменный знак (марку), самостоятельный баланс, расчетный счет в банке. Оно несет имущественную ответственность по своим обязательствам, т.е. является юридическим лицом. Часто в хозяйственной практике используется понятие "фирма". Как правило, фирма представляет собой объединение однородных или смешанных предприятий.

Каждое предприятие в условиях рынка стремится производить те товары и услуги, которые дают наибольшую прибыль. В то же время в условиях рынка нет гарантии, что предприятие ее получит. Все это зависит от многих обстоятельств: правильного определения неудовлетворенных желаний покупателей и ориентации предприятия на их производство, уровня издержек производства, которые должны быть меньше, чем доходы, полученные от продажи своей продукции. Последнее зависит от производительности системы, НТП, уровня организации производства и труда, степени конкуренции и т.п. Это требует от каждого предприятия поиска своего пути развития, системы организации, маркетинга, своих форм хозяйствования.

Предприятия можно **классифицировать** по различным количественным и качественным параметрам. Основными количественными параметрами выступают численность работников и годовой оборот капитала.

В соответствии с критерием численности занятых выделяют:

- малые предприятия, или малый бизнес (до 100 человек);
- средние предприятия, или средний бизнес (до 500 человек);
- крупные предприятия, или крупный бизнес (свыше 500 человек).

Среди качественных параметров классификации предприятий можно назвать следующие:

- тип собственности (частные или государственные);
- характер и содержание деятельности;
- ассортимент выпускаемой продукции;
- способы и методы ведения конкурентной борьбы;
- способ вхождения в различные союзы и объединения;
- организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

Предприятие - это открытая система, которая может существовать лишь при условии активного взаимодействия с окружающей (внешней) средой.

**Внешняя среда** - это совокупность активных хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных условий, национальных и межгосударственных институциональных структур и других внешних условий и

## Микроэкономика

факторов, действующих в окружении предприятия и влияющих на различные сферы его деятельности.

Внешнюю среду подразделяют на:

**микросреду** - среду прямого влияния на предприятие, которую создают поставщики материально-технических ресурсов, потребители продукции (услуг) предприятия, торговые и маркетинговые посредники, конкуренты, государственные органы, финансово-кредитные учреждения, страховые компании и др. контактные аудитории;

**макросреду**, влияющую на предприятие и его микросреду. Она включает природную, демографическую, научно-техническую, экономическую, экологическую, политическую и международную среду.

Предприятие должно ограничивать негативные воздействия внешних факторов, наиболее существенно влияющих на результаты его деятельности или, наоборот более полно использовать благоприятные возможности.

**Внутренняя среда фирмы является по существу реакцией на внешнюю среду.**

Основные цели, которые ставит перед собой фирма, сводятся к одной обобщенной характеристике – прибыли. При этом, естественно, должны учитываться и внутренняя среда фирмы, и внешняя. Все многообразие **внутренней среды** предприятия можно свести к следующим укрупненным сферам:

- производство,
  - маркетинг,
  - НИОКР,
  - финансовое управление,
- общее управление.

Такое деление на сферы деятельности носит условный характер и конкретизируется в общей и производственной организационных структурах.

**Диверсификация** — это своего рода расширение ассортимента, внешнее изменение вида продукции, производимой предприятием или фирмой, это освоение новых видов производств для повышения эффективности производства.

**Концентрация** — это своего рода сосредоточение производства одного или нескольких видов продукции сразу на нескольких крупных предприятиях.

**Централизация** — приумножение масштабов производства на базе объективного процесса развития производительных сил. Диверсификация производства также является фактором проникновения капитала той или иной корпорации в отрасли, которые прямо не связаны с основной сферой ее деятельности. Диверсификация создает благоприятные условия для перелива капитала из менее рентабельных производств в более прибыльные и перспективные, увеличивает устойчивость корпорации во время экономических кризисов. Диверсификация может осуществляться на основе как концентрации, так и централизации капитала. В первом случае корпорация основывает в другой отрасли новое производство, во втором — покупает имеющиеся там предприятия путем приобретения акций. На базе диверсификации формируются концерны — большие многоотраслевые корпорации, которые постепенно становятся ведущей формой промышленных монополий. В их состав входят уже десятки и сотни предприятий, относящихся к

## Микроэкономика

разнообразным отраслям и размещенных во многих странах мира. Диверсификация упрочивает производственные позиции концернов и повышает степень их контроля над рынком, позволяет им перераспределять и более эффективно применять ресурсы. Процессы концентрации производства и централизации капитала обычно проходят в таких формах, в которых расчет на рост экономической эффективности совмещается со спекуляцией. Диверсификация помогает стабилизировать поток доходов через расширение ассортимента товаров и услуг, что выгодно и работникам данной фирмы, и поставщикам, и потребителям. Концентрация производства и капитала — главное условие успешного развития современной экономики. Практика последних десятилетий свидетельствует, что экономика наиболее устойчива в странах, где в оптимальных пропорциях и модификациях совмещаются мелкие и крупные объединения при ведущей роли крупных. Концентрация капитала при этом реализуется главным образом за счет объединения мелких и средних фирм. Вместе с тем организовываются объединения и крупных фирм, что позволяет им выживать и развиваться в условиях усиления конкуренции на мировом рынке.

### Открытие предприятий

Создание предприятий базируется на определенных законодательством принципах (независимо от форм собственности) и проходит несколько этапов:

- возникновение идеи о создании нового предприятия, определение предмета и цели его деятельности;
- определение организационно-правовой формы;
- определение возможностей использования новых технологий, техники и связи;
- изучение рынка, объема спроса и т.д.
- подбор соучредителей (если необходимо);
- определение финансовых возможностей, источников и финансовое обоснование;
- проведение оргмероприятий по созданию предприятий в зависимости от форм собственности - разработка учредительных документов предприятия (Устава предприятия и договора о создании) с указанием его организационно-правовой формы. Наряду с этим оформляется протокол №1 собрания участников создаваемого предприятия о назначении директора и председателя ревизионной комиссии;
- государственная регистрация в органах государственной регистрации, изготовление печати, штампов, постановка на учет в государственной налоговой службе и др.

Для государственной регистрации в соответствующий орган представляются следующие документы:

- заявление учредителя (или учредителей) о регистрации;
- устав предприятия;
- решение о создании предприятия (или постановление собрания учредителей);
- свидетельство об уплате государственной пошлины за регистрацию.

Когда регистрация завершена и получено свидетельство о регистрации, все сведения о новом предприятии передаются в Министерство финансов РФ для

## Микроэкономика

включения в Государственный реестр предприятий. Здесь предприятию присваиваются коды общероссийского классификатора предприятий и организаций, после чего предприятие готово открыть расчетный счет в банке и начинать работу.

### **Закрытие предприятий. Банкротство. Санация**

Конечным этапом цикла движения предприятия является его закрытие. Оно может проводиться добровольно (по решению ее владельцев и совладельцев - акционеров, учредителей, пайщиков) или принудительно (по решению судебных органов).

При ликвидации субъекта хозяйствования в обязательном порядке создается ликвидационная комиссия, публикуются в печати объявления о ликвидации, определяется предельный срок предъявления претензий к субъекту хозяйствования. Ликвидационная комиссия определяет источники удовлетворения и очередности погашения всех обязательств. В первую очередь удовлетворяются претензии наемного персонала, затем удовлетворяются обязательства перед государственными органами (налоговой инспекцией, внебюджетными органами и т.д.), в последнюю очередь удовлетворяются имущественные и денежные претензии кредиторов. Оставшиеся после ликвидации и удовлетворения имущественных претензий средства передаются собственникам субъекта хозяйствования и распределяются между ними в порядке, оговоренном в уставе или ином документе.

### **Особым случаем ликвидации является банкротство.**

**Банкротство** - это признанная арбитражным судом или объявленная должником неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам или исполнить обязанность по уплате обязательных платежей в бюджеты всех уровней и внебюджетные фонды. Процедура банкротства регулируется Законом РФ "О несостоятельности (банкротстве) предприятий".

Ухудшение положения предприятий связано с неэффективной системой управления, неэкономичным и нетехнологичным производством, слабым учетом конъюнктуры, рисков и т.д.

В соответствии с законодательством в отношении предприятия-должника применяют следующие процедуры:

1. Реорганизационные, включающие временное управление имуществом и санацию;

2. Ликвидационные, к ним относятся:

- принудительная ликвидация предприятия-должника по решению арбитражного суда;

- принудительная ликвидация несостоятельного предприятия под контролем кредиторов;

- ликвидация в процессе конкурсного производства.

3. Мировое соглашение - процедура достижения договоренности между должником и кредиторами относительно отсрочки и рассрочки причитающихся кредиторам платежей или скидки долгов.

## Микроэкономика

**Санация** направлена на оздоровление предприятия-должника, когда собственникам предприятия-должника, кредиторам или иным лицам оказывается финансовая помощь.

Ходатайство о проведении санации может быть подано должником, собственником предприятия-должника, кредитором в арбитражный суд до принятия им решения по делу.

Основанием для проведения санации является наличие реальной возможности восстановить платежеспособность предприятия-должника для продолжения его деятельности путем оказания этому предприятию финансовой помощи собственником и иными лицами.

Продолжительность санации не может превышать 18 месяцев. Арбитражный суд вправе по ходатайству участников санации, за исключением случаев санации государственных или муниципальных предприятий, продлить срок ее проведения, но не более чем на 6 месяцев.

Прекращение деятельности предприятия как юридического лица считается законным после внесения об этом записи в единый государственный реестр юридических лиц.

### **Теория производства и предельной производительности факторов.**

Теория производства изучает зависимость между количеством используемых ресурсов и объемами выпускаемой продукции. В основе этой теории лежит концепция производственной функции.

### **Производственная функция.**

**Производственная функция** определяет максимальный объем выпуска продукции при каждом заданном количестве ресурсов. Эта функция описывает зависимость между затратами ресурсов и выпуском продукции, позволяя определить максимально возможный объем выпуска продукции при каждом заданном количестве ресурсов, или минимально возможное количество ресурсов для обеспечения заданного объема выпуска продукции. Производственная функция суммирует только технологически эффективные приемы комбинирования ресурсов для обеспечения максимального выпуска продукции. Любое усовершенствование в технологии производства, способствующее росту производительности труда, обуславливает новую производственную функцию.

**Производственный процесс** представляет собой способ соединения факторов производства с целью их превращения в конечные товары и услуги. Главной целью фирмы является максимизация прибыли. Для того чтобы быть конкурентоспособной, фирма должна применять такой производственный процесс, который наиболее эффективно использует имеющиеся ресурсы. Иначе говоря, для производства заданного объема продукции используется минимальное количество ресурсов. Это – главная составляющая любой функционирующей фирмы, максимизирующей прибыль. Производственные методы считаются **технологически неэффективными**, если для выпуска заданного объема продукции они используют больше ресурсов, чем другие методы, обеспечивающие те же объемы выпуска.

Причем, не только сами ресурсы должны использоваться наиболее эффективно, но и создаваемая в результате продукция должна отвечать требованиям потребителей и по цене, и по качеству. Фирма должна

## Микроэкономика

одновременно и обеспечивать потребности покупателей, и применять наиболее эффективные технологические и экономические способы производства. Если фирма не выполняет эти условия, то она неизбежно утратит свою конкурентоспособность.

Базисные пропорции производственной функции могут быть исследованы на примере простой двухфакторной системы: 2 вида ресурсов – 1 вид конечной продукции. В производственном процессе, при котором различное количество труда (**L**) и капитала (**K**) может быть использовано для производства товара (**Q**), производственная функция для такой системы будет иметь следующий вид:  $Q = f(L, K)$ .

Существуют определенные комбинации различных факторов для производства максимального объема конкретного вида продукции. При этом, 1) производственная функция показывает максимальное количество продукции, которое может быть произведено при различных сочетаниях факторов **L** и **K**; 2) производственная функция показывает альтернативные возможности, при которых различные комбинации факторов обеспечивают один и тот же объем выпуска продукции.

При изучении производственной функции необходимо рассмотреть категории **эффекта масштаба производства и отдачи от фактора**.

Масштаб производства задается производственной функцией, в частности  $Q = f(L, K)$ . Если фирма принимает решение об одновременном и пропорциональном изменении количества всех применяемых факторов, происходит изменение масштаба производства.

Если фирма, имеющая первоначально объем выпуска продукции  $Q_1$  принимает решение об увеличении масштаба производства в  $n$  раз, то заданная производственная функция примет следующий вид:  $Q_2 = f(nL, nK)$ , где  $Q_2$  – объем выпуска продукции после изменения масштаба производства.

**Отдача от масштаба** – есть взаимосвязь между изменением масштаба производства и соответствующим изменением в объеме выпуска продукции. Отдачу от масштаба измеряется путем сравнения процентного изменения в выпуске продукции с процентным изменением в количестве всех применяемых факторов.

Принято различать постоянную, возрастающую и убывающую отдачу от масштаба.

**1) Постоянная отдача от масштаба.** Если при пропорциональном увеличении количества факторов в  $n$  раз, объем производства тоже возрастет в  $n$  раз, то имеет место постоянная отдача от масштаба, т. е.  $Q_2 = nQ_1$  (где  $Q_1$  – первоначальный объем производства).

**2) Возрастающая отдача от масштаба.** В случае, когда пропорциональное увеличение количества всех применяемых факторов в  $n$  раз вызовет рост объема производства больше, чем в  $n$  раз, наблюдается возрастающая отдача от масштаба, т. е.  $Q_2 > nQ_1$ .

Источниками возрастающей отдачи являются **специализации в рамках фирмы и используемая технология**. Увеличение масштабов производства может позволить фирме нанимать специалистов в той или иной области производственной и сбытовой деятельности. В отличие от мелкой, крупная фирма

может себе позволить такие расходы, которые, изменяя внутреннюю организацию производства, в итоге и приведут к более чем пропорциональному увеличению выпуска по сравнению с затратами. Технология же позволяет использовать крупные капиталоемкие производственные мощности, которые более производительны в расчете на единицу готовой продукции.

**3) Уменьшающаяся отдача от масштаба.** Когда пропорциональное увеличение всех применяемых факторов в  $n$  раз вызывает рост объема производства меньше, чем в  $n$  раз, имеет место убывающая отдача от масштаба, т. е.  $Q_2 < nQ_1$ .

Причинами уменьшающейся отдачи от масштаба чаще всего бывают растущие бюрократические, или иерархические, издержки внутреннего управления разросшейся фирмы. Распоряжения «сверху–вниз» проходят через все большее количество инстанций, административные расходы возрастают в большей степени, нежели выпуск готовой продукции. В целом это ведет к снижению эффективности производства.

**Отдача от фактора показывает зависимость между объемом выпускаемой продукции и изменениями в количестве одного фактора при неизменном количестве другого.** По мере наращивания одного переменного фактора начинает проявляться тенденция, известная как закон **убывающей предельной производительности, или убывающей предельной доходности фактора производства.**

**Теория предельной производительности факторов.**

Анализ теории предельной производительности факторов требует рассмотрения таких понятий, как общий, предельный и средний продукт переменного фактора производства.

**Общий продукт (ТР)** – это суммарный объем выпуска продукции, полученный в рамках заданной производственной функции, и измеренный в физических единицах.

Понятие общего продукта позволяет выявить зависимость между объемом выпускаемой продукции и изменениями в количестве одного ресурса при неизменном количестве других.

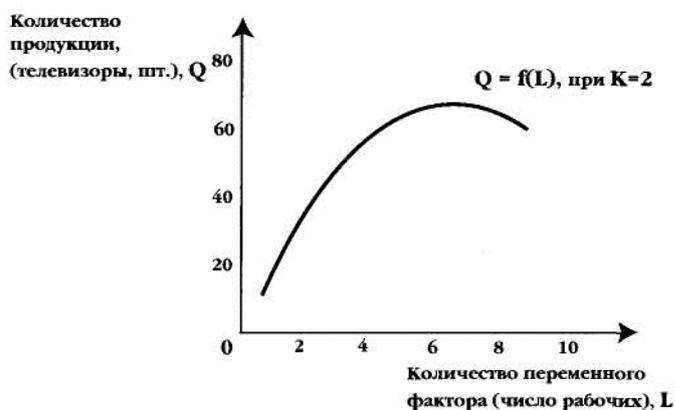


Рис. 10.1. Производственная функция

продукции и затратами одного переменного фактора  $L$  при неизменном количестве фактора  $K$ .

Таким образом, общий продукт переменного фактора  $L$  может быть описан производственной функцией:  $Q = f(L)$ , при  $K = \text{const}$ .

Это уравнение выражает отношение между общим выпуском продукции и количеством фактора  $L$ , при условии, что количество фактора  $K$  постоянно (2 ед.) Кривая производственной функции (рис. 10.1) показывает зависимость между объемом выпускаемой про-

**Предельный продукт фактора производства ( $MP_L$ )**, исчисленный в физических единицах, показывает изменение в объеме выпуска продукции, вызванное использованием дополнительной единицы данного фактора ( $L$ ) при неизменном количестве всех остальных. Предельный продукт фактора может быть исчислен следующим образом:  $MP_L = \Delta Q / \Delta L$ , где  $MP_L$  – предельный продукт фактора  $L$ ,  $\Delta Q$  – изменение общего объема выпуска продукции,  $\Delta L$  – изменение количества фактора  $L$ .

**Средний продукт фактора ( $AP_L$ )** определяется путем деления объема выпускаемой продукции на количество используемого переменного фактора  $L$ :  $AP_L = Q/L$ .

Средний продукт труда показывает, какое количество произведенной продукции приходится на одну единицу труда. Часто средний продукт называют показателем **производительности труда**.

В рамках двухфакторной производственной функции, при неизменном количестве используемых в производстве факторов производства (т. е. капитал – величина постоянная), затраты переменного фактора труда измеряются количеством рабочих (рис. 10.2).

Кривая общего продукта ( $TP_L$ ) проходит три стадии, каждой из которых соответствуют отрезки кривой, ограниченные точками **A**, **B**, **C**. Каждая из этих точек имеет свою проекцию на кривых предельного и среднего продукта – точки **A'**, **B'**, **C'**.

Точка **A** на отрезке **OA** представляет собой точку изгиба, где кривая общего продукта изменяет свою выпуклость. Это связано с тем, что рост общего продукта ускоряется до этой точки, так как предельный продукт переменного фактора  $L$  на отрезке **OA** устойчиво и быстро растет. Это означает, что каждая дополнительная единица фактора  $L$  увеличивает общий объем производства на большую величину по сравнению с предыдущей. Именно точка **A** на кривой общего продукта соответствует максимальному значению предельного продукта.

На отрезке **AC** рост общего продукта замедляется, так как предельный продукт фактора  $L$  начинает устойчиво снижаться, хотя и имеет положительное значение. Это означает, что каждая

дополнительная единица фактора  $L$  увеличивает общий объем производства на меньшую величину по сравнению с предыдущей. Поэтому на отрезке **AC** кривая общего продукта изменяет свою выпуклость по отношению к отрезку **OA**.

Точка **B** на кривой ( $TP_L$ ) показывает ту величину общего продукта, при которой предельный и средний продукт равны. В точке **C** общий продукт достигает своего максимального значения, а предельный продукт равен 0.

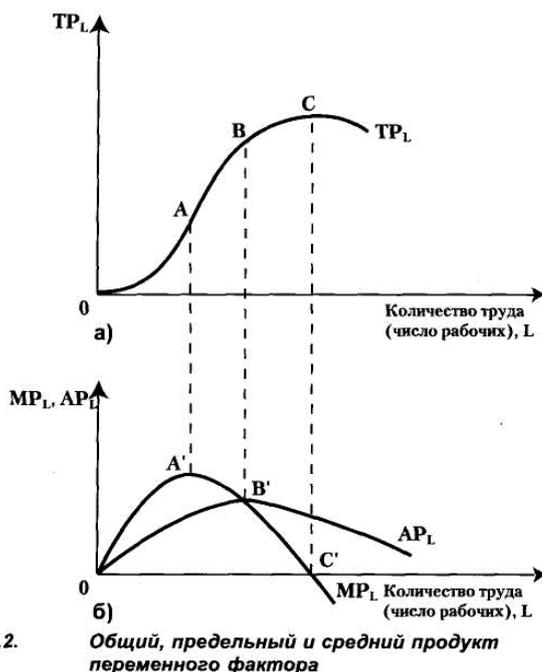


Рис. 10.2.

## Микроэкономика

После точки С кривая общего продукта начинает снижаться, так как предельный продукт принимает отрицательные значения. Это означает, что дальнейшее увеличение количества переменного фактора приведет к сокращению величины общего продукта.

Существует определенная зависимость между предельным и средним продуктом переменного фактора (рис. 10.2б). Предельный продукт достигает своего максимального значения раньше, чем средний продукт. Когда величина предельного продукта превышает величину среднего продукта, тогда кривая  $AP_L$  возрастает и наоборот, когда величина предельного продукта меньше величины среднего продукта, кривая  $AP_L$  убывает. Из этого следует, что кривая предельного продукта ( $MP_L$ ) пересекает кривую среднего продукта ( $AP_L$ ) в точке максимума последнего.

**Закон убывающей предельной производительности (доходности) факторов производства** гласит, что, по мере увеличения количества переменного фактора при неизменном количестве всех остальных будет достигнут такой рубеж, после которого предельный продукт переменного фактора начнет уменьшаться.

Если фирма наймет одного рабочего, то при существующей технологии он не сможет обслуживать одновременно все оборудование. Очевидно, что при такой комбинации труда и капитала выпуск продукции будет весьма невелик. Если фирма привлечет несколько дополнительных рабочих, так, чтобы они смогли использовать все оборудование, то выпуск резко увеличится. Это означает, что предельный продукт каждого дополнительного рабочего возрастает. Если фирма будет продолжать увеличивать количество рабочих, то парк оборудования окажется слишком маленьким для них, и предельный продукт каждого из этих рабочих начнет постепенно снижаться до тех пор, пока не достигнет нуля. Соответственно, темп прироста общего продукта замедлится. В итоге возникнет ситуация, когда предельный продукт еще одного дополнительно нанятого рабочего примет отрицательное значение, так как для равномерной загрузки рабочих фирма вынуждена будет чередовать их работу с оборудованием. Это неизбежно приведет к потере времени функционирования оборудования и соответственно к снижению объема выпускаемой продукции.

Таким образом, теория предельной производительности факторов имеет большое значение для определения оптимального сочетания факторов при выпуске продукции.

**Взаимозаменяемость ресурсов. Предельная норма технологического замещения.**

Один и тот же объем выпуска продукции может быть достигнут при различных сочетаниях факторов в силу взаимозаменяемости факторов производства (неоклассическая теория производства). Для фирмы, стремящейся к максимизации прибыли, наилучшей комбинацией факторов окажется та, которая обеспечивает наименьшие издержки. Следовательно, задача фирмы сводится к тому, чтобы обеспечить минимизацию издержек при каждом заданном объеме производства.

Для выявления всех возможных комбинаций факторов при выпуске заданного объема продукции используются **изокванта**, представляющая собой кривую,

Микроэкономика

любая точка на которой показывает различные комбинации двух переменных факторов, обеспечивающих один и тот же объем выпуска продукции. Все комбинации факторов производства, представленные на изокванте, являются технологически эффективными. Несколько изоквант образуют карту изоквант (рис. 10.4).

Изокванты обладают следующими свойствами:

- изокванты никогда не пересекаются в силу действия принципа транзитивности. Каждой изокванте соответствует определенный объем выпуска продукции, причем, чем дальше изокванта отстоит от начала координат, тем больший объем выпуска обеспечивается;

- изокванты имеют отрицательный наклон. Это объясняется тем, что для сохранения неизменным объема выпуска продукции при уменьшении использования одного фактора необходимо увеличить применение другого фактора;

- изокванты становятся более пологими по мере продвижения сверху вниз вдоль них. Это связано с тем, что в верхней части изокванты для выпуска заданного объема продукции используется большое количество капитала и незначительное количество труда. При движении вниз вдоль изокванты требуется

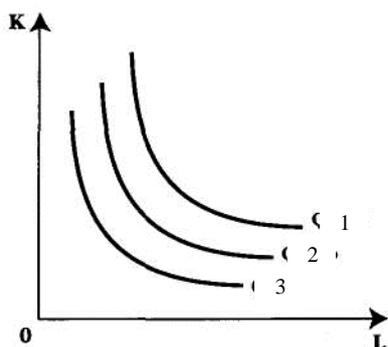


Рис. 10.4. Карта изоквант

все больше единиц труда для замещения каждой единицы капитала, вследствие падения предельной производительности труда по мере наращивания его количества.

С помощью наклона изоквант можно определить степень замещения одного фактора производства другим. Если фирма производит продукцию с использованием двух переменных факторов: капитала (**K**) и труда (**L**),

движение вниз по изокванте с объемом выпуска продукции  $Q_2$  (рис. 10.4), сокращает количество применяемого капитала. Для того чтобы остаться на этой изокванте, т. е. обеспечить тот же объем производства, фирме потребуется увеличить количество применяемого труда. Отношение изменения в количестве одного фактора к изменению в количестве другого фактора при сохранении неизменным объема производства называется **предельной нормой технологического замещения (MRTS):  $MRTS_{KL} = \Delta K / \Delta L$** .

Наклон кривой в каждой точке определяется наклоном касательной в данной точке, который, в свою очередь, равен отношению величины изменения фактора **K** к величине изменения фактора **L** ( $\Delta K / \Delta L$ ). Это означает, что наклон изокванты равен предельной норме технологического замещения. В силу того, что изокванта имеет отрицательный наклон, **MRTS<sub>KL</sub>** в любой точке будет равна наклону касательной в данной точке, умноженной на (-1), т. е. **MRTS<sub>KL</sub> =  $\Delta K / \Delta L \times (-1)$** .

Предельная норма технологического замещения непосредственно связана с предельными продуктами факторов производства. Сокращая количество одного из факторов, например, **K**, фирма тем самым уменьшает объем выпуска продукции на определенную величину. Эта величина равна произведению

Микроэкономика

предельного продукта капитала ( $MP_K$ ) и изменения в его количестве ( $\Delta K$ ):  $\Delta Q = MP_K \times (-\Delta K)$ ,

где  $\Delta Q$  – изменение в объеме выпуска продукции;

$MP_K$  – предельный продукт капитала;

$\Delta K$  – изменение количества применяемого капитала.

Для того чтобы остаться на той же изокванте, сокращение объема производства должно быть компенсировано увеличением количества применяемого труда ( $\Delta L$ ), т. е.  $\Delta Q = MP_L \times (-\Delta L)$ ;

где  $MP_L$  – предельный продукт труда;

$\Delta L$  – изменение количества применяемого труда.

Это означает, что абсолютное значение  $\Delta Q$  в уравнениях должно быть одинаковым. Можно записать:  $MP_K \times (-\Delta K) = MP_L \times (-\Delta L)$ .

Следовательно:  $MRTS_{KL} = -\Delta K / -\Delta L = MP_L / MP_K =$  **наклону изокванты**.

По мере движения вниз по изокванте  $MRTS_{KL}$  уменьшается, поскольку по мере увеличения количества фактора  $L$ , его предельный продукт уменьшается относительно предельного продукта фактора  $K$ . Соответственно, сокращение применяемого фактора  $K$  ведет к росту его предельного продукта. Следовательно,  $MRTS_{KL}$  будет снижаться.

Изокванты могут иметь различный вид в зависимости от степени взаимозаменяемости ресурсов.

1) Ресурсы могут обладать **абсолютной взаимозаменяемостью**. Это означает, что заданный объем выпуска продукции может быть обеспечен как путем использования какого-либо одного из двух переменных ресурсов, так и путем их комбинаций. В этом случае изокванта будет иметь вид прямой линии (рис. 10.5а), а  $MRTS$  будет постоянной величиной.

2) Ресурсы обладают свойством **абсолютной комплементарности**. Это означает, что два переменных ресурса, используемых для производства данного вида продукции, имеют одну определенную пропорцию. Иначе говоря, заданная производственная функция предполагает наличие **единственно возможной комбинации ресурсов**. В этом случае  $MRTS$  будет равна 0, а изокванта будет иметь вид прямого угла (рис. 10.5б).

Обязательным условием перехода на более высокую изокванту такого вида является соблюдение заданной пропорциональности в использовании ресурсов. Если будет увеличено количество одного ресурса без соответствующего изменения в количестве другого, то перейти на другую изокванту невозможно.

3) Изокванты, отражающие **частичную взаимозаменяемость** ресурсов (рис. 10.5в). В этом случае производство продукции может осуществляться с обязательным использованием двух переменных ресурсов, например, труда и капитала. Однако их комбинации могут быть самыми различными в соответствии с заданной производственной функцией. Данная форма изоквант встречается чаще всего, и ее принято считать стандартной.

Микроэкономика

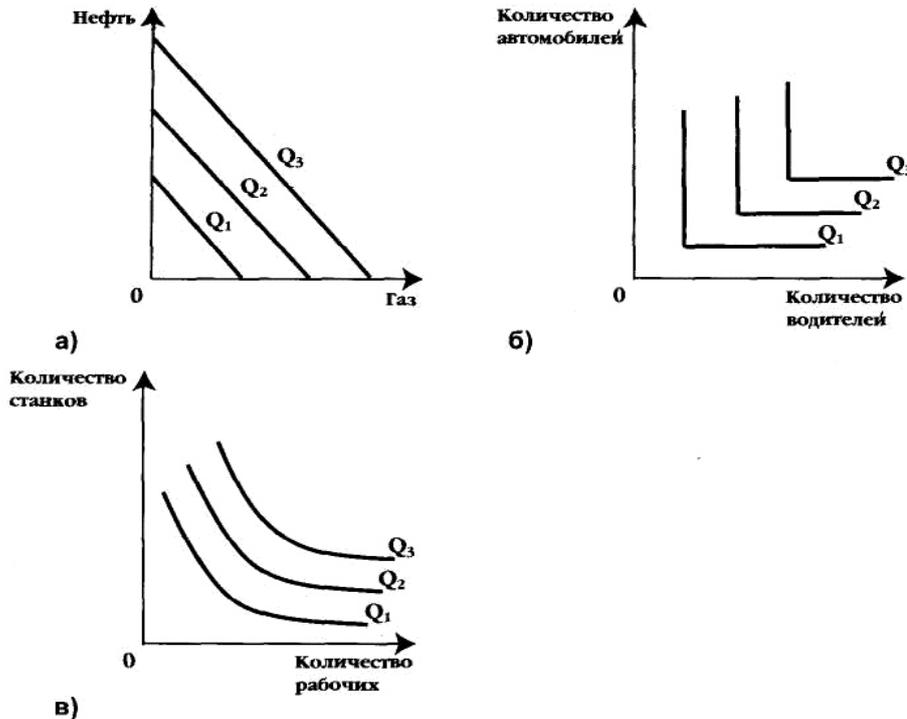


Рис. 10.5. Виды изоквант

**Правило минимизации издержек и условия максимизации прибыли.**

Фирма, осуществляющая свою деятельность с использованием двух переменных частично взаимозаменяемых факторов, сталкивается с проблемой оптимального выбора комбинации ресурсов при каждом заданном объеме выпуска продукции. Фирма, максимизирующая прибыль, будет стремиться выбрать такое сочетание ресурсов, которое окажется самым дешевым. Таким образом, задача сводится к тому, чтобы минимизировать издержки фирмы для каждого заданного объема производства.

**Изокоста** является одновременно и линией равных издержек, и линией бюджетного ограничения фирмы.

**Пример.** Если бюджет фирмы для закупки факторов капитала и труда составляет 1000 руб., а цена 1 ед. капитала равна 500 руб., 1 ед. труда – 250 руб., и если в рамках заданного бюджета фирма затратит деньги на покупку только одного из двух факторов, то она сможет купить либо 2 ед. капитала, либо 4 ед. труда (рис. 10.6а). Любая точка на изокосте показывает такое сочетание двух факторов, при котором совокупные расходы на их приобретение будут равны. Изокосты (рис. 10.6), описываются следующим уравнением:

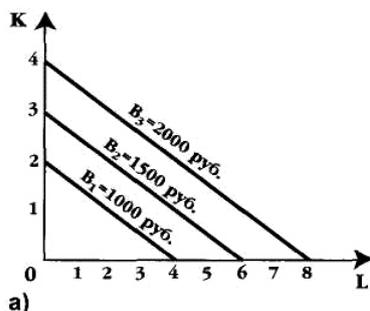
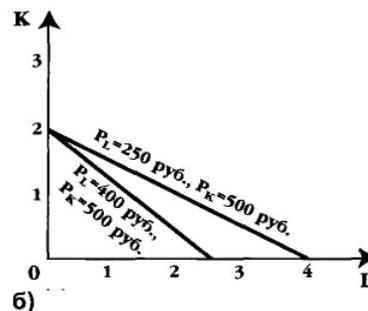


Рис. 10.6. Изокосты



$$B = P_K \times K + P_L \times L,$$

где B – бюджет фирмы, предназначенный для закупки факторов;

P<sub>K</sub> – цена единицы капитала;

K – количество капитала;

P<sub>L</sub> – цена единицы

труда;

$L$  – количество труда.

Наклон изокосты равен отношению цен используемых факторов умноженному на  $(-1)$ , так как изокоста имеет отрицательный наклон. Иначе говоря, если фирма увеличивает количество одного фактора, то она должна соответственно сократить использование другого, чтобы сохранить неизменными совокупные расходы на приобретение факторов, т. е.

$P_L \times \Delta L = - (P_K \times \Delta K)$ . Отсюда следует, что:  $-\Delta K / \Delta L = P_L / P_K$ .

Любое изменение цены на один из двух используемых ресурсов ведет к изменению наклона изокосты. Изокоста, отражающая новое соотношение цен на используемые ресурсы, имеет более крутой вид (рис. 10.6б).

В том случае, когда изменяется заданная величина бюджета фирмы, предназначенного на покупку ресурсов, изокосты сдвигаются влево или вправо в зависимости от того, уменьшилась или возросла сумма бюджета (рис. 10.6а). Для того, чтобы определить, какое сочетание факторов для каждого заданного объема выпуска является самым дешевым, необходимо совместить карту изоквант с изокостами. Точки касания изокост с изоквантами покажут оптимальное, с точки зрения затрат, сочетание факторов для каждого заданного объема выпуска продукции (рис. 10.7).

Комбинация факторов в точке **A** обеспечит наименьшие издержки при объеме выпуска продукции, равном  $Q_1$ ; в точке **B** – объеме, равном  $Q_2$ ; в точке **C** - объеме, равном  $Q_3$ . Все другие возможные комбинации факторов, принадлежащие изоквантам с объемом производства соответственно  $Q_1, Q_2,$

$Q_3$ , лежат на более высоких линиях бюджетного ограничения. Кривая, проходящая через точки **A, B, C**, показывает оптимальные комбинации ресурсов при существующих ценах на них для каждого заданного объема выпуска продукции. Принимая решение об объемах производства, фирма будет двигаться вдоль данной кривой, называемой траекторией роста. Тот факт, что минимизация издержек достигается в точке касания изокосты и изокванты, позволяет сделать следующий вывод: равновесие достигается тогда, когда отношение цен на

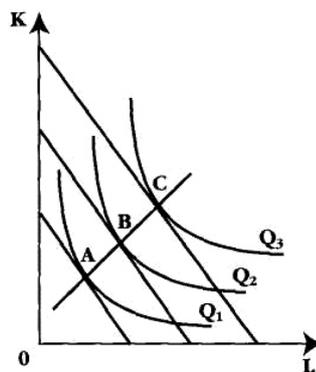


Рис. 10.7. Минимизация издержек для каждого заданного объема производства

факторы равно отношению их предельных продуктов:  $P_L / P_K = MP_L / MP_K$ .

Соответственно, отношения предельных продуктов факторов к ценам последних должны быть равны между собой:  $MP_L / P_L = MP_K / P_K$ . (1)

**Правило минимизации издержек для каждого заданного объема выпуска продукции:** оптимальное сочетание факторов, используемых в процессе производства, достигается

тогда, когда последний затраченный рубль на покупку каждого фактора дает одинаковый прирост общего выпуска продукции. С точки зрения рационального экономического поведения, это означает, что относительно более дорогой фактор производства замещается относительно более дешевым. Если  $MP_L / P_L > MP_K / P_K$ , то фирма минимизирует свои издержки путем замены капитала трудом. В ходе

## Микроэкономика

этой замены предельный продукт труда будет уменьшаться, а предельный продукт капитала расти. Замена будет осуществляться до тех пор, пока не будет достигнуто равенство взвешенных по соответствующим ценам предельных продуктов факторов. И наоборот, если  $MRP_L/P_L < MRP_K/P_K$ , то фирме следует замещать труд капиталом для достижения равенства (1).

Однако минимизация издержек при заданном объеме производства не означает, что данный объем обеспечивает фирме максимальную прибыль. Разница между минимизацией издержек и максимизацией прибыли заключается в следующем: при достижении оптимальной комбинации факторов для любого объема выпуска во внимание принимаются **цены факторов и их предельная производительность**. При формулировке условий максимизации прибыли необходимо учитывать и такую величину, как **предельный продукт фактора в денежном выражении**, отражающий спрос на продукцию, производимую с помощью этих факторов. Это связано с производным характером спроса на факторы.

Определить объем производства, при котором фирма максимизирует свою прибыль, можно, воспользовавшись следующим правилом: максимизация прибыли достигается тогда, когда предельный продукт переменного фактора в денежной форме равен его цене. Если фирма использует два переменных фактора (труд и капитал), то максимизация прибыли будет обеспечена при таком объеме производства, когда:

$$MRP_L = P_L, \text{ а } MRP_K = P_K, \text{ т. е. } MRP_L/P_L = MRP_K/P_K = 1.$$

Соблюдение этого условия означает, что фирма функционирует эффективно, т. е. обеспечивается оптимальная комбинация факторов, минимизирующая издержки производства, при единственно возможном объеме выпуска, максимизирующем прибыль.

**Издержки производства: виды и динамика.**

Принимая решение об использовании ресурсов в данном производстве, предприниматель отказывается от производства других товаров и услуг, то есть жертвует ценностью альтернативных возможностей.

С этой точки зрения можно утверждать, что издержки, которые следует учитывать при принятии экономических решений, это всегда **альтернативные издержки**, т. е. альтернативная стоимость (ценность) ресурсов при наилучшем альтернативном варианте их применения.

Основная часть затрат фирмы представляет собой **явные издержки** – денежные выплаты поставщикам факторов производства (фактические расходы на оборудование, сырье, энергию, зарплату, аренду и т. д.).

Вместе с тем, часто фирма использует ресурсы, которые принадлежат ей самой (собственный капитал в денежной форме, собственные производственные помещения, профессиональные навыки владельца фирмы и т. п.), что фактически связано с отказом от получения дохода при их альтернативном применении, то есть с определенными издержками. Такие альтернативные издержки использования ресурсов, принадлежащих самой фирме, представляют собой **неявные издержки**.

Хотя неявные издержки не отражаются в бухгалтерской отчетности (не включаются в бухгалтерские издержки), их необходимо брать в расчет при

Микроэкономика

принятии экономических решений, что позволяет эффективно использовать все вовлеченные в процесс производства ресурсы. Исходя из этого, в понятие **экономические издержки** должна включаться альтернативная стоимость всех используемых ресурсов, в том числе и **нормальная прибыль** как минимальный доход предпринимателя, необходимый для привлечения и удержания этого ресурса в данном производственном процессе. В нормальную прибыль войдут: процент на собственный капитал, арендная плата, которую можно было бы получить, сдавая внаем собственное здание, доход от продажи собственных услуг труда и т. п.

В связи со сказанным выше, имеются существенные различия между понятиями бухгалтерская и экономическая прибыль. **Бухгалтерская прибыль** – это разница между общей выручкой фирмы и явными (денежными) издержками. **Экономическая прибыль** – это разница между общей выручкой фирмы и всеми издержками (явными и неявными, включая нормальную прибыль предпринимателя). Таким образом, экономическая прибыль представляет собой доход, полученный сверх нормальной прибыли.

Издержки подразделяются на постоянные и переменные. **Постоянные издержки** – это расходы, которые остаются неизменными, каково бы ни было количество производимой продукции (плата за аренду помещения, затраты на оборудование, оплата управленческого и административного персонала и т. п.). На рис. 6.1, FC – постоянные издержки.

**Переменные издержки** меняются в прямой зависимости от объема производства. Они связаны с затратами на покупку сырья и рабочей силы. Динамика переменных издержек **VC** неравномерна: начиная с нуля, по мере роста производства они первоначально растут очень быстро; затем, по мере дальнейшего увеличения объемов производства, начинает сказываться фактор экономии на массовом производстве, и рост переменных издержек становится уже более медленным, чем увеличение продукции. В дальнейшем, однако, когда вступает в действие закон убывающей производительности, переменные издержки снова начинают обгонять рост производства.

Следует подчеркнуть, что о разделении издержек на постоянные и

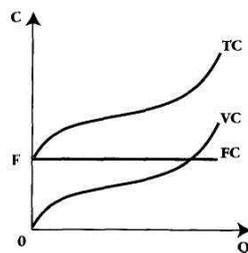


Рис. 6.1. Постоянные, переменные и валовые издержки фирмы

переменные можно говорить только применительно к краткосрочному периоду функционирования фирмы. Другими словами, исходя из анализа видов издержек и их динамики, мы можем провести различие между краткосрочным и долгосрочным периодами функционирования

фирмы. **В краткосрочном периоде** постоянные издержки остаются неизменными, и фирма может изменять объем выпускаемой продукции только с помощью изменения величины переменных издержек. **В долгосрочном периоде** все издержки становятся переменными, то есть это достаточно длительный временной интервал для того, чтобы фирма могла изменить свои производственные мощности.

Микроэкономика

**Валовые (общие) издержки (ТС)** – сумма постоянных и переменных издержек при каждом конкретном уровне производства (сдвиг **VC** вверх на величину **OF**).

Неравномерное изменение валовых издержек приводит к тому, что меняются по мере роста объема производства и издержки на единицу продукции – **средние издержки**, равные валовым издержкам, деленным на произведенное количество товара ( $AC = TC/Q$ ). Кривая средних издержек обычно имеет L-образную форму (рис. 6.2).

Сначала средние издержки весьма высокие. Это связано с тем, что большие постоянные издержки распределяются на незначительный объем продукции. По мере роста производства постоянные издержки приходятся на все большее число единиц продукции, и средние издержки быстро падают, доходя до минимума в точке **М**. По мере роста объема производства основное влияние на величину средних издержек начинают оказывать не постоянные, а переменные издержки.

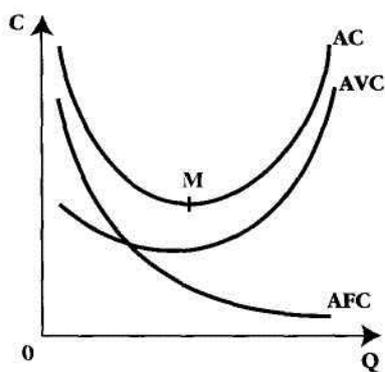


Рис. 6.2. Средние издержки фирмы

Поэтому вследствие закона убывающей доходности кривая начинает идти вверх.

Следует обратить внимание, что кривая средних издержек непосредственно зависит от кривых средних постоянных издержек (**AFC**) и средних переменных издержек (**AVC**):  $AC = AFC + AVC$ .

Кривая средних издержек имеет большое значение для предпринимателя, поскольку позволяет определить, при каком объеме производства издержки на единицу продукции будут минимальными.

**Равновесие фирмы в краткосрочном периоде.**

В условиях совершенной конкуренции при любом сложившемся уровне цены существует своего рода «внешний предел», при котором производители вступают в данную отрасль или же выталкиваются из нее. Повышение цены обуславливает появление новых фирм и сохранение старых. Снижение цены приводит к тому, что предприятия с высоким уровнем издержек становятся убыточными, и должны данную отрасль покинуть.

Рис. 6.3 показывает три возможных варианта положения фирмы на рынке.

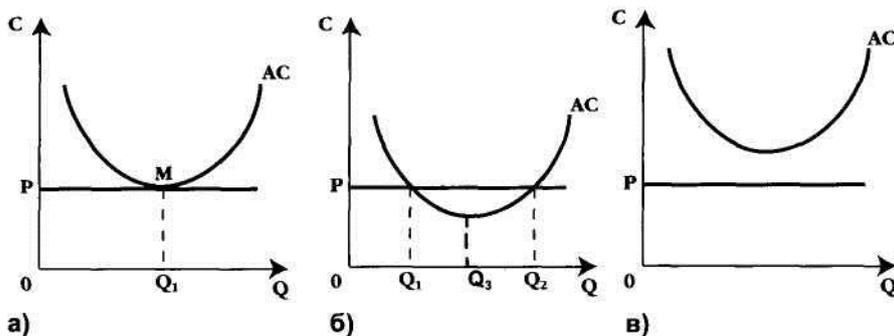


Рис. 6.3. Положение конкурентной фирмы на рынке

Если линия цены **P** лишь касается кривой средних издержек **AC** в минимальной точке **М** (рис. 6.3а), то фирма в состоянии лишь покрыть свои минимальные средние издержки.

Точка **М** в данном случае является точкой нулевой прибыли.

**Нормальная прибыль** как нормальная отдача от капитала, определяемая путем конкуренции во всех отраслях с одинаковым уровнем риска, или вознаграждение фактора предпринимательства, является составной частью издержек. Обычно фактор предпринимательства рассматривается как постоянный фактор. В связи с этим нормальная прибыль относится на постоянные издержки.

Если средние издержки ниже цены (рис. 6.3б), то фирма при определенных объемах производства (от  $Q_1$  до  $Q_2$ ) получает сверхприбыль, или **квазиренду**, большую, чем нормальная прибыль.

Если средние издержки фирмы при любом объеме производства выше рыночной цены (рис. 6.3в), то данная фирма терпит убытки и разорится, если не будет реорганизована или не уйдет с рынка.

Поскольку динамика средних издержек, характеризующая положение фирмы на рынке, сама по себе не определяет точки оптимального объема производства (максимум прибыли), следует рассмотреть **предельные издержки**, т. е. дополнительные издержки, связанные с производством дополнительной единицы продукта наиболее дешевым способом, представленные как разность между издержками производства  $n$  единиц и издержками производства  $n-1$  единиц:  $MC = TC_n - TC_{n-1}$ .

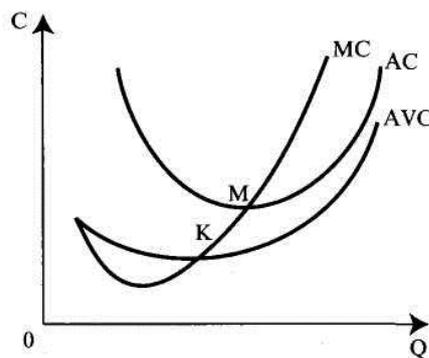


Рис. 6.4. Предельные издержки фирмы

Кривая предельных издержек (рис. 6.4) не зависит от постоянных издержек, потому что постоянные издержки существуют независимо от того, производится ли дополнительная единица продукции. Сначала предельные издержки сокращаются, оставаясь ниже средних издержек, поскольку если издержки на единицу продукции

убывают, следовательно, каждый последующий продукт стоит меньше средних издержек предшествующих продуктов, т. е. средние издержки выше предельных. Последующий рост средних издержек означает, что предельные издержки становятся выше предшествующих средних издержек. Таким образом, линия предельных издержек пересекает линию средних издержек в ее минимальной точке M.

Производство дополнительной единицы продукции, порождая дополнительные издержки, с другой стороны, приносит и дополнительный доход, выручку от ее продажи. Величина дополнительного, или предельного дохода (предельной выручки) представляет собой разность между валовой выручкой от продажи  $n$  и  $n-1$  единиц продукции:  $MR = TR_n - TR_{n-1}$ . В условиях свободной конкуренции, как известно, производитель не может повлиять на уровень рыночной цены, и, следовательно, продает любое количество своей продукции по одной и той же цене. Это значит, что в условиях свободной конкуренции дополнительный доход от продажи дополнительной единицы продукции будет при любом объеме одинаков, т. е. предельный доход будет равен цене:  $MR = P$ .

Микроэкономика

Пока предельные издержки будут меньше, чем предельный доход, фирма может расширять производство. Если предельные издержки начнут превышать предельный доход, фирма будет нести убытки.

С увеличением производства кривая предельных издержек (MC) идет вверх и

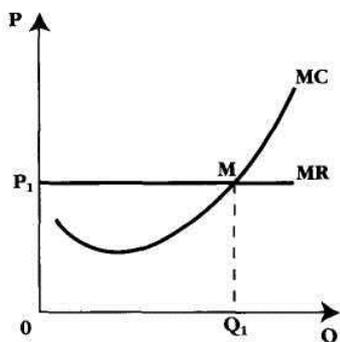


Рис. 6.5. *Равновесие фирмы на рынке совершенной конкуренции*

пересекает линию предельного дохода в точке М (рис. 6.5). Любое отклонение от этой точки приводит к потерям для фирмы либо в виде прямых убытков при большем объеме производства, либо в результате

сокращения массы прибыли при уменьшении выпуска продукции.

Таким образом, условие равновесия фирмы, как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде можно сформулировать следующим образом:  $MC = MR$ . Любая фирма, добивающаяся прибыли, стремится установить такой объем производства, при котором соблюдается это условие равновесия. На рынке совершенной конкуренции предельный доход всегда равен цене, поэтому условием равновесия фирмы является  $MC = P$ .

Соединив анализ предельных издержек и предельного дохода с анализом динамики средних издержек, можно определить объем получаемой прибыли. Общая прибыль фирмы равна  $TR - TC$ .

В свою очередь  $TR = Q \times P$ , а  $TC = Q \times AC$ .

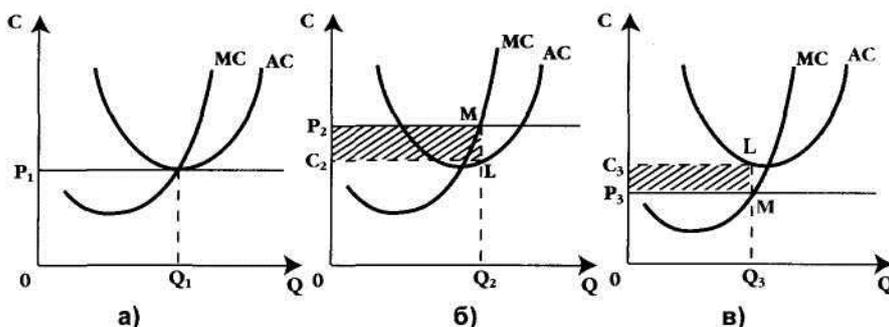


Рис. 6.6. *Прибыли и убытки фирмы на рынке совершенной конкуренции*

Когда линия предельного дохода лишь касается кривой средних издержек (рис. 6.6а), валовая выручка равна валовым издержкам. Прибыль фирмы будет нормальной,

поскольку цена ее продукции равна средним издержкам.

Если линия цены и предельного дохода располагается выше кривой средних издержек (рис. 6.6б), то в точке равновесия М фирма будет получать квазиренду, т. е. прибыль, превышающую нормальный уровень. При оптимальном объеме производства  $Q_2$  средние издержки будут равны  $C_2$ , следовательно, валовые издержки составят площадь прямоугольника  $OC_2LQ_2$ . Валовая выручка (прямоугольник  $OP_2MQ_2$ ) будет больше, и площадь прямоугольника  $C_2P_2ML$  – общая массу получаемой сверхприбыли.

В иной ситуации (рис. 6.6в), когда средние издержки при любом объеме производства превышают рыночную цену, даже при оптимальном объеме

## Микроэкономика

производства ( $MC=P$ ) фирма несет убытки, хотя они и меньше, чем при других объемах производства (прямоугольник  $P_3C_3LM$ ). Если фирма не получает прибыли, то она должна минимизировать убытки. Таким образом, пока цена выше минимальных средних переменных издержек, фирме в краткосрочном периоде выгоднее продолжать производить продукцию, поскольку в этом случае минимизируются убытки. Если цена равна минимальным средним переменным издержкам, то для нее безразлично, продолжать производство или останавливать его. Если же цена упадет ниже минимальных средних переменных издержек, тогда производство продукции должно быть прекращено.

Кривая предельных издержек  $MC$  является фактически кривой краткосрочного предложения фирмы. Суммируя индивидуальные кривые предложения всех фирм отрасли, можно получить **кривую совокупного отраслевого предложения**. По мере постепенного повышения цены различные фирмы, работающие в данной отрасли, расширяют свое производство и свое предложение. Изменение рыночной цены на какой-либо товар будет происходить до тех пор, пока совокупный спрос на продукцию отрасли не сравняется с совокупным отраслевым предложением. Такое равенство достигается при определенном уровне цены, которая после этого имеет тенденцию сохранять этот уровень в течение краткосрочного периода.

### **Технологический и институциональный подход.**

**Технологический (функциональный) подход** к изучению фирмы сформировался на базе неоклассических взглядов на микроэкономические процессы. В его основе лежит предположение о том, что всегда есть возможность определить функцию, выражающую максимальный объем выпуска при заданном уровне развития техники и технологии, при всех возможных комбинациях факторов производства, имеющих в наличии. Такая функция в экономической теории получила название **производственной**. С ее помощью мы можем определить, посредством какой пропорции между отдельными ресурсами достигается оптимальный объем производства с точки зрения соотношения затрат и выпуска.

В рамках технологического подхода центральной является проблема определения оптимального размера, или границ фирмы. В соответствии с действием **эффекта экономии на масштабах производства, или возрастающей отдачи от масштаба**, оптимальным размером фирмы можно считать тот, до достижения которого не происходит резкого роста переменных издержек. Другими словами, положительный эффект экономии на масштабе производства используется полностью.

В рамках институциональной экономической теории разработан альтернативный, **институциональный подход**, в соответствии с которым центральной проблемой изучения фирмы становятся не условия максимизации прибыли, а объяснение феномена возникновения фирмы, закономерностей ее дальнейшего развития и, в конечном итоге, исчезновения. Помимо категории института для объяснения существования и внутренней структуры фирмы, в этой теории используются такие ключевые понятия, как транзакционные издержки, оппортунистическое поведение, асимметричность информации, специфичность ресурсов и контракт.

## Микроэкономика

**Показатели эффективности деятельности фирм** – это абсолютные и относительные данные. Основной из них – **прибыль** – конечная цель и основной критерий деятельности фирмы.

На основе полученной абсолютной прибыли исчисляются относительные **показатели рентабельности**: рентабельность продаж; рентабельность активов; рентабельность основного капитала; рентабельность собственного капитала; средняя норма рентабельности.

Важный показатель эффективности – **объем продаж**. Он отражает масштабы деятельности фирмы и темпы ее роста. На основе этого показателя исчисляются относительные показатели эффективности:

- отношение объема продаж к активам;
- отношение объема продаж к основному капиталу;
- отношение объема продаж к оборотному капиталу;
- отношение объема продаж к материально-производственным запасам;
- доля издержек производства в стоимости реализованной продукции;
- отношение объема продаж к общему числу занятых.

Показатели, характеризующие фирму, необходимо анализировать в динамике, в сравнении. Так, например, прибыль может по годам увеличиваться или уменьшаться. Могут быть убыточные годы.

## Лекция 3

### Тема 3.1. Типы рыночных структур.

Различия в характере рыночной конкуренции связаны с существованием различных рыночных структур, которые отличаются друг от друга по количеству и размерам действующих на данном рынке фирм, характеру производимой этими фирмами продукции, возможности входа на рынок новых фирм и выхода из него, а также доступностью информации, необходимой для принятия экономических решений.

Наиболее эффективно рыночный механизм действует в условиях свободной, или **совершенной конкуренции**, т. е. когда ситуация на рынке характеризуется:

1. множеством покупателей и продавцов;
2. высокой мобильностью факторов производства;
3. отсутствием барьеров на пути вступления на рынок или выхода из него;
4. однородностью (стандартностью) продаваемой продукции;
5. равным доступом всех участников рыночных отношений к информации.

В результате, при совершенной конкуренции доля каждого участника в продажах или покупках незначительна, поэтому ни один из продавцов или покупателей сам по себе не в состоянии воздействовать на рыночную цену.

Совершенная конкуренция в чистом виде никогда и нигде не существовала, поэтому совершенную конкуренцию можно рассматривать как своего рода научную абстракцию, анализ которой необходим для уяснения принципов функционирования рыночного механизма.

Если хотя бы один из признаков совершенной конкуренции отсутствует, то такая рыночная структура называется **несовершенной конкуренцией**. Различают три основных вида несовершенной конкуренции:

1. **чистая монополия**, когда на рынке одна фирма является единственным продавцом товара или услуги и границы фирмы и отрасли совпадают;
2. **олигополия**, когда в отрасли существует небольшое число фирм;
3. **монополистическая конкуренция**, которая характеризуется наличием на рынке сравнительно большого числа фирм, производящих дифференцированную продукцию.

Независимо от типа рыночных структур, необходимым условием их нормального функционирования является экономическая свобода, самостоятельность, независимость субъектов экономических отношений.

#### **Механизм рынка совершенной конкуренции.**

В условиях совершенной конкуренции производитель практически не может воздействовать на уровень рыночной цены, поэтому именно уровень издержек производства оказывает определяющее воздействие и на размер прибыли, и на возможности расширения производства, и на то, останется ли фирма вообще на данном рынке или будет вынуждена покинуть его.

Таким образом, отраслевое предложение как сумма рыночного предложения отдельных фирм зависит в конечном итоге от уровня издержек производства, а вид кривой предложения непосредственно связан с динамикой издержек.

#### **Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.**

Микроэкономика

По мере увеличения периода времени, 1) для отдельной фирмы исчезает различие между постоянными и переменными издержками, и все издержки становятся переменными; 2) на рынке в целом изменяется число фирм.

При планировании долгосрочного расширения или сокращения объемов производства фирма не может ограничиться только увеличением или сокращением переменных издержек. В этом случае эффективность производства снизится, поскольку при сохранении неизменными производственных мощностей (постоянных издержек) нарушится оптимальное сочетание факторов производства. Для увеличения получаемой прибыли фирма стремится к снижению средних издержек, поэтому в долгосрочном периоде она изменяет свои размеры при изменении объемов производства. Поскольку при этом меняется величина постоянных издержек, то фирма как бы «переходит» на новую кривую средних издержек (**AC**).

Положение новой кривой **AC** относительно старой зависит от действия **эффекта масштаба** (рис. 6.8).

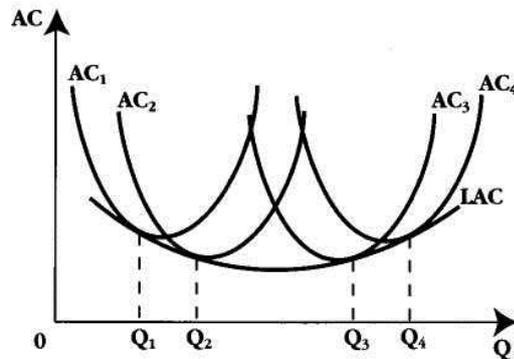


Рис. 6.8. Долгосрочные средние издержки фирмы

При возрастающей отдаче от масштаба производства, пропорциональное увеличение всех затрат приводит к снижению средних издержек (**AC<sub>1</sub> – AC<sub>2</sub>**). При убывающей отдаче от масштаба, когда объемы производства слишком велики, пропорциональное увеличение всех затрат приводит к повышению средних издержек (**AC<sub>3</sub> – AC<sub>4</sub>**). Линия **LAC**, огибающая все возможные краткосрочные кривые средних издержек, представляет собой долгосрочную кривую средних издержек: ее нисходящий участок соответствует возрастающей отдаче от масштаба, а восходящий участок – убывающей отдаче от масштаба. При изменении своего размера фирма каждый раз «переходит» на новую краткосрочную кривую **AC** и в то же время движется вдоль долгосрочной кривой **LAC**.

Таким образом, изменяя величину всех вовлекаемых в производство ресурсов, фирма стремится оптимизировать свой размер и минимизировать долгосрочные средние издержки.

Если рыночная цена выше средних издержек и фирма получает квазиренду, то в этом случае новые фирмы, привлеченные возможностью получить сверхприбыль, будут стремиться в эту отрасль. Предложение продукции начнет расти, и в результате конкуренция между фирмами приводит к снижению цены и исчезновению квазиренды.

Когда ситуация на рынке складывается для фирмы неблагоприятно и цена на ее продукцию оказывается ниже средних издержек, то фирма, оказавшаяся в таком положении, уходит с рынка, и предложение продукции сокращается. Цена начинает возрастать, пока фирма не будет получать нормальную прибыль.

Если цена равна минимальным средним издержкам, то в этом случае не наблюдается тенденции к изменению числа функционирующих в отрасли фирм,

## Микроэкономика

данная конкурентная отрасль находится в состоянии полного долгосрочного равновесия:  **$MC = P = AC = LAC$** .

Таким образом, в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде достигается экономическая эффективность как с точки зрения использования ограниченных ресурсов в данном процессе производства, так и с точки зрения их распределения между различными производственными процессами:

1)  **$P = AC$**  показывает, что фирма достигает равновесия при равенстве цены и минимальных средних издержек, то есть в производстве используются наиболее эффективные технологии с наименьшим расходом ресурсов.

2)  **$AC = LAC$**  предусматривает, что фирма имеет оптимальные размеры, когда краткосрочные средние издержки равны минимальным долгосрочным средним издержкам.

3)  **$P = MC$**  показывает, что цена как мера предельной полезности данного продукта равна предельным издержкам как мере альтернативной стоимости дополнительной единицы продукта. Это условие показывает, что ограниченные ресурсы распределены в соответствии с предпочтениями потребителей.

**Механизм рынка несовершенной конкуренции.**

**Основные типы рыночных структур несовершенной конкуренции.**

Более адекватной реальности является модель рынка несовершенной конкуренции, разновидности которой представлены в таблице.

**Рыночные структуры несовершенной конкуренции**

Модели рынка несовершенной конкуренции	Количество фирм в отрасли	Характер продукции	Входные барьеры	Контроль над ценой
Чистая монополия	Одна фирма (отрасль представлена одной фирмой)	Однородная продукция, не имеющая субститутов	Высокие	Полный
Дуополия	Две фирмы	Однородная	Высокие	Частичный
Олигополия	Малое количество фирм	Однородная или с незначительной дифференциацией	Высокие	Частичный
Монополистическая конкуренция с дифференциацией продукта	Множество фирм	Разнородная продукция	Низкие	Слабый

**Входной барьер при вступлении на рынок** – это условие, которое затрудняет вступление фирм-новичков в отрасль, где хозяйствуют «старожилы» данной отрасли. К основным видам входных барьеров относятся следующие:

1) Правительство наделяет фирму исключительными правами (выдача правительственной лицензии на определенный вид деятельности).

2) Собственность на невозпроизводимые и редкие ресурсы.

3) Авторские права и патенты. Фирма, чья деятельность защищена патентом, обладает исключительным правом на продажу лицензий, а это дает ей монопольные преимущества.

4) Эффект масштаба, т. е. преимущества крупного производства, позволяющие снижать издержки, наращивая объем выпуска продукции.

Нелегальные методы борьбы с новыми потенциальными конкурентами (мафиозные структуры).

Входные барьеры помогают лучше понять, почему так различна концентрация рынка в различных сферах хозяйственной деятельности, а также причины отклонения от идеальной модели совершенной конкуренции, где действует множество фирм.

**Чистая монополия.**

Микроэкономика

В реальной действительности практически невозможно найти ситуацию, когда на рынке действовал бы единственный производитель товаров, не имеющих субститутов. При этом кривая спроса на продукцию фирмы монополиста была бы

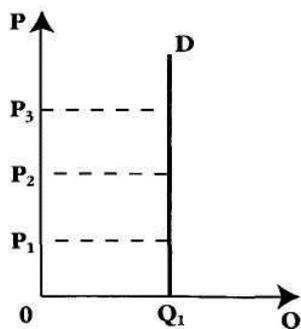


Рис. 7.1. Абсолютно неэластичный спрос и монополярная власть над ценой

абсолютно неэластичной (рис. 7.1): при любых ценах, и даже очень высоких, покупатель все равно будет приобретать товар в количестве  $Q_1$ . Однако платежеспособный спрос ограничен, и фирма не может двигаться до бесконечности вверх (повышая цены). Следовательно, чистая монополия – это теоретическая абстракция, которая выражает рыночную ситуацию, полярную

совершенной конкуренции. Эти модели позволяют сформулировать условия рационального поведения индивидуальной фирмы, стремящейся к максимизации своей прибыли в каждой из этих ситуаций.

В условиях **чистой монополии** на рынке присутствует единственный продавец товара, не имеющего близких субститутов. Монополист-продавец вступает в рыночные отношения только с покупателями его продукции. Характер этих взаимоотношений таков: если монополист снижает цену, у него будут покупать товаров больше. Это объясняется тем, что монополист сознательно ищет и устанавливает такой уровень цены, при котором прибыль была бы максимальной. При этом функция спроса является заданной, т. е. предполагается, что монополист не в силах ее изменить. И если монополист захватил весь рынок, то кривая спроса на его продукцию – это **отраслевая кривая спроса**. Следовательно, для того, чтобы продать дополнительное количество продукции, необходимо снизить цену.

Для сравнения, совершенно конкурентная фирма (рис. 7.2а) может продать, сколько она хочет, не оказывая при этом влияния на рыночную цену. Следовательно, линия спроса  $D$  на ее продукцию горизонтальна. Невозможность влиять на рыночную цену связана с относительно небольшим объемом

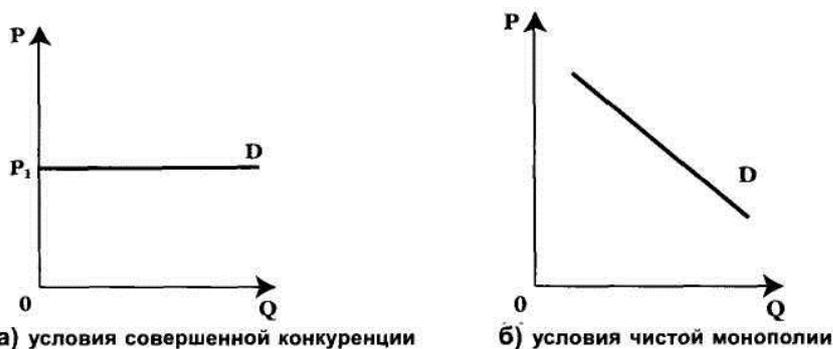


Рис. 7.2. Кривая спроса на продукцию фирмы при совершенной и несовершенной конкуренции

производства у фирм, входящих в отрасль. Поэтому сколько бы фирма ни поставила товара на рынок, все равно это количество слишком мало, чтобы оказывать воздействие на сложившуюся на рынке цену.

В случае фирмы – несовершенного конкурента (рис. 7.2б) кривая спроса  $D$  имеет отрицательный наклон, поскольку, чем больше количество товаров, которое намерена продать фирма, тем ниже должна быть цена, которую она установит.

Микроэкономика

**Вывод:** горизонтальность линии спроса на товар, производимый фирмой, характеризует ее как совершенного конкурента. Если же линия спроса имеет отрицательный наклон, то мы имеем дело с фирмой-монополистом.

При рассмотрении проблемы максимизации прибыли чистой монополией, можно воспользоваться двумя способами:

1. Методом сравнения валового дохода (TR) и валовых издержек (TC);
2. Методом сравнения предельного дохода (MR) и предельных издержек (MC).

Таблица 7.2.

Количество товаров, цена и виды доходов монополиста			
1	2	3	4
Количество единиц товара, Q	Цена, P	Валовой доход, TR	Предельный доход, MR
1	41	41	41
2	39	78	37
3	37	111	33
4	35	140	29
5	33	165	25
6	31	186	21
7	29	203	17
8	27	216	13
9	25	225	9
10	23	230	5
11	21	231	1
12	19	228	-3

Поскольку для продажи каждой дополнительной единицы продукции монополист должен понижать ее цену, следует рассмотреть динамику цены, валового дохода и предельного дохода (табл. 7.2), где  $TR = P \times Q$ ;  $MR = TR_n - TR_{n-1}$ .

Валовой доход растет, несмотря на понижение цены, вплоть до продажи

11 единиц товара и достигает при этом максимума. Монополист снижает цену, но зато расширяет объем продаж. Но, начиная с 12-й единицы продукта, при снижении цены до 19 долл. и далее, валовой доход начинает уменьшаться. Теперь проигрыш от снижения цен уже не компенсируется выигрышем от расширения продаж: валовой доход последовательно сокращается.

Кривая валового дохода фирмы при несовершенной конкуренции имеет «холмообразный» вид (рис. 7.3).

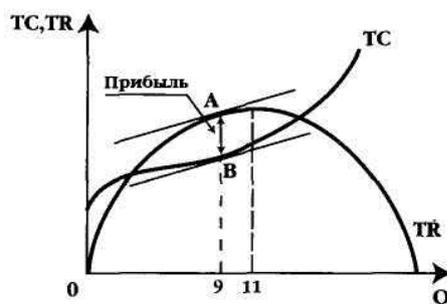


Рис. 7.3. Валовой доход и валовые издержки монополиста

Максимум общей прибыли будет при таком объеме выпуска, когда разница между TR и TC максимальна: максимальное расстояние между TR и TC будет соответствовать расстоянию между точками A и B, т. е. когда произведено 9 ед. продукции. Не следует смешивать максимум валового дохода и максимум общей прибыли: при выпуске 11 ед. достигается наибольший объем TR, но максимум прибыли будет достигнут при 9 ед. продукции.

Микроэкономика

Альтернативный способ определения максимума прибыли требует сопоставления предельного дохода (MR) и предельных издержек (MC).

**Предельный доход** – это дополнительный доход от продажи дополнительной единицы товара:  $MR = TR_n - TR_{n-1}$ .

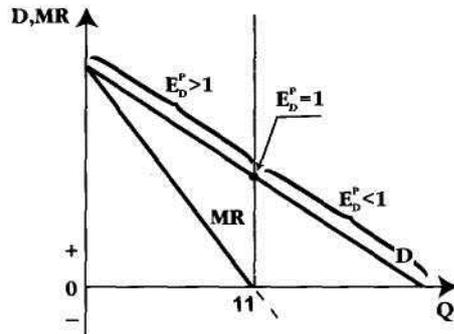


Рис. 7.4. Спрос и предельный доход монополиста

Если фирма – совершенный конкурент, то она будет продавать каждую дополнительную единицу товара по одной и той же неизменной цене. В условиях совершенной конкуренции предельный доход равен цене

товара, т. е.  $MR = P$ .

В условиях несовершенной конкуренции (рис. 7.4)  $MR$  снижается быстрее, чем спрос  $D$ , т. е. предельный доход меньше цены ( $MR < P$ ). Ведь для того, чтобы продать дополнительную единицу продукции, несовершенный конкурент снижает цену, что дает ему некий выигрыш, но одновременно приносит и определенные потери. Дело в том, что, продав следующую единицу товара по более низкой цене, производитель снизил тем самым и цену каждой из предыдущих единиц продукции. Следовательно, теперь все покупатели платят более низкую цену, и после того, как валовой доход достигает своего максимума, предельный доход становится отрицательной величиной.

Известно, что средние издержки ( $AC$ ) имеют вначале, когда количество единиц продукции увеличивается, тенденцию к уменьшению. Однако впоследствии, когда достигается и превосходит некоторый объем производства, средние издержки начинают расти.

Достижение фирмой полного равновесия требует выполнения двух условий:

1. Предельный доход должен равняться предельным издержкам;
2. Цена должна равняться средним издержкам, а значит:  $MC = MR = P = AC$ .

Поведение на рынке фирмы-монополиста будет точно так же определяться динамикой предельного дохода ( $MR$ ) и предельных издержек ( $MC$ ), потому, что **каждая дополнительная единица продукции добавляет некую величину к валовому доходу и одновременно к валовым издержкам. Эти величины – предельный доход и предельные издержки.** Пока разность между  $MR$  и  $MC$  положительна, фирма расширяет свое производство. Когда  $MR = MC$ , наступает равновесие фирмы.

**Прибыль** – это разница между валовым доходом и валовыми издержками. Монополист будет понижать цену, стремясь увеличить свою прибыль до того момента, когда предельный доход ( $MR$ ) будет равен предельным издержкам ( $MC$ ), в данном случае при продаже 9 единиц товара. Именно в этом случае объем прибыли будет максимальным. Дальнейшее понижение цены приведет к уменьшению прибыли монополиста.

В условиях несовершенной конкуренции равновесие фирмы ( $MC = MR$ ) достигается при таком объеме производства, когда средние издержки не достигают своего минимума. Цена при этом выше средних издержек. При совершенной

конкуренции соблюдается равенство  $MC = MR = P - AC$ . При несовершенной конкуренции  $(MC = MR) < AC < P$ .

Монополист, стремящийся максимизировать прибыль, всегда действует на эластичном участке кривой спроса, поскольку только при коэффициенте эластичности, большем единицы  $E^D > 1$ , предельный доход положителен. **На эластичном участке кривой спроса снижение цены обеспечивает монополисту увеличение валового дохода.** При  $E^D = 1$ , предельный доход нулевой, а при  $E^D < 1$ , предельный доход приобретает отрицательное значение.

Итак, максимум прибыли можно определить, сравнивая  $TR$  и  $TC$  при различных объемах выпуска продукции; тот же результат получится, если сравнивать  $MR$  и  $MC$ .

При совершенной конкуренции прибыль выше нормальной сравнительно быстро исчезает под влиянием наплыва новых фирм.

Если же барьеры для вхождения в отрасль достаточно высоки, то монопольная прибыль приобретает устойчивый характер. В долгосрочном периоде любая монополия является открытой, поэтому в длительном временном периоде действует тенденция к исчезновению монопольной прибыли по мере внедрения в отрасль новых производителей.

Для измерения степени монопольной власти в экономической теории используется индекс Лернера:  $L = P - MC / P$ .

Чем больше разрыв между  $P$  и  $MC$ , тем больше степень монопольной власти. Величина  $L$  находится в интервале между 0 и 1. При совершенной конкуренции, когда  $P = MC$ , индекс Лернера будет равен 0.

#### Ценовая дискриминация.

**Ценовая дискриминация** – это продажа одного и того же товара разным потребителям или группам потребителей по разным ценам, причем различия в ценах не обусловлены различиями в издержках производства.

Смысл проведения политики ценовой дискриминации состоит в **стремлении монополиста присвоить себе излишек потребителя** и тем самым максимизировать свою прибыль. В зависимости от того, в какой степени это ему удастся, ценовая дискриминация подразделяется на три вида: дискриминация первой, второй и третьей степени.

**При ценовой дискриминации первой степени, или совершенной ценовой дискриминации** монополист продает каждую единицу товара каждому покупателю по его резервированной цене, т. е. той максимальной цене, которую потребитель согласен заплатить за данную единицу товара. Это означает, что весь излишек потребителя присваивается монополистом, а кривая предельного дохода совпадает с кривой спроса на его продукцию (см. рис. 7.6).

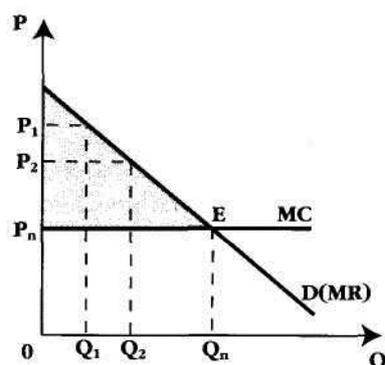


Рис. 7.6. Совершенная ценовая дискриминация

При проведении ценовой дискриминации первой степени монополист продает первую единицу товара  $Q_1$ , по ее резервированной цене  $P_1$ , то же самое касается и второй (продается  $Q_2$  по цене  $P_2$ ), и

последующих единиц товара. Тогда кривая  $MR$  совпадет с кривого спроса  $D$ , а объем продаж, максимизирующий прибыль, соответствует точке  $Q_n$ , т. к. именно в точке  $E$  кривая предельных издержек ( $MC$ ) пересекается с кривого спроса  $D$  ( $MR$ ) дискриминирующего монополиста.

Следовательно, предельный доход от продажи дополнительной единицы продукции в каждом случае будет равен ее цене, как и в условиях совершенной конкуренции. В результате прибыль монополиста возрастет на величину, равную излишку потребителя.

**Ценовая дискриминация второй степени** – это ценовая политика, суть которой заключается в установлении различных цен в зависимости от количества покупаемой продукции. При покупке большего количества товаров потребителю устанавливают более низкую цену за каждый экземпляр товара. Очень часто проведение ценовой дискриминации второй степени выступает в виде различных ценовых скидков (дисконтов).

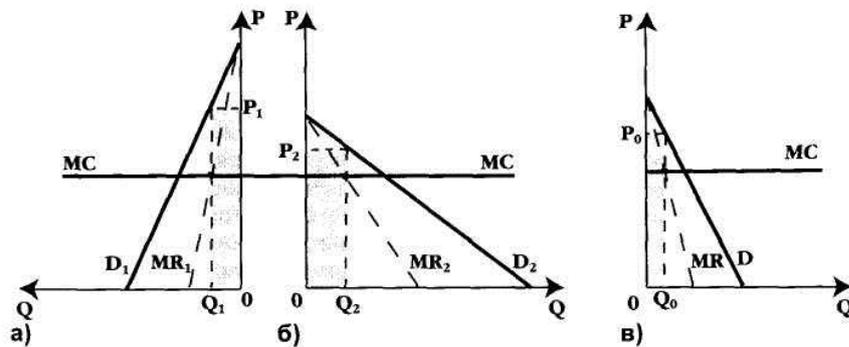


Рис. 7.7. Ценовая дискриминация третьей степени

**Ценовая дискриминация третьей степени** – это ситуация, когда монополист продает товары разным группам покупателей с различной эластичностью спроса по цене. Здесь происходит **сегментация рынка**, т. е. разделение покупателей на группы в зависимости от их покупательной способности. Монополист создает «дорогой» и «дешевый» рынки. На «дорогом» рынке спрос низкоэластичен, что позволяет монополии увеличить выручку за счет повышения цены, а на «дешевом» – высокоэластичен, что дает возможность увеличить общую выручку за счет продажи большего количества продукции по более низким ценам (рис 7.7). Предельные издержки  $MC$  одинаковы при продаже продукции по разным ценам. Пересечение кривых  $MC$  и  $MR$  определяет уровень цены. Поскольку ценовая эластичность на «дорогом» и «дешевом» рынках разная, постольку и цены на них окажутся различными в результате ценовой дискриминации. На «дорогом» рынке монополист установит цену  $P_1$ , и объем продаж составит  $Q_1$ . На «дешевом» рынке цена будет на уровне  $P_2$  и объем продаж  $Q_2$ . Валовой доход во всех случаях показан заштрихованными прямоугольниками. Сумма площадей прямоугольников в случаях а) и б) окажется выше, чем площадь, обозначающая валовой доход у монополиста, не проводящего ценовую дискриминацию (рис. 7.7в).

Самая сложная проблема ценовой дискриминации третьей степени – надежно отделить «дорогой» рынок от «дешевого», ориентируясь на разную эластичность спроса по цене у разных потребителей. Если этого не сделать, то идея максимизации прибыли не будет реализована. Ведь потребители

«дешевого» рынка купят на нем продукцию по низким ценам, и перепродадут ее на «дорогом» рынке.

**Естественная монополия.**

В некоторых отраслях экономики наиболее эффективна организация производства на базе единственной фирмы, а не нескольких фирм-конкурентов, т. е. производство любого объема продукции в рамках одной фирмы обходится дешевле, чем в нескольких.

Эта эффективность обусловлена особой значимостью для таких отраслей роста масштаба производства, когда **долгосрочные средние издержки производителя достигают своего минимума и продолжают сохраняться на низком уровне в течение длительного времени вместе с ростом объема выпускаемой продукции.** Чем выше объем выпуска продукции, тем ниже средние издержки, при этом предельные издержки ниже средних при всех уровнях объемах производства.

Отрасль, в которой деятельность единственной фирмы более эффективна в силу наличия существенной экономии от масштаба, сопровождающей рост производства, называется **естественной монополией.**

В такой отрасли наиболее эффективный масштаб производства товара близок к тому количеству, на которое рынок предъявляет спрос по любой цене, достаточной для покрытия издержек производства. Одна фирма целиком может обеспечивать весь спрос, предъявляемый на ее товар (услугу).

Ситуация естественной монополии порождается технологией, использующей значительный объем постоянного компонента издержек производства, что сопровождается существенной экономией на масштабах выпуска. Разделение выпуска между 2–3 или большим количеством фирм приведет к тому, что масштабы производства каждой будут неэффективно малы и наличие более, чем одного продавца приведет к росту издержек. Конкуренция здесь невозможна и в силу того, что самая крупная фирма всегда обладает преимуществами в части издержек перед своими соперниками, а мелкие фирмы, в этих условиях, по-видимому, не способны выдержать конкуренции и будут вытеснены с рынка.

Поскольку отрасль естественной монополии требует только одного эффективного производителя, этот производитель приобретает огромную рыночную власть, назначая цены, намного превышающие его издержки, что создает проблему неэффективности распределения ресурсов с точки зрения общества, т. е. цена оказывается выше, а объем выпуска ниже оптимального для отрасли. Кроме того, высокая цена на продукцию естественного монополиста ведет к повышению цен в отраслях, использующих продукт такой фирмы в качестве ресурса, т. е. неэффективность естественного монополиста распространяется по всей технологической цепочке взаимосвязанных отраслей.

Основной задачей регулирования деятельности естественных монополий является создание барьеров для повышения цен на производимые блага или для искусственного ограничения объемов выпуска, что также может вести к повышению цен. Правительство, как правило, сохраняет за собой право определять региональные границы деятельности естественного монополиста, регулировать качество его услуг и контролировать цены, которые он может назначать.

## Микроэкономика

В рыночной экономике фактором снижения цен и увеличения объема предложения товара является конкуренция. Однако в рассматриваемой ситуации препятствием для включения механизма конкуренции является экономия от масштаба. Естественная монополия в этих условиях является структурой, минимизирующей издержки производства. Масштаб производства, таким образом, является фактором, создающим барьеры для вхождения конкурента в отрасль. Если бы цена и выпуск продукции устанавливались конкурентным путем, то в этом случае объем производства каждой фирмы был бы на более низком уровне, а следовательно, и с более высокими средними издержками. Следовательно, антимонопольное регулирование, препятствующее образованию естественной монополии, увеличило бы общие издержки общества.

С другой стороны, нерегулируемая монополия ограничивает выпуск продукции, и тем самым формирует чистые потери общества. Следовательно, интересы эффективности требуют замены рыночных сил: монопольного производителя необходимо заставить производить больше и назначить цену ниже либо посредством регулирования его деятельности, либо национализацией соответствующей отрасли.

Как и в условиях конкуренции, издержки должны минимизироваться, а цены определяться на основе предельных издержек. Кроме того, органы регулирования должны соблюдать баланс между интересами потребителей, для которых желательны низкие цены, и экономической жизнеспособностью производителя – естественного монополиста. Если пойти навстречу интересам потребителей и установить цены ниже издержек производства, это приведет к разорению и банкротству предприятий или потребует увеличения налогов для возмещения убытков производства за счет государственных субсидий. Таким образом, основные правила регулирования деятельности естественных монополий заключаются в следующем.

- 1) Цены должны устанавливаться на уровне, максимально близком к предельным издержкам.
- 2) Прибыль естественной монополии не должна превышать нормальной прибыли на вложенный капитал.
- 3) Государственное регулирование должно обеспечивать эффективность производства.

Способом устранения или снижения рыночной власти естественного монополиста является «внедрение» рыночной конкуренции. Роль государства заключается в том, чтобы облегчить по возможности появление новых фирм на рынке при повышении спроса на продукцию отрасли. Иногда увеличение степени конкурентности рынка желательно даже в том случае, если при этом приходится жертвовать частью экономии на масштабе производства. Уменьшение барьеров для вхождения в отрасль помогает снизить степень влияния естественного монополиста самой угрозой появления потенциальных конкурентов, хотя реальный выход может не осуществиться.

В тех отраслях, где реорганизация отрасли путем разделения монопольного производства на несколько фирм или дерегулирование невозможны или нежелательны, альтернативным способом усиления конкурентных элементов

является конкуренция не внутри отрасли, а **конкуренция за право доступа в отрасль, за право быть единственным поставщиком данного товара.**

#### **Олигополия.**

**Олигополия** – это тип рынка несовершенной конкуренции, характеризующийся присутствием на рынке товара нескольких производителей. Таким образом, в олигополистической отрасли производителей больше, чем в условиях монополии, но значительно меньше, чем в условиях совершенной конкуренции. Из этого следует, что олигополист, в отличие от совершенного конкурента, обладает определенной властью над ценой, но его власть, по сравнению с монополистом, ограничена количеством производителей, поделивших рынок между собой.

Если рынок разделен между двумя производителями, то такой тип рынка называется **дуополией**. Дуополия – частный случай олигополии, который в реальной жизни встречается крайне редко. Олигополия же насчитывает от трех участников и более. Таким образом, в условиях олигополии либо весь рынок поделен между несколькими производителями, либо часть рынка делят крупные фирмы, а остальное рыночное пространство занимает множество мелких производителей (монополистических конкурентов). Чем меньше производителей делят рынок между собой, тем выше степень монополистической власти в отрасли. Для прогнозирования монополистического поведения фирм в отрасли рассчитывается **индекс Герфиндаля**, показывающий степень концентрации рынка и вычисляется посредством суммирования квадратов рыночных долей каждой фирмы в отрасли:  $H = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$ , где **H – индекс Герфиндаля;  $S_1, S_2, \dots, S_n$  – доли фирм на рынке, которые суммируются в порядке убывания** (на первом месте – самая крупная доля) и определяются в процентах как отношение объема поставок фирмы к объему всего рынка. Индекс Герфиндаля реагирует как на рыночную долю каждой фирмы, так и на количество фирм в отрасли. Концентрация рынка с индексом Герфиндаля, не превышающим 1000, считается низкой. Индекс, равный 1800 и выше, – признак высокой концентрации.

В случае олигополии конкуренция носит преимущественно неценовой характер.

**Неценовая конкуренция** основана на привлечении потребителя не с помощью снижения цены, а за счет других факторов: улучшения качества товаров, рекламы, послепродажного технического обслуживания и т. п.

Количество олигополистов на рынке зависит от технологии, которая определяет минимальный масштаб производства, начинающего давать прибыль. Если технология производства в отрасли такова, что положительный эффект масштаба сохраняется при гораздо большем объеме выпуска, чем в условиях конкурентного производства, но все же меньшем, чем в условиях монополии, то эта отрасль олигополистическая. Спрос на продукцию данной отрасли смогут удовлетворить несколько крупных производителей лишь совместно. При такой технологии продукция большого числа мелких фирм была бы слишком дорогой и убыточной. Размер мелкой фирмы не позволит использовать эффект масштаба и понизить средние издержки до уровня, приносящего прибыль. В то же время, может оказаться неэффективным и слишком малое количество крупных фирм в

## Микроэкономика

отрасли. Для удовлетворения общего спроса они должны будут расширить объем производства за пределы оптимального. В результате крупные фирмы столкнутся с отрицательным эффектом масштаба (когда расширение выпуска повысит средние издержки), что также приведет к убыткам. Таким образом, именно технология производства, связанная с эффектом масштаба, определяет размер фирмы и количество олигополистов в отрасли, и одновременно является естественным барьером для вступления в отрасль.

К другим барьерам, ограничивающим доступ на олигополистический рынок, следует отнести патентование и лицензирование, контроль над ресурсами, а также крупные финансовые расходы на рекламу.

Важной чертой олигополии, отличающей ее от других типов несовершенной конкуренции, является **взаимозависимость фирм в отрасли**. Олигополисты – не только конкуренты, но и одновременно негласные партнеры. При небольшом количестве производителей в отрасли фирме-олигополисту необходимо планировать свою стратегию с учетом поведения остальных участников рынка. Ведь размер ее прибыли зависит от объемов выпуска и цен, установленных другими олигополистами. **Ценовое поведение олигополистов сковано взаимозависимостью**, поэтому для олигополиста очень важно уметь предвидеть, или предугадывать, поведение своих конкурентов.

В экономической теории выделяются такие модели ценового поведения олигополистов, как ломаная кривая спроса, тайный сговор, лидерство в ценах, принцип ценообразования «издержки плюс».

1) **Ломаная кривая спроса**. В данной модели анализируется реакция олигополистов на изменение поведения их конкурента. Существует две основные линии поведения участников рынка в ответ на изменение цен фирмой-олигополистом.

В первом случае при повышении или снижении цен данной фирмой конкуренты могут оставить без внимания ее действия и сохраняют прежний уровень цен. Тогда кривая спроса фирмы отразит высокоэластичный спрос и будет иметь пологий наклон. Эта линия поведения позволит фирме при снижении цены на ее продукцию существенно расширить объем продаж, а при ее повышении – столкнуться с резким сокращением этого объема.

Во втором случае конкуренты могут следовать за фирмой-олигополистом, изменяя цены в ту же сторону. Тогда изменение цены существенно не отразится на объеме спроса на продукцию данной фирмы: при повышении цены рынок фирмы немного сократится, а при понижении – может слегка увеличиться, так как сокращение или увеличение объемов продаж равномерно распределяются на всех участников олигополистического рынка. В этом случае кривая спроса фирмы будет иметь низкую эластичность по цене.

Однако, не зная, какую линию поведения выберут конкуренты, олигополисту не выгодно менять объем и установившуюся цену, что и обуславливает жесткость цен на олигополистическом рынке.

2) **Тайный сговор (картель)**. Фирмы-олигополисты могут ограничить конкуренцию между собой, а также предотвратить вступление в отрасль новых фирм, заключив тайное соглашение. Предметом соглашения может стать выравнивание или фиксация цен, либо закрепление долей поставок продукции на

## Микроэкономика

рынок. Допустим, что в условиях тайного сговора фирмы-олигополисты производят однородную продукцию и выравнивают цены, как в случае понижения, так и в случае их повышения, а также имеют одинаковые предельные издержки. В таком случае они могут максимизировать прибыль подобно чистой монополии. Тогда объем производства картеля будет меньшим, чем он был бы в условиях совершенной конкуренции, а цена, которую устанавливают участники картеля, большей, чем при совершенной конкуренции.

При картельном сговоре каждая фирма получает свою **квоту выпуска** продукции, которую она, согласно условиям договора, не должна превышать, чтобы не подорвать монопольную цену.

Однако картельные объединения недолговечны по следующим причинам:

– тайный сговор противоречит антитрестовскому законодательству, и высок риск его раскрытия;

– олигополистам тяжело договориться по цене и объемам долей рынка, так как, выпуская даже однородную продукцию, они на практике имеют различные предельные издержки и кривые спроса;

– участники тайного соглашения имеют серьезное искушение нарушить свою квоту выпуска с целью максимизации своей и только своей прибыли;

– жизнь картеля ограничивается выгодностью сговора, основанной на высоком спросе. Как только спрос перестанет расти и начнет снижаться, фирмы будут вынуждены сократить выпуск. Из-за недоиспользования мощностей средние издержки фирм-олигополистов возрастут и картельные соглашения, как правило, разрушаются.

### **Виды объединений:**

**Трест** – объединение, в котором предприятия утрачивают свою юридическую и экономическую самостоятельность.

**Конгломерат** – объединение, в котором предприятия юридически, технологически и функционально самостоятельны, но финансово зависимы от материнской компании.

**Концерн** – объединение, в котором предприятия юридически самостоятельны, но финансово зависимы от материнской компании.

**Диверсифицированный концерн** – объединение технологически и функционально единых предприятий, при котором формируется многоотраслевой профиль производства с сохранением ведущего отраслевого ядра.

**3) Лидерство в ценах.** В данной модели олигополисты координируют свое поведение посредством молчаливого согласия следовать за лидером. Самая крупная и технически передовая фирма отрасли устанавливает цену, а другие, менее весомые фирмы, придерживаются этой цены. Фирма-лидер меняет цены редко и осторожно, учитывая возможности более мелких фирм, ведь успех олигополистов заключается в максимизации совместной прибыли.

**4) Ценообразование по принципу «издержки плюс».** Данная модель ценового поведения используется как в случае раздела рынка несколькими крупными производителями, так и при наличии олигополиста-лидера, и связана с планированием выпуска и прибыли. Цена на продукцию устанавливается по принципу: средние издержки плюс прибыль, исчисленная как процент от уровня средних издержек. Фирмы планируют средний объем выпуска, 75–80% от полной

## Микроэкономика

загрузки производственных мощностей. «Плюс», или надбавка, планируется как минимальная экономическая прибыль, исходя из средней нормы прибыли отрасли последних лет. Формула «издержки плюс» составляет основу стандартного ценообразования, вокруг которой, в зависимости от текущей конъюнктуры, цена может колебаться. Используя такую модель, олигополисты с почти одинаковыми средними издержками, смогут автоматически выравнять цены и максимизировать совместную (общую) прибыль.

У олигополистической структуры рынка есть свои плюсы и минусы. Находясь в условиях взаимозависимости, олигополисты устанавливают цены очень взвешенно, пересматривают их весьма редко и осторожно. Олигополитическая власть над ценой не так значительна, как у монополиста, следовательно, олигополии приносят обществу меньше невосполнимых потерь от сознательного недопроизводства (вспомним «мертвый убыток») по сравнению с монополией. Однако технологические и другие барьеры вступления в олигополистическую отрасль все же высоки. Создавая условия для технологически статичного развития, они слишком ослабляют стимулы для разработки и внедрения прогрессивных технологий, к удешевлению продукции, серьезно ограничивают конкуренцию со стороны новых фирм.

**Олигополия Курно** — экономическая модель рыночной конкуренции. Названа в честь сформулировавшего ее французского экономиста А.Курно (1801-1877).

Основные положения модели:

На рынке действует фиксированное число  $N > 1$  фирм, выпускающих экономическое благо одного наименования;

Вход на рынок новых фирм и выход из него отсутствуют;

Фирмы обладают рыночной властью. Замечание: сам Курно не знал, что такое рыночная власть. Этот термин появился позднее;

Фирмы максимизируют свою прибыль и действуют без кооперации.

Общее количество фирм на рынке  $N$  предполагается известным всем участникам. Каждая фирма, принимая свое решение, считает выпуск остальных фирм заданным параметром (константой). Функции издержек фирм  $c_i(q_i)$  могут быть различны и также предполагаются известными всем участникам.

Функция спроса представляет собой убывающую функцию от цены блага. Цена блага задана как цена равновесия отраслевого рынка (величина отраслевого предложения равна величине спроса на данное экономическое благо при одной и той же цене).

### **Монополистическая конкуренция с дифференциацией продукта.**

Монополистическая конкуренция с дифференциацией продукта – это тип рынка несовершенной конкуренции. В отличие от олигополии, этот вид рынка характеризуется множественностью конкурентов.

Наличие большого числа конкурентов в отрасли не дает возможности использования эффекта масштаба, на котором основана олигополия, а также взаимозависимого поведения фирм в отрасли. Это снижает барьеры вступления в

## Микроэкономика

отрасль, и усиливает конкуренцию, существенно ослабляя монополистическую власть над ценой.

В данной модели монополизм, весьма ограниченный большим количеством конкурентов, основан на **дифференциации продукта**. **Дифференцированные продукты** – это неоднородные продукты, т. е. одинаковые по сути, но несколько отличающиеся по своим качествам. Посредством дифференциации продукта монополистический конкурент уменьшает эластичность спроса по цене. Повышая цену, монополистический конкурент не лишается всех потребителей, как это было бы при совершенной конкуренции. Рынок несколько сузится, но останутся те, кто устойчиво предпочитает продукцию только данного производителя.

Благодаря наличию некоторой власти над ценой (либо невысокой эластичности спроса по цене) кривая спроса монополистического конкурента имеет отрицательный наклон, как и у монополии. Соответственно отрицательный наклон имеет и линия предельного дохода (**MR**). Средние и предельные издержки (**AC** и **MC**) монополистического конкурента изменяются в зависимости от объема выпуска по тем же правилам, что и в условиях обычной монополии. Ведь, внедряясь на рынок с новой разновидностью продукта, производитель занимает на нем определенную нишу. В пределах дифференциации своего продукта он – монополист, но в рамках всей отрасли – конкурент. Именно высокая конкурентность рынка данной модели и довольно узкие возможности монополистического поведения ограничивают получение фирмой сверхприбыли краткосрочным периодом.

В долгосрочном периоде монополистический конкурент получает нормальную прибыль, компенсируя из продажной цены только свои средние издержки.

В отличие от монополии и олигополии, монополистическая конкуренция характеризуется относительно невысокими барьерами вступления в отрасль и множественностью производителей. Эти условия определяют высокую степень соперничества между монополистическими конкурентами, ослабляя их власть над ценой. Цены в условиях монополистической конкуренции несут в себе более точную рыночную информацию: они подвижны и не завышены так, как в условиях олигополии и монополии. Следовательно, монополистическая конкуренция с дифференциацией продукта приводит к меньшим потерям в излишке потребителя и меньшим чистым потерям общества, чем другие типы рынка несовершенной конкуренции.

### **Монопсония.**

Если термин монополия означает «один продавец», то **монопсония** – это «один покупатель».

Если покупатель один, а продавцов – много, конкуренция развернется, прежде всего, между продавцами (производителями), и цена будет понижаться. Монопсонист имеет возможность диктовать цены на приобретаемую продукцию и устанавливать ее на уровне более низком, чем в условиях совершенной конкуренции.

Монополист может установить цену на уровне, превышающем уровень цены равновесия в условиях совершенной конкуренции, и объем производства у монополиста ниже, чем при совершенной конкуренции. А объем закупок у

Микроэкономика

монопсониста будет зависеть от условий предложения отрасли и соответствующего уровня цены предложения.

С точки зрения монопсониста, рыночная цена предложения будет отражать динамику средних издержек всей отрасли. Совокупное предложение отрасли характеризует кривая, отражающая совокупность средних издержек различных фирм данной отрасли (рис. 7.16).

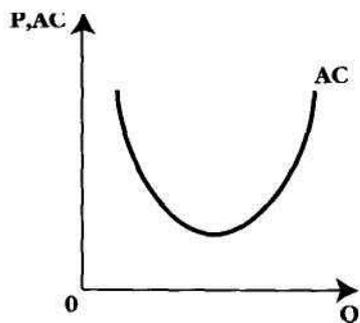


Рис. 7.16. Кривая предложения для монопсониста

товара Q.

Для монопсониста цена предложения может быть понижающейся (нисходящая ветвь AC) и повышающейся (восходящая ветвь AC). Следовательно, и предельные издержки приобретения продукции (MC) монопсониста могут быть (поскольку MC отражает динамику кривой AC) также и понижающимися, и повышающимися.

Монопсонист, имея дело с растущей ценой предложения, столкнется и с растущими предельными издержками приобретения товара; кривая MC окажется выше восходящей ветви кривой предложения AC. На рис. 7.17 кривые трактуются следующим образом:

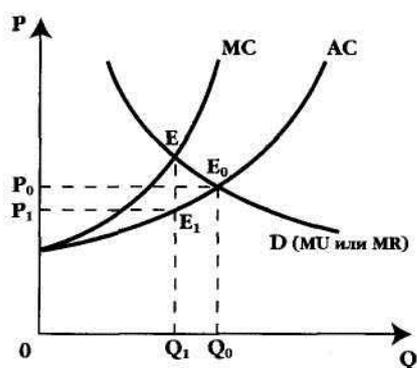


Рис. 7.17. Равновесие монопсонии

следующим образом:

AC — это кривая средних издержек в отрасли (с точки зрения монопсониста — это кривая предложения продукции); MC — это кривая предельных издержек отрасли (с точки зрения монопсониста — кривая его предельных издержек приобретения товара); D — кривая спроса (с точки зрения монопсониста — кривая

предельной полезности, или предельного дохода MU, или MR).

Точка E — место пересечения кривой MC и кривой D (кривой предельного дохода покупателя-монопсониста). Таким образом, точка E1 на кривой AC определит уровень цены приобретения монопсониста P1. Она оказывается ниже цены P0, которая была бы в условиях совершенной конкуренции покупателей. Монопсонист приобретает продукцию в количестве Q1, что меньше количества Q0 в условиях совершенной конкуренции. Важно то, что уровень объема закупок монопсонист определяет, сравнивая свои MC и MR, и находя точку их пересечения.

Анализ несовершенной конкуренции со стороны покупателя-монопсониста приводит к аналогичным выводам относительно отклонения рыночных цен от

## Микроэкономика

состояния равновесия в условиях совершенной конкуренции. Разница заключается только в том, что **монополист** устанавливает свою цену **выше** уровня условий совершенной конкуренции, а **монопсонист** – **ниже** того уровня, который был бы при совершенной конкуренции.

### **Антимонопольное законодательство и регулирование экономики.**

При всех неоспоримых достоинствах совершенной конкуренции у нее есть существенный недостаток: спонтанное развитие рыночных процессов может сопровождаться монополизацией тех или иных сфер хозяйственной жизни. Совершенная конкуренция, будучи «предоставленной самой себе», превращается в конкуренцию несовершенную. А это означает, что под удар ставится экономическая демократия, которая, в свою очередь, является основой политической демократии.

Антитрестовское, или антимонопольное законодательство призвано не допустить разворачивания разрушительной для эффективности экономики ограничительной деловой практики, под которой понимаются действия, направленные на ограничение конкуренции на рынке.

Наиболее разработанным принято считать антимонопольное законодательство США. Оно базируется на трех законодательных актах:

1. **Закон Шермана** (1890), запрещающий тайну монополизация торговли, единоличный контроль в той или иной отрасли, сговор о ценах.

2. **Закон Клейтона** (1914), запрещающий ограничительную деловую практику в области сбыта, ценовую дискриминацию, определенные виды слияний, переплетающиеся директораты и др.

3. **Закон Робинсона - Пэтмэна** (1936), запрещающий ограничительную деловую практику в области торговли: «ножницы цен», ценовая дискриминация и др.

В 1950 году к закону Клейтона была принята поправка **Селлера-Кефопера**: уточнялось понятие незаконного слияния. Если законом Клейтона был поставлен заслон горизонтальным слияниям крупных фирм, то поправка Селлера-Кефопера ограничивала вертикальные слияния.

Государство должно балансировать между опасностью монополизма и опасностью ограничения конкуренции. Антимонопольная практика должна действительно поддерживать конкуренцию, а не ограничивать ее, предоставляя наиболее льготный режим одним группам производителей (потребителей) за счет других.

Важно отметить, что антитрестовское законодательство направлено не против крупных корпораций, «большого бизнеса» как такового, так как размер компании еще не дает возможности трактовать ее как монополию. Антимонопольное регулирование направлено против ограничительной деловой практики, подрывающей эффективную конкуренцию. И если использовать принцип сравнения дополнительных издержек и дополнительных выгод, то можно утверждать: неизбежные издержки, которыми сопровождается антимонопольное регулирование, все-таки оказываются ниже тех преимуществ, которые приносит сдерживание монополистических тенденций в рыночной экономике.

## Тема 3.2. Рынки факторов производства. Спрос на факторы производства. Правило использования ресурсов.

Известно, что спрос на конечные товары и услуги предъявляют домашние хозяйства, выступающие в роли покупателей. Предложение товаров и услуг создают фирмы, выступающие в роли продавцов.

Отличительной чертой рынков факторов производства является тот факт, что в роли покупателей в данном случае выступают фирмы, а продавцами являются домашние хозяйства. Другими словами, субъекты спроса – фирмы, а субъекты предложения – домашние хозяйства.

В основе спроса на факторы производства лежит доход, который фирма стремится получить, производя с помощью этих факторов различные товары и услуги. Это означает, что фирма предъявляет спрос на ресурсы постольку, поскольку потребитель нуждается в товарах, произведенных с помощью этих ресурсов, а не наоборот. Таким образом, спрос на факторы производства принято называть **производным спросом**.

Поскольку производственный процесс представляет собой процесс взаимодействия различных факторов производства, то спрос на факторы производства является **взаимозависимым**. Фирма, предъявляя спрос на факторы, сталкивается с необходимостью решения следующих задач:

- оптимального сочетания факторов производства;
- минимизации издержек при каждом заданном объеме производства;
- определения объема производства, максимизирующего величину прибыли.

В основе спроса фирмы на факторы производства лежит не только цена ресурсов, но и производительность факторов, уровень цен на продукцию, производимую с помощью этих факторов.

Производительность переменного фактора может измеряться не только в физических, но и в денежных единицах. Стоимостным показателем производительности фактора является предельный продукт фактора в денежном выражении, или предельный доход от продукта используемого фактора.

**Предельный продукт фактора в денежном выражении ( $MRP_L$ )** – это произведение предельного физического продукта переменного фактора ( $L$ ) и предельного дохода, полученного от продажи одной дополнительной единицы продукции:  $MRP_L = MP_L \times MR_Q$ ,

где  $MRP_L$  – предельный продукт фактора  $L$  в денежном выражении;

$MP_L$  – предельный продукт фактора  $L$  в физическом выражении;

$MR_Q$  – предельный доход от продажи дополнительной единицы продукции.

Таким образом, предельный продукт фактора в денежном выражении показывает прирост общего дохода в результате использования дополнительной единицы переменного фактора  $L$  при неизменном количестве всех остальных факторов.

Микроэкономика

В условиях совершенной конкуренции предельный продукт фактора  $L$  в денежном выражении – это произведение предельного продукта фактора  $L$  в физическом выражении и цены единицы выпускаемой продукции:  $MRP_L = MP_L \times P$ , где  $P$  – цена единицы выпускаемой продукции. В условиях совершенной конкуренции  $P = MR$ .

В условиях несовершенной конкуренции предельный доход от продажи дополнительной единицы продукции будет меньше, чем ее цена. Это означает, что предельный продукт фактора в денежном выражении ( $MRPL$ ) у фирмы – совершенного конкурента будет больше, чем у чистого монополиста.

Для того чтобы определить, какое количество рабочих следует нанять фирме, необходимо знать цену этого ресурса и сравнить, на сколько увеличится доход и издержки фирмы от использования одной дополнительной единицы ресурса.

**Предельные издержки ресурса (MRC)** – затраты фирмы на приобретение каждой дополнительной единицы фактора. Если фирма покупает ресурсы на чисто конкурентных рынках, то предельные издержки на их приобретение будут равны их ценам. Говоря о привлечении дополнительных рабочих, **MRC** равны дневной ставке заработной платы, т. е.  $MRC = w$ .

**Правило максимизации прибыли для фирмы, предъявляющей спрос на один переменный фактор:** фирма, максимизирующая прибыль, должна использовать такое количество переменного фактора, при котором его предельный продукт в денежной форме будет равен его предельным издержкам:  $MRPL = MRCL$ .

Для условий совершенной конкуренции правило примет следующий вид:  $MRPL = w$ , так как  $MRCL = w$ .

Если предельный продукт фактора в денежной форме превышает

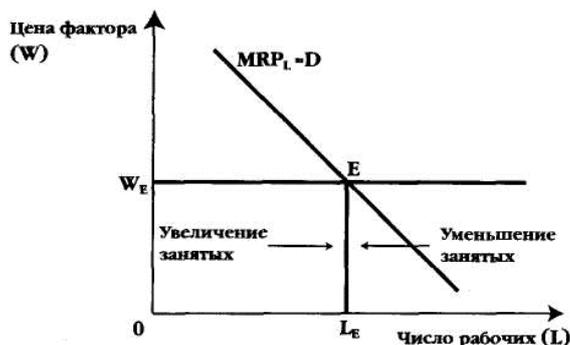


Рис. 10.3. Ситуация равновесия фирмы на чисто конкурентном рынке переменного фактора (труда)

предельные издержки на его приобретение, то фирме, с целью максимизации прибыли, следует увеличить количество используемого переменного фактора. И наоборот, если предельные издержки на приобретение фактора больше, чем его

предельный продукт в денежной форме, для максимизации прибыли фирме следует уменьшить количество данного фактора. И только тогда, когда достигается равенство предельного продукта фактора в денежной форме и его предельных издержек (цены фактора – для чисто конкурентного рынка), фирма находится в состоянии равновесия, т. е. получает максимальную прибыль.

В ситуации равновесия фирмы, предъявляющей спрос на один переменный фактор (при условии, что и товарный рынок, и рынок труда являются чисто конкурентными), кривая спроса фирмы на один переменный фактор  $D$  совпадает с кривой его предельного продукта в денежной форме  $MRP_L$ , так как любая точка на

## Микроэкономика

данной кривой показывает число занятых, используемых фирмой при каждом заданном уровне ставки заработной платы  $w$  (рис. 10.3).

Отрицательный наклон кривой  $MRPL$  связан с действием закона убывающей предельной производительности фактора, а ее расположение определяется уровнем предельной производительности фактора  $MP_L$  и ценой произведенного продукта  $P$ . Точка  $E$  – это точка равновесия фирмы на рынке фактора, так как именно здесь  $MRP_L = wE$ . Это означает, что при заданном рыночном уровне заработной платы  $wE$ , фирме следует нанять число рабочих, равное  $L_e$ . Если  $MRP_L > wE$ , то фирме следует увеличить число используемых рабочих, а если  $MRP_L < wE$  – сократить их численность. И только когда  $MRP_L = wE$ , фирма, предъявляющая спрос на один переменный фактор, обеспечит оптимальный уровень занятости на своем предприятии.

**Рынок труда и заработная плата.**

Отличительной чертой рынка труда является присутствие на нем важнейших институтов (профсоюзов, корпораций, государства), без учета которых невозможен анализ спроса и предложения труда. Сам ресурс, или фактор производства – труд, отличается от других факторов тем, что является функцией жизнедеятельности человека. Поэтому, когда речь идет о проблеме выбора на рынке труда, решения принимает не только фирма, предъявляющая спрос на ресурс, но и наделенные волей и сознанием экономические субъекты, осуществляющие предложение данного вида услуг.

**Особенности рынка труда.**

Специфика рынка труда во многом определяется особенностями того товара, который на нем представлен. Труд есть функция самого работника, затрата его физической и умственной энергии в процессе производства благ. Труд неотделим от человека как такового, он является формой жизнедеятельности личности и постольку не может быть объектом купли-продажи в политически и экономически свободном обществе. Следовательно, на рынке труда продается и покупается не сам труд, а **услуги труда**, количество и качество которых зависят от многих факторов – уровня профессиональной подготовки работника, его квалификации, опыта, добросовестности и других. Купля-продажа услуг труда выступает в форме найма свободного работника на определенных условиях, касающихся продолжительности рабочего дня, размеров заработной платы, должностных обязанностей и некоторых иных. На период найма работодатель – бизнес или государство – покупает право на использование услуг труда продавца, собственником которого является наемный работник. Поэтому понятие «рынок труда» представляет собой категорию «рынок услуг труда».

Спрос на рынке труда является производным, и зависит от спроса на ту продукцию, которая будет изготовлена с помощью этого ресурса.

Особенности рынка труда:

1) Большая продолжительность взаимоотношений продавца и покупателя. На рынке труда взаимоотношения продавца и покупателя длятся такое количество времени, на которое заключается договор найма работника. Длительность контактов продавца и покупателя является необходимым условием постоянного возобновления операций купли-продажи услуг труда.

2) Большая роль, которую играют на рынке труда **неденежные факторы** – сложность и престижность работы, условия труда, его безопасность для здоровья, гарантии занятости и профессионального роста, моральный климат в коллективе и др.

3) Значительное воздействие, которое оказывают на рынок труда различные институциональные структуры – профессиональные союзы, трудовое законодательство, государственная политика занятости и профессиональной подготовки, союзы предпринимателей и другие. Это связано, прежде всего, с тем, что продавцы трудовых услуг – наемные работники – составляют подавляющую часть населения, а работа по найму является источником их благосостояния, определенный уровень которого является условием социального спокойствия в обществе.

Заработная плата образует большую часть доходов потребителей и поэтому оказывает существенное влияние на размер спроса на потребительские товары и на их цены. Под **заработной платой** в широком смысле слова понимается доход от фактора производства «труд». В узком смысле слова заработная плата рассматривается как **ставка заработной платы**, т. е. цена, выплачиваемая за использование единицы труда в течение определенного времени.

**Различают номинальную и реальную заработную плату.** Под **номинальной заработной платой** понимается сумма денег, которую получает работник наемного труда за свой дневной, недельный, месячный труд. По величине номинальной заработной платы можно судить об уровне заработка, дохода, но не об уровне потребления и благосостояния человека. Для этого необходимо знать, какова **реальная заработная плата** – та масса жизненных благ и услуг, которые можно приобрести за полученные деньги. Она находится в прямой зависимости от номинальной зарплаты и в обратной – от уровня цен на предметы потребления и платные услуги, а также от размеров уплачиваемых работником налогов.

**Спрос и предложение на рынке труда.**

**Цены на производительные услуги**, т. е. услуги труда, капитала и т.д., определяются на основе спроса и предложения.

**Субъектами спроса** на рынке труда выступают бизнес и государство, а **субъектами предложения** – домашние хозяйства.

На рынке совершенной конкуренции количество нанимаемых предпринимателями работников определяется двумя показателями – размером заработной платы и ценностью (в денежном выражении) предельного продукта труда. С увеличением количества нанимаемых работников происходит уменьшение величины предельного продукта (закон убывающей доходности). Привлечение дополнительной единицы труда прекратится тогда, когда

предельный продукт труда в денежном выражении (MRPL) сравняется с величиной заработной платы.

**Объем спроса на труд** находится в обратной зависимости от величины заработной платы. При росте ставки

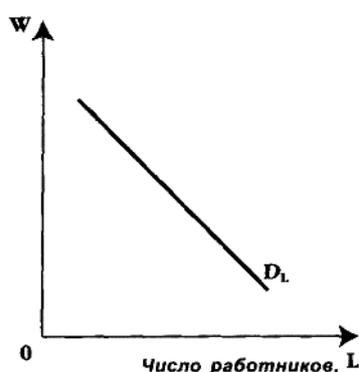


Рис. 11.1.

Кривая спроса на труд

Микроэкономика

заработной платы, при прочих равных условиях, предприниматель в целях сохранения равновесия должен соответственно сократить применение труда, а при ее снижении величина спроса на труд возрастает. Функциональная зависимость между величиной заработной платы и объемом спроса на труд выражается в кривой спроса на труд (рис. 11.1), где  $L$  – величина требуемого труда, а  $w$  – ставка заработной платы.

Каждая точка на кривой  $D_L$  показывает, какой будет величина спроса на труд при определенном уровне заработной платы. Конфигурация кривой и ее отрицательный наклон показывают, что более низкой заработной плате соответствует большая величина спроса на труд и наоборот.

Объем предложения труда также зависит от величины заработной платы, получаемой за производительные услуги. В условиях совершенной конкуренции продавцы на рынке труда стремятся увеличить предложение в условиях роста заработной платы. Поэтому кривая предложения труда имеет положительный наклон (рис. 11.2).

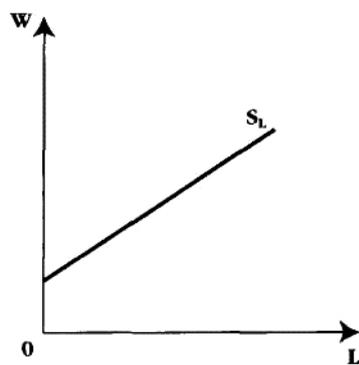


Рис. 11.2. Кривая предложения труда

Кривая предложения труда ( $S_L$ ) показывает, что при повышении заработной платы возрастает величина предложения труда, а при ее снижении объем предложения труда уменьшается. Совокупное предложение труда в обществе зависит от факторов, определяющих количество и качество предлагаемых услуг труда – общей численности населения страны и доли в нем экономически активного населения

и др. средней продолжительности рабочего дня, профессионально-квалификационного состав работников и др.

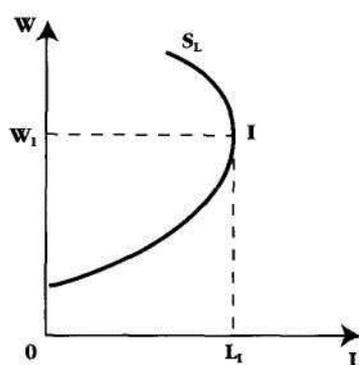


Рис. 11.3. Кривая индивидуального предложения труда

На рынке труда действуют эффект замещения и эффект дохода. Эти эффекты проявляются тогда, когда необходимо выяснить, как отразится на предложении труда **отдельного индивидуума** повышение ставок заработной платы.

Кривая, показывающая общее количество рабочего времени, которое согласен отработать конкретный работник при данной величине заработной платы, демонстрирует увеличение предложения труда при росте заработной платы до точки I (рис. 11.3). Однако, пройдя точку I, кривая  $S_L$  меняет направление. Она сгибается и, принимая отрицательный наклон, показывая уменьшение предложения труда при дальнейшем росте заработной платы. Таким образом, увеличение заработной платы до определенных размеров ведет к росту предложения труда, которое

после достижения максимального уровня ( $L_1$ ) начинает сокращаться вследствие дальнейшего роста заработной платы.

Это происходит потому, что, поскольку при увеличении заработной платы каждый час отработанного времени лучше оплачивается, каждый час свободного времени воспринимается работником как **возросший убыток**, или **упущенная выгода**. Эта выгода могла бы быть реализована при превращении свободного времени в рабочее – отсюда стремление заместить свободное время дополнительной работой. Соответственно, досуг замещается тем набором товаров и услуг, которые работник может приобрести на возросшую заработную плату – **эффект замещения на рынке труда** (отрезок кривой до точки I).

**Эффект дохода на рынке труда** появляется при достижении работником достаточно высокого уровня материального благополучия, поэтому возникает желание купить не только больше товаров, но и иметь большее количество свободного времени. А сделать это можно, лишь сократив предложение труда, купив свободное время за те деньги, которые могли бы быть получены при отказе от досуга в пользу дополнительной работы. После прохождения кривой  $S_L$  точки I, эффект дохода становится преобладающим, что выражается в сокращении предложения труда при росте заработной платы (выходные за «свой счет»).

Участок с отрицательным наклоном кривой предложения характерен только для индивидуального предложения труда. На отраслевом уровне кривая предложения труда на всем своем протяжении будет иметь положительный наклон. Другими словами, для отраслевого предложения характерно преобладание эффекта замещения. Даже если для отдельных субъектов более высокие ставки заработной платы могут послужить стимулом для сокращения предложения своих трудовых услуг и увеличению своего досуга, то для других лиц высокая ставка заработной платы послужит сигналом для увеличения предложения труда. Более того, высокие ставки заработной платы могут привлечь работников из других отраслей.

#### Равновесие на рынке труда и равновесная ставка заработной платы.

Точке **E** (рис. 11.4) соответствует определенный уровень ставки заработной платы ( $w_E$ ) и заданное этим уровнем предложение труда ( $L_E$ ), т. е. спрос на труд равен предложению труда, и рынок труда находится в равновесном состоянии. Это означает, что все предприниматели, согласные платить заработную плату  $w_E$ , находят на рынке необходимое количество труда, их спрос на труд удовлетворен полностью. В положении рыночного равновесия полностью

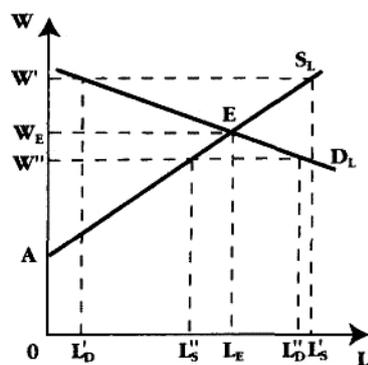


Рис. 11.4. Равновесие на рынке труда

трудоустроены все работники, готовые предложить свои услуги при заработной плате  $w_E$ , поэтому точка **E** определяет положение **полной занятости**. При совпадении спроса и предложения труда **заработная плата выступает как цена равновесия на рынке труда**.

В случае превышения ставкой заработной платы уровня равновесной ( $w'$ ) предложение на рынке труда ( $0 - L_S'$ ) превышает спрос ( $0 - L_D'$ ). В этой ситуации происходит отклонение от положения

полной занятости, рабочих мест не хватает для всех желающих продать свой труд при заработной плате  $w'$ . Возникает избыток предложения труда, измеряемый отрезком  $LD' - Ls'$  на оси абсцисс.

В случае снижения заработной платы по сравнению с равновесной (до  $w''$ ) спрос на рынке труда ( $0 - LD''$ ) превышает предложение ( $0 - Ls''$ ) на величину  $Ls'' - LD''$ . В результате этого образуются незаполненные рабочие места вследствие нехватки работников, согласных на более низкую заработную плату.

Обе эти ситуации (безработица и наличие незанятых рабочих мест) в условиях рынка совершенной конкуренции не могут быть устойчивыми, они подвергаются коррекции со стороны рыночных механизмов в направлении восстановления положения полной занятости.

Если предложение труда больше спроса на него вследствие установления ставки заработной платы выше равновесного уровня, появляются безработные, готовые предложить свой труд по более низкой цене, на которую вынуждены согласиться и те, кто занят в производстве, чтобы не потерять свои рабочие места. Предприниматели готовы нанять большее количество труда, но при условии снижения заработной платы. Таким образом, тенденция к снижению заработной платы складывается как со стороны предложения труда, так и со стороны спроса на труд.

Когда спрос на труд превышает его предложение из-за снижения ставки заработной платы по сравнению с ее равновесным значением, наблюдается иная картина. Работодатели, чтобы заполнить пустующие рабочие места, готовы повысить заработную плату. Благодаря такому повышению расширяется круг работников, готовых предложить свой труд.

### Дифференциация ставок заработной платы.

Размер заработной платы зависит от качества труда, квалификации и профессиональной подготовки, влияющих на размер предельного продукта труда. Размер ставок заработной платы для профессий, не требующих специальной подготовки, как правило, ниже, а эластичность предложения трудовых услуг – выше, поскольку контингент продавцов не ограничен необходимостью получения специальной подготовки. В результате для рынка труда характерно наличие неконкурирующих друг с другом групп работников (рис. 11.5).

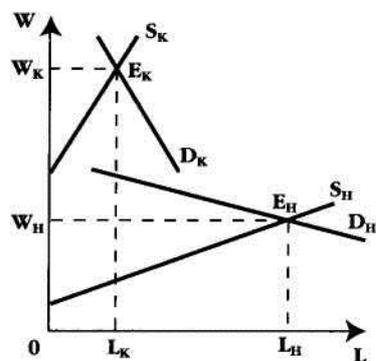


Рис. 11.5. Неконкурирующие группы на рынке труда

На графике одна группа представлена квалифицированными работниками, а другая – неквалифицированными. Кривая предложения первой группы ( $S_k$ ) расположена значительно выше кривой предложения второй группы ( $S_n$ ) и отличается меньшей эластичностью в силу упомянутых причин. Поэтому равновесная ставка заработной платы юристов ( $w_n$ ) выше равновесной ставки заработной платы дворников ( $w_k$ ).

Различные виды работ могут быть более или менее привлекательными для человека, поэтому заработная плата должна стимулировать выполнение менее

Микроэкономика

приятных, но необходимых для общества работ. Такая дифференциация в заработной плате, которая вызывается необходимостью компенсировать нематериальные различия в характере самого труда, называется **уравнивающими, или компенсационными (компенсирующими)**, различиями. Более высокие ставки заработной платы складываются в отраслях, отличающихся тяжелыми условиями труда. Более того, одинаковые услуги труда могут по-разному оцениваться в зависимости от условий, в которых протекает сам трудовой процесс.

Существуют различия в характере труда и в размерах заработков, которые не относятся к типу уравнивающих различий – различия, вытекающие из объективных качественных особенностей – способностей людей, таланта. Ставки заработной платы для таких групп людей должны быть различными: в доходах особо талантливых специалистов содержится элемент ренты.

Доходы работников наемного труда содержат два компонента: 1) **удерживающая заработная плата, или плата за непереход**, 2) экономическая рента. **Экономическая рента** определяется как доход от фактора, отличающегося неэластичным предложением. Однако элемент ренты содержится

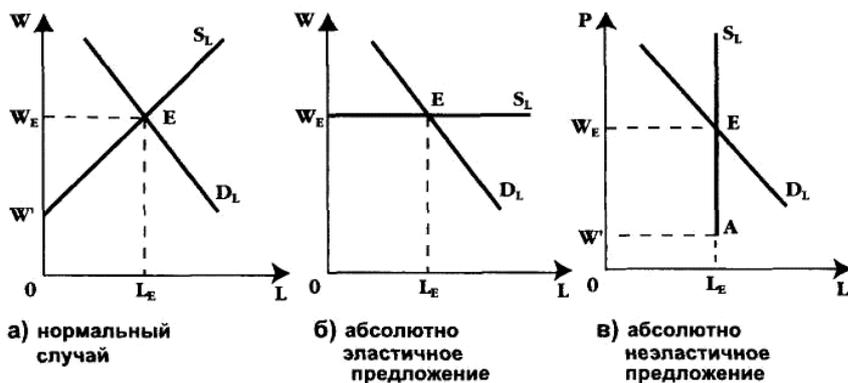


Рис. 11.6. Удерживающая заработная плата и экономическая рента на рынке труда

и в тех случаях, когда предложение фактора эластично.

Будут ли работники получать экономическую ренту и в каком объеме – зависит от эластичности предложения труда (рис. 11.6).

В случае а) вся заработная плата представлена прямоугольником  $Ow'EL_E$ , который представляет собой удерживающую заработную плату. Каждая точка на кривой предложения труда показывает ту минимальную плату, которую готов получить работник за услуги своего труда. Если уровень ее будет ниже минимально приемлемой цены за данный ресурс, то работник перейдет в другую отрасль или воздержится от предложения услуг труда вообще. В условиях равновесия на рынке труда каждый работник получает заработную плату в размере равновесной ставки  $w_E$ , превышающую минимально приемлемую для него цену услуг труда. Исключение составляет лишь предельный работник ( $L_E$ ), для которого удерживающая заработная плата в точности совпадает с минимально приемлемой для него платой за услуги труда. Величина удерживающей заработной платы определяется альтернативной ценностью использования труда.

**Экономическая рента** представляет собой плату, превышающую издержки альтернативного использования ресурса. На рынке труда – это выплаты, превышающие удерживающую заработную плату. Владельцы фактора производства (труда) получают то, что можно назвать излишком владельца ресурса, или экономической рентой. В случае а) экономическая рента представляет собой площадь треугольника  $w'w_EE$ .

## Микроэкономика

Кривая предложения труда абсолютно эластична (рис. 11.6б). В таком случае весь доход работников (**площадь  $0w_eEL_e$** ) представляет собой удерживающую заработную плату, и экономическая рента отсутствует. На практике это ситуация совершенно мобильного рынка труда, представленного, скорее всего, низкоквалифицированными работниками. Такие экономические субъекты могут с легкостью менять место работы.

Кривая предложения услуг уникального ресурса (труда) показывает совершенно неэластичное предложение (рис. 11.6в). Это означает, что отсутствуют издержки альтернативного использования ресурса. Вся площадь  **$0w_eEL_e$**  представляет собой экономическую ренту. В этом случае также существует плата за непереход, а, точнее, за появление на рынке владельца уникального ресурса. Ее ставка составит  $w'$ . Линия предложения в этом случае примет вид  **$w'AS_L$** , а общий доход владельца фактора –  **$Qw_eEL_e$** , который состоит из платы за непереход (**площадь  $0w'eAL_e$** ) и экономической ренты (**площадь  $w'w_eEA$** ).

Дифференциация в размерах заработной платы – явление объективное, поскольку расширяется профессиональный состав работников, и миграция между группами лиц разных профессий не может быть абсолютно беспрепятственной.

**Человеческий капитал** – это мера воплощенной в человеке способности приносить доход. Он формируется как врожденными, так и благоприобретенными качествами человека, при этом граница между ними является достаточно проницаемой. Расходы, связанные с формированием человеческого капитала, несут сами работники, работодатели и государство. Среди инвестиций в человеческий капитал различаются расходы на образование, здравоохранение и мобильность работника.

Итак, анализ совершенной конкуренции на рынке труда говорит о невозможности сколько-нибудь продолжительной безработицы. Наличие же устойчивой безработицы может свидетельствовать только о том, что на рынке труда отсутствуют условия совершенной конкуренции: свободный перелив ресурсов на различных сегментах рынка труда, гибкая заработная плата, совершенная информация и т. п. Все это способствует устойчивости отклонения заработной платы вверх от ее равновесного значения. При этом часть трудящихся оказывается в положении безработных.

### **Несовершенная конкуренция на рынке труда.**

О наличии внеконкурентных факторов на рынке труда говорит тот факт, что в последние десятилетия рост безработицы во многих промышленно развитых странах не приводил к снижению заработной платы и установлению полной занятости.

К внеконкурентным факторам относятся:

1) различные институты:

– государство, активно регулирующее рынок труда, законодательно лишая заработную плату рыночной гибкости);

– профсоюзы, оказывающие большое влияние на уровень заработной платы в направлении ее повышения по сравнению с равновесным уровнем;

– крупные корпорации, тяготеющие к установлению сравнительно стабильной во времени стандартной ставки заработной платы, отказываясь слишком часто

## Микроэкономика

пересматривать ее в зависимости от соотношения спроса и предложения на рынке труда.

Регулирование этого рынка значительно облегчается в связи со спецификой фигурирующего на нем товара. Проявление рыночных законов на рынке труда имеет особый характер, который определяется тем, что купля-продажа услуг труда производится в форме найма на базе продолжительного **трудового договора**. Поэтому каждый отдельный работник не находится в непрерывной зависимости от состояния рынка труда. На срок действия трудового соглашения продавец как бы «выводится» на время из текущей конъюнктуры рынка. Условия, определенные договором, имеют характер минимальных нормативов; это означает, что индивидуальный договор рабочих с предпринимателями признается юридически недействительным, если он заключен на условиях худших, чем те, которые определены в **коллективном договоре**. Смысл коллективности договора и принципа нормы как минимума в том, что положения договора позволяют устранить конкуренцию между наемными работниками в борьбе за получение рабочего места.

Регулирование рынка труда предполагает воздействие как на спрос, так и на предложение труда. Объектами регулирования выступают заработная плата, продолжительность рабочей недели и отпусков, порядок найма и увольнения, различные виды социального обеспечения и др.

Методы, при помощи которых профсоюзы добиваются повышения заработной платы, следующие:

1) профсоюзы могут ограничивать предложение услуг труда. Это достигается введением высоких иммиграционных барьеров, лоббированием законов о максимальной продолжительности рабочего времени, удлинением срока ученичества при подготовке к той или иной профессии, установлением высоких профсоюзных вступительных взносов с одновременным запрещением принимать на работу лиц, не состоящих в профсоюзе, ограничением трудовой нагрузки и т. п. Сокращение предложения услуг труда при неизменном спросе на них приводит к росту равновесной цены, т. е. ставки заработной платы.

2) профсоюзы добиваются повышения обусловленных договором ставок заработной платы, содействуя установлению ее выше равновесного уровня.

3) профсоюзы могут содействовать росту спроса на услуги труда. При этом могут использоваться любые средства, повышающие спрос на услуги труда – проведение рекламных кампаний в пользу того или иного товара, политика профсоюзов, настаивающих на установлении высоких импортных таможенных тарифов, защищающих какую-либо национальную отрасль и способствующих росту производства внутри страны. В результате увеличивается количество используемого труда и возрастает заработная плата.

Отраслевой профсоюз часто выступает как **монополия на рынке труда**, при этом его монопольная власть тем выше, чем большая доля работников данной отрасли входит в соответствующий профсоюз.

Микроэкономика

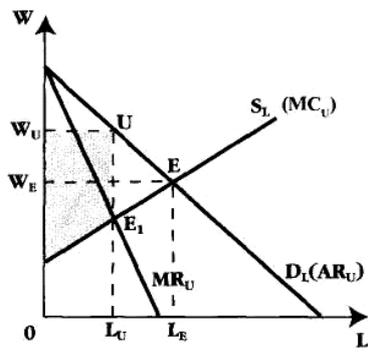


Рис. 11.7. Монополия профсоюза на рынке труда

Кривая спроса  $D_L$ , с которой сталкивается профсоюз-монополия, может быть представлена как кривая его среднего дохода  $AR_U$  (рис. 11.7). Ниже расположена кривая предельного дохода  $MR_U$  профсоюза. Кривая предложения  $S_L$  есть не что иное, как кривая предельных издержек  $MC_U$ . Равновесие отраслевого рынка труда, монополизированного

профсоюзом, определяется точкой  $E_1$ , в которой пересекаются кривые  $MR_U$  и  $MC_U$ . В точке  $U$  установится заработная плата  $w_U$ , тогда как на конкурентном рынке равновесие определялось бы точкой  $E$ , соответствующей уровню зарплаты  $w_E$ . Соответственно, равновесная ставка заработной платы  $w_U$  на монополизированном рынке ресурса выше, чем  $w_E$ , а число занятых работников  $L_U$  – меньше, чем  $L_E$ . Затемненная площадь показывает величину экономической ренты, получаемой занятыми рабочими. Максимизация экономической ренты приводит к увеличению отраслевой ставки заработной платы при уменьшении количества используемых работников, то есть к отклонению рынка от положения полной занятости.

Другое положение на отраслевом рынке труда может сложиться при наличии на нем **монопсонии**, когда в отрасли действует всего один покупатель услуг труда.

На рис. 11.8 кривая спроса  $D_L$  для монополиста представляет собой кривую предельного продукта труда в денежном выражении  $MRP_L$ , а кривая предложения труда  $S_L$  – линию средних издержек на труд  $ARC_L$ . Кроме того, у монополиста предельные издержки на фактор  $MRC_L$  растут быстрее по мере увеличения закупок услуг труда, чем средние издержки ресурса, т. е.  $ARC_L$ .

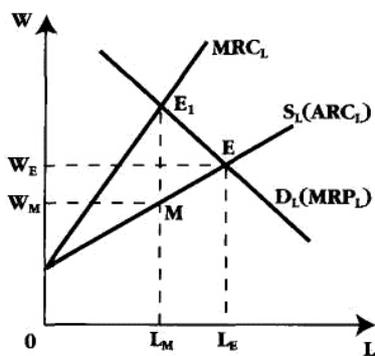


Рис. 11.8. Монопсония на рынке труда

Это происходит потому, что монополист, нанимающий дополнительное количество работников, вынужден не только привлекать вновь нанимаемых рабочих более высокой ставкой заработной платы, но и устанавливать повышенную ставку и для работников, нанятых ранее. Равновесие на рынке труда в случае монополии определяется точкой пересечения кривых предельных издержек на фактор ( $MRC_L$ ) и предельным доходом от продукта используемого фактора ( $MRP_L$ , т. е. точкой  $E_1$ ). Точка  $w_M$  – уровень заработной платы при монополии. А в условиях совершенной конкуренции равновесие определялось бы точкой пересечения кривых  $MRP_L$  и  $ARC_L$ , т. е. точкой  $E$ . Поэтому в отрасли будет нанято меньше работников, чем в условиях совершенной конкуренции (на величину  $L_E L_M$ ) и по более низкой ставке заработной платы (на величину  $w_E w_M$ ).

Поэтому в отрасли будет нанято меньше работников, чем в условиях совершенной конкуренции (на величину  $L_E L_M$ ) и по более низкой ставке заработной платы (на величину  $w_E w_M$ ).

## Микроэкономика

Чистая монополия или чистая монополия встречаются на рынке труда крайне редко. В среднем членами профсоюза являются 20–40% рабочих разных отраслей, а это ослабляет монополию профсоюза. Монополистическая власть так же не абсолютна, поскольку у работников почти всегда имеются альтернативные возможности трудоустройства.

Современный рынок труда испытывает на себе ощутимое государственное воздействие. Государство не только предъявляет спрос на услуги труда в государственном секторе экономики, но и регулирует его в частном, определяя основные параметры найма в масштабах национальной экономики.

Большое влияние на рынок труда оказывают государственные социальные программы – помощь малоимущим слоям населения, пособия по безработице, различные социальные выплаты, пенсионное обеспечение и пр. Эти программы содействуют определенной стабилизации социально-экономического положения наемных работников в зонах повышенного рыночного риска, смягчают перепады рыночного механизма. В результате появляется особый элемент цены услуг труда, напрямую не связанный с функционированием рынка труда и образующийся на внерыночных принципах.

Государство как посредник на рынке труда частично берет на себя функцию поиска и предоставления рабочих мест, а также создания общенациональной сети по трудоустройству. Государственные системы обучения и переобучения работников содействуют максимально быстрой адаптации последних к меняющимся требованиям рынка.

### **Инфляция и безработица. Кривая Филлипса**

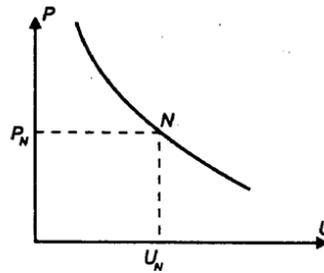
Для изучения феномена инфляции нередко используется кривая Филлипса. Она указывает на наличие обратной связи между движением цен (и заработной платы) и уровнем безработицы. Эту связь впервые установил австралийский экономист Филлипс (см. гл. 14). Он обратил внимание, что в условиях депрессии, для которой характерно снижение или, по крайней мере, торможение цен, наблюдается рост безработицы. С наступлением подъема происходит рост цен (повышенный спрос на товары) и уровень безработицы снижается.

Эту связь можно прокомментировать следующим образом. Как известно, уровень заработной платы и уровень занятости взаимосвязаны. С повышением заработной платы занятость растет, а безработица снижается. Но повышение заработной платы означает рост издержек, а, следовательно, и цен. Повышение же цен, как правило, означает снижение безработицы. Рост цен (т.е. инфляция) выступает в качестве платы за сокращение безработицы.

Инфляция и безработица — две острые и взаимосвязанные проблемы. Чем выше темпы инфляции, тем ниже размеры безработицы. Чем ниже темп инфляции, тем большее число людей вынуждены заниматься поиском работы. Это реальная, хотя и эмпирически установленная картина.

При выработке экономической политики приходится выбирать: либо инфляция, либо безработица. Практически идет поиск наиболее приемлемого сочетания двух «зол». На рисунке представлена модифицированная кривая Филлипса.

## Микроэкономика



Кривая Филлипса:  $U_N$  — естественный уровень безработицы;  $P_N$  - темп роста цен при этом уровне.

Подходы к решению проблемы искомого сочетания инфляции и безработицы у Кейнса и Фридмена неодинаковы. Кейнс исходит из того, что стимулирование денежного спроса (небольшая инфляция) будет способствовать повышению уровня занятости. Фридмен утверждает, что равномерный рост денежного предложения и устранение бюджетного дефицита ведут к торможению инфляции, стабильному росту и «нормальной» занятости. Кейнс делает упор на гибкую денежную политику и рост денежной массы, Фридмен — сторонник жесткой денежной и фискальной политики.

Кривая Филлипса «работает» в относительно короткие периоды роста безработицы и снижения производства. В условиях длительного периода кривая «взлетает вверх», становится «крутой». Проще говоря, возникает так называемая стагфляция — сохранение высокой безработицы при одновременном инфляционном росте цен.

Подводя некоторый итог, отметим, что в современной интерпретации кривой Филлипса вместо темпов прироста номинальной заработной платы принято рассматривать темпы прироста цен, т.е. инфляции. Это объяснимо, ибо два этих показателя тесно связаны. Если растет заработная плата, то обычно повышаются цены.

На поведение людей, производственную активность населения оказывают влияние не только рост цен, но и ожидания. Если они рациональны, то рационально и поведение. Людей интересует не номинальная, а реальная заработная плата. Сама инфляция становится теперь зависимой от степени доверия к действиям правительства. Политика выбора между безработицей и инфляцией теряет свою актуальность. Основные акценты смещаются в сторону изучения факторов, под влиянием которых формируются ожидания.

### Рынок капитала и процент.

**Понятие капитала в экономической теории. Капитал как фактор производства.**

Под **капиталом** на рынке факторов производства понимается **физический капитал**, или производственные фонды. Последние можно назвать **капитальными благами**. К капитальным благам относятся: 1) жилые здания; 2) производственные сооружения, машины, оборудование, инфраструктура; 3) товарно-материальные запасы.

**Капитал** в широком смысле можно определить как ценность, приносящую поток дохода. С этой точки зрения, капиталом можно назвать производственные

## Микроэкономика

фонды предприятия, землю, ценные бумаги, депозит в коммерческом банке, «человеческий капитал» и т. п. Все перечисленные блага приносят поток доходов в различных формах: в виде арендной платы, выплат процентов по депозитам, дивидендов по ценным бумагам, земельной ренты и т. д.

**Капитал как запас** – это накопленные блага производственного назначения на определенный момент времени. **Инвестиции** представляют собой поток, благодаря которому происходит приумножение существующего запаса капитальных благ за определенный отрезок времени. **Инвестиции на рынке факторов производства** подразумевают капиталовложения, которые увеличивают запас физического капитала. Инвестиции, в соответствии с важнейшими разновидностями физического капитала, можно подразделить на инвестиции а) в жилые здания; б) в машины и оборудование; в) в товарно-материальные запасы. Поэтому не следует смешивать указанные капиталовложения с инвестициями как категорией финансового рынка, где покупаются и продаются такие финансовые активы.

Необходимо различать **капитал и услуги капитала**. Капитал представлен как запас, а его услуги – как поток. В связи с этим не следует смешивать **цену капитальных благ и цену услуг капитала, которая называется арендной платой, или рентной оценкой**. Некоторые авторы предлагают различать эти понятия в том смысле, что рента – это доход от невоспроизводимого фактора с неэластичным предложением, а арендная плата – это доход от воспроизводимого фактора производства длительного пользования, т. е. капитала. Таким образом, можно говорить о трех сегментах рынка капитала: 1) **о рынке капитальных благ**, где покупаются и продаются производственные фонды; 2) **о рынке услуг капитала**, где эти фонды могут быть сданы напрокат за определенную плату; 3) **о рынке заемных средств, или ссудного капитала**. Доход, порождаемый ссудным капиталом, называется процентом.

Принято различать **основной и оборотный капитал**. Основной капитал в физической форме представлен всеми теми капитальными благами длительного пользования, которые теряют свою ценность по мере износа в течение нескольких производственных циклов.

**Амортизация** – это обесценение основного капитала в результате его износа. Для возмещения изношенного за весь срок службы основного капитала создается фонд амортизации, куда поступают амортизационные отчисления после продажи готовой продукции.

**Норма амортизации** – это отношение ежегодной суммы амортизационных отчислений к стоимости капитального блага, выраженное в процентах. Нормы амортизации для различных видов машин и оборудования устанавливаются законодательно, поскольку амортизационные отчисления не включаются в налогооблагаемую базу (не подлежат налогообложению). Государство, устанавливая практику ускоренной амортизации, позволяет фирмам за достаточно короткий период сформировать фонд **амортизации** для многих видов оборудования.

Существуют различные схемы амортизационных отчислений:

## Микроэкономика

– метод прямолинейной амортизации, когда амортизационные отчисления представляют собой одну и ту же сумму в течение срока работы капитального блага;

– метод ускоренной амортизации;

– метод снижающегося остатка, когда амортизационные отчисления рассчитываются как отношение одной и той же амортизационной нормы, но не к первоначальной стоимости станка, а к его остаточной стоимости на каждый год.

Физический капитал связан с понятием **окольных, или косвенных методов производства**, связанных с временным лагом, поскольку для создания капитального блага требуется время.

Разница между суммой потребительских благ, произведенных при помощи капитала, и суммой потребительских благ, которой пришлось пожертвовать для создания капитала, составляет величину **чистой производительности капитала**.

Капитал обладает производительностью, так как при помощи капитала можно получить большее количество продукции – обеспечить себе поток доходов в виде потребительских благ. Однако, если такие факторы, как труд и земля, предстают явлениями, созданными вне экономической системы, то капитальные блага предстают как фактор, производимый самой экономической системой.

**Чистая производительность капитала в процентном выражении** – это выраженная в процентах доходность капитала, или норма дохода на капитал. Норма дохода на капитал играет важную роль при сравнении выгодности различных инвестиций в альтернативные проекты. При прочих равных условиях рациональный экономический субъект предпочтет осуществить инвестиции в проект, приносящий более высокую норму дохода.

### **Спрос и предложение на рынке услуг капитала.**

На рынке капитальных благ спрос на них предъявляет бизнес, а предложение капитальных благ осуществляют домашние хозяйства. Эти субъекты рынка, являющиеся поставщиками капитальных благ, предоставляют заемные средства (свои сбережения) для осуществления инвестиций, благодаря которым и будут приобретены капитальные блага. На рынке услуг капитала спрос и предложение осуществляют фирмы, сдающие в аренду принадлежащие им капитальные блага по определенной ставке – арендной плате (или рентной оценке).

**Спрос на капитал** – это спрос на заемные средства (ссудный капитал). Бизнес предъявляет спрос на заемные средства для осуществления инвестиций, т. е. ему требуется определенная денежная сумма для пополнения производственных фондов (капитала в физической форме). Домашние хозяйства тоже предъявляют спрос на деньги, но природа этого спроса иная, так как не связана с предпринимательской деятельностью. Кроме того, что спрос на физический капитал, так же, как и на другие факторы производства, является производным спросом, т. е. он зависит от спроса на те блага и услуги, в производстве которых используется физический капитал.

**Спрос на услуги капитала** можно представить в виде кривой, имеющей отрицательный наклон (рис. 12.1).

Микроэкономика

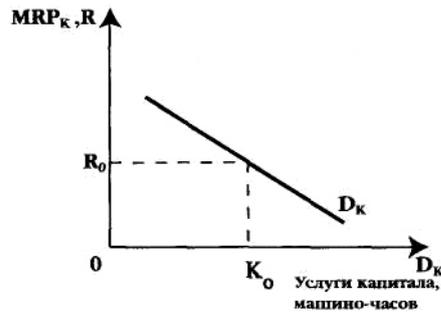


Рис. 12.1. *Спрос на услуги капитала как отражение предельной доходности капитала*

По мере вовлечения в производственный процесс все большего количества услуг капитала, снижается предельный продукт капитала в денежном выражении ( $MRP_K$ ), или предельная доходность капитала. То же самое наблюдается и при увеличении услуг труда и снижении его предельного продукта. Следовательно, в

данной ситуации действует **закон убывающей доходности**. Этот закон помогает понять динамику уровня дохода на капитал, или чистой производительности капитала. При неизменных объемах используемых факторов труда и земли, чистая производительность капитала, или «естественная» норма процента (уровень дохода на капитал) имеет тенденцию к понижению по мере роста вовлеченных в производство услуг капитала. Чем больше капитальный запас в стране, тем меньше отдача от него, или прибыльность.

Кроме того, при миграции капитала между различными отраслями промышленности в условиях совершенной конкуренции этот уровень имеет тенденцию к выравниванию. Если не существует барьеров для вхождения в отрасль и выхода из нее, слишком высокие уровни дохода на капитал привлекут предпринимателей. По мере роста капиталовложений в эту отрасль, уровень их доходности начнет снижаться, а в тех отраслях, которые капитал покинул, доходность капиталовложений начнет повышаться. Таким образом, в условиях совершенной конкуренции свободный перелив капитала приведет к выравниванию альтернативной ценности различных проектов капиталовложений.

Чтобы определить, какое количество услуг капитала будет приобретать фирма, необходимо сопоставить предельный продукт капитала в денежном выражении ( $MRP_K$ ) со сложившейся на рынке ценой услуг капитала, т. е. рентной оценкой ( $R$ ) (рис. 12.1). Оптимальное количество услуг капитала будет приобретено тогда, когда  $MRP_K$  равен рентной оценке.

Предложение услуг капитала рассматривают в краткосрочном и долгосрочном периоде. В краткосрочном периоде оно является абсолютно неэластичным. Однако в долгосрочном периоде предложение услуг капитала становится эластичным, поскольку изменяется сама величина капитального запаса страны, который может поставить больше услуг капитала.

Предложение услуг капитала в долгосрочном периоде можно представить в виде кривой, имеющей положительный наклон (рис. 12.2), потому, что те



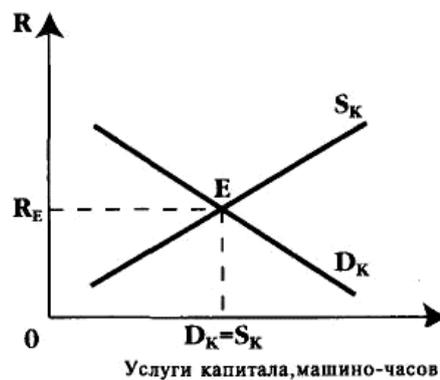
Рис. 12.2. *Предложение услуг капитала как отражение предельных издержек упущенных возможностей использования капитала*

субъекты, которые предлагают услуги капитала, отказываются от альтернативного его применения. Чем выше рентная оценка, сложившаяся

## Микроэкономика

на рынке данного капитального блага, тем больше капитальных услуг может быть поставлено. Чтобы определить количество поставляемых услуг капитала, необходимо сравнить так называемую **минимально приемлемую рентную оценку ( $R_{\min}$ )** и **предельные издержки упущенных возможностей (МОС)**, связанные с владением данным активом. Таким образом, рынок услуг капитала неразрывно связан с рынком заемных средств.

Соединив спрос на услуги капитала и предложение услуг капитала (рис. 12.3), видно, что спрос на услуги капитала уравнивается с предложением услуг капитала при рентной оценке  $R_E$ . Любые сдвиги кривых  $S_K$  и  $D_K$  под воздействием изменений в технологии, потребительских вкусов и предпочтений и т. д. изменят уровень равновесной рентной оценки на рынке услуг капитала.



**Рис.12.3. Равновесие на рынке услуг физического капитала**

### Спрос и предложение на рынке заемных средств (ссудного капитала). Реальные и денежные теории процента.

Спрос на рынке заемных средств определяется потребностью бизнеса в приобретении физического капитала для осуществления инвестиционных проектов. Кривая спроса  $D_K$  (спрос на заемные средства) будет иметь отрицательный наклон (рис. 12.4). Это объясняется убывающей предельной производительностью инвестиций по мере того, как увеличивается количество привлекаемого ссудного капитала.

Микроэкономика



Рис. 12.4. Спрос на рынке заемных средств (ссудного капитала)

**Норма дохода от инвестиций** рассчитывается как отношение дохода от инвестиций к объему инвестированных средств, выраженное в процентах. Кривая предложения заемных средств будет иметь положительный наклон (рис. 12.5). Эта кривая отражает предложение сбережений домашних хозяйств.

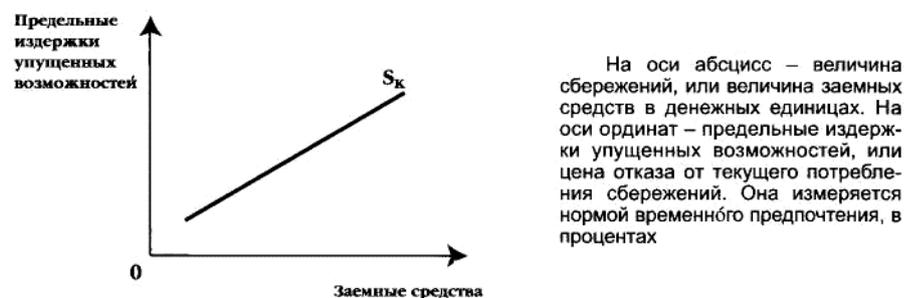


Рис. 12.5. Предложение на рынке заемных средств

Причиной ее конфигурации являются растущие предельные издержки упущенных возможностей. Речь идет об упущенной возможности потратить свои сбережения в настоящем периоде времени.

При исследовании рынка ссудного капитала и категории процента очень важно подчеркнуть роль **фактора времени**. Кривая **S<sub>к</sub>** свидетельствует о том, что домашнее хозяйство отказывается от текущего потребления своих сбережений, предлагая их в ссуду. **Межвременный** выбор означает выбор экономического субъекта во времени. В данном случае речь идет о выборе между текущим и будущим потреблением денежного дохода домашнего хозяйства.

Домашнее хозяйство рассчитывает на поток доходов в будущем. Процент и является платой за то, что владелец заемных средств предоставляет другим субъектам возможность **сегодняшнего**, текущего использования капитала. Экономическая теория использует допущение о том, что **сегодняшние блага люди оценивают выше будущих благ**. Речь идет об особенности экономического поведения субъектов рыночного хозяйства, получившей название временного предпочтения. **Временное предпочтение** – это склонность индивидов при прочих равных условиях оценивать текущее потребление или доход выше, чем потребление или доход в будущем.

Для того чтобы побудить владельца денежного капитала отказаться от сегодняшнего распоряжения ресурсами, необходимо вознаградить его за такой отказ. Те же хозяйственные агенты, которые получают возможность использовать сегодня заемные средства, должны заплатить за это владельцу ссудного

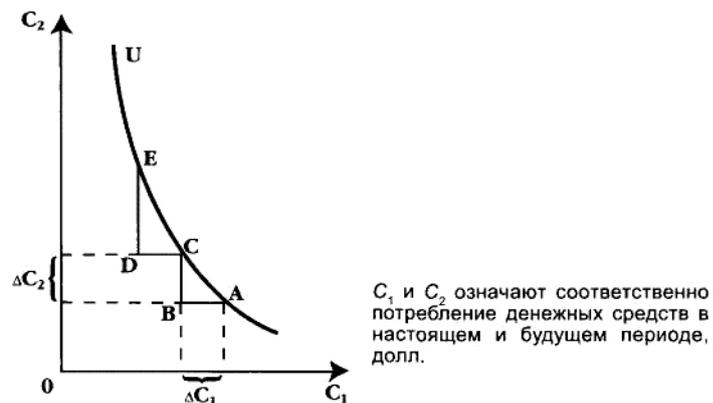
капитала. **Процент** есть цена отказа от сегодняшнего (текущего) потребления благ.

Учет фактора времени при определении категории процента связан с предпочтением текущего потребления будущему потреблению. Временное предпочтение можно выразить в процентных и относительных величинах. **Норма временного предпочтения** можно определить, сопоставляя натуральные и денежные величины, т. е. чистый доход (чистую производительность капитала) и отказ от текущего потребления.

Сопоставляя будущий доход и сегодняшнее воздержание от текущего потребления в денежных единицах, следует разделить ожидаемый в будущем доход на ту сумму денег, от расходования которой в настоящее время отказывается индивид.

Временное предпочтение может быть положительным, нулевым и отрицательным. Цена отказа от сегодняшнего потребления сбережений может быть измерена нормой временного предпочтения: 1) индивид имеет **положительную норму временного предпочтения**, если ему в будущем требуется более 1 долл. для компенсации отказа от возможности потратить 1 долл. в текущем периоде; 2) индивид имеет **отрицательную норму временного предпочтения**, когда он отказывается от траты 1 долл. в текущем периоде, даже если в будущем он получит менее 1 долл.; 3) индивид имеет нулевую норму временного предпочтения, когда он отказывается от возможности потратить 1 долл. в текущем периоде ради получения 1 долл. в будущем.

Итак, побудить домашнее хозяйство отказаться от все большей суммы сегодняшнего потребления своих сбережений можно, только повышая вознаграждение, или цену этого отказа.



**Рис.12.6.** Кривая безразличия домашнего хозяйства: потребление благ в настоящем и будущем периодах времени

Анализ межвременного выбора можно провести также с помощью **кривой безразличия домашнего хозяйства**, распределяющего свое потребление денежных средств между настоящим и будущим временем (рис. 12.6). **Предельная норма временного предпочтения (MRTP)** – это отношение дополнительного потребления в будущем (будущего дополнительного дохода) к дополнительной денежной единице текущего потребления, от которой субъект

отказывается. Если сегодняшнее потребление обозначить буквой  $C_1$ , а будущее –  $C_2$ , то **M RTP** можно представить как  $\Delta C_2 / \Delta C_1$ .

Речь идет о различных комбинациях расходования денежных средств (текущего дохода): если сберегается часть текущего дохода, то возможно увеличение потребления в будущем периоде. На кривой безразличия  $U$  каждая точка показывает возможные сочетания между сегодняшним, текущим потреблением ( $C_1$ ) и будущим потреблением ( $C_2$ ). Кривые безразличия с крутым наклоном будут у субъектов с высоким значением положительного временного предпочтения. Эти люди сильнее, чем другие, предпочитают блага настоящие благам будущим. Наклон кривой безразличия в любой точке определяется предельной нормой временного предпочтения, умноженной на  $-1$ , т. е.  $-\Delta C_2 / \Delta C_1$ . Наклон кривой безразличия отрицателен. При отказе от текущего потребления и сбережении (от точки  $A$  до  $B$ ) домашнее хозяйство получит большую величину в будущем периоде, т. е. произойдет увеличение будущего потребления (от точки  $B$  до  $C$ ). Отношение отрезков  $CB/AB$  показывает предельную норму временного предпочтения, равную  $1,2/1$ . Оно будет еще выше, если мы сравним отрезки  $ED$  и  $DC$  на более крутом участке кривой безразличия:  $2/1$ .

Совместив кривые спроса и предложения на рынке заемных средств, можно рассматривать категорию процента как своеобразную цену равновесия: в точке пересечения кривых  $D_k$  и  $S_k$  устанавливается равновесие на рынке ссудного капитала (инвестиционных средств),  $D_k = S_k$ . В точке  $E$  происходит совпадение нормы дохода ссудного капитала (нормы дохода от инвестиций) и нормы временного предпочтения (рис. 12.7).

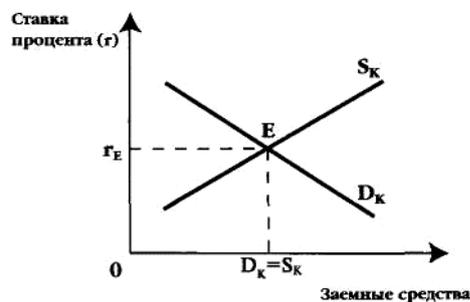


Рис. 12.7. Процент как равновесная цена на рынке заемных средств

**Ставкой (нормой) процента** называется отношение дохода, полученного от предоставления в ссуду капитала, к величине ссужаемого капитала, выраженное в процентах. Равновесная ставка процента означает, что на этом уровне совпадают норма дохода от

инвестиций и норма временного предпочтения.

Все предыдущее изложение было основано на объяснении категории процента в русле концепции неоклассической школы, т. е. **реальной теории процента**.

Экономисты, рассматривающие реальную теорию процента, подчеркивают, что процент существует во всех хозяйственных системах, потому, что во этих системах 1) существует большая производительность околных, или косвенных методов производства (капитал обладает производительностью), и 2) во всех обществах существует предпочтение благ настоящих благам будущим. Согласно **денежной теории процента** Дж. М. Кейнса, **процент** – есть плата за расставание с ликвидностью. Если сторонники реальной теории процента видят его суть в реальных факторах (производительности и нетерпении), то сторонники денежных теорий сводят природу процента к чисто денежному явлению.

М. Блауг обращает внимание на то, что процентная ставка работает одновременно на трех направлениях: 1) в области потребительских решений; 2) в области инвестиционных решений; 3) в области решений, определяющих структуру портфеля финансовых активов. Иными словами, **ставка процента** – это и награда за ожидание, и показатель чистого дохода на капитал, и компенсация за отказ от ликвидности.

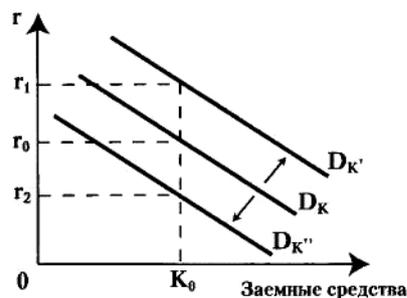
Под влиянием кредитно-денежной политики правительства, воздействующей на величину ставки процента, интерес к реальным теориям несколько упал. Однако, реальная теория процента определяет норму процента применительно к рынку товаров, а денежная теория определяет ее либо для рынка ценных бумаг, либо для кредитного рынка (рынка заемных средств). Таким образом, ни реальная, ни денежная теории процента не утратили своей актуальности в исследовании рынков.

**Факторы, определяющие сдвиги кривых спроса и предложения на рынке заемных средств.**

Кривые спроса и предложения на рынке заемных средств (ссудного капитала) могут смещаться под влиянием самых различных факторов.

Факторы изменения спроса на ссудный капитал (рис. 12.8):

1) Изменение спроса может произойти из-за уменьшения или увеличения предельной производительности физического капитала, который и приобретается фирмами посредством рынка заемных средств. Если произошло повышение предельной производительности капитала, то кривая  $D_K$  сместится в положение  $D_{K'}$ . Причина – изменения в технике и технологии производства, т. е. научно-



**Рис. 12.8.** Смещение кривой спроса на заемные средства

технический прогресс (НТП). Тенденция к падению уровня процентной ставки может быть заторможена или парализована тем влиянием, которое оказывает на производство НТП. Происходящий рост предельной

производительности капитала показывает, что под воздействием НТП тому же объему спроса на заемные средства  $K_0$  будет соответствовать более высокая ставка  $r_1$ . Однако НТП может выражаться и во внедрении капиталосберегающих технологий. Тогда кривая спроса  $D_K$  сместится в положение  $D_{K''}$ , и при объеме заемных средств  $K_0$  ставка процента снизится до  $r_2$ .

2) Сдвиг спроса на капитал может происходить из-за изменений во вкусах и предпочтениях потребителей, поскольку спрос на физический капитал – это производный спрос.

3) Инфляция и инфляционные ожидания также воздействуют на сдвиг кривой  $D_K$ . Спрос на заемные средства при инфляции должен возрасти. Это – спрос преимущественно на рынке краткосрочных ссуд. Предприниматель, занимая денежные средства, рассчитывает на инфляционное повышение цен на свою продукцию и рост прибылей. Кроме того, отдавать долг он рассчитывает обесценивающимися деньгами. В результате кривая  $D_K$  смещается в положение

$D_K'$  и происходит рост ставки процента при той же величине спроса на заемные средства  $K_0$ .

4) Сдвиги в спросе на ссудный капитал могут происходить из-за изменений в налоговом законодательстве. Рост ставок налога на прибыль корпораций смещают кривую спроса на капитал в положение  $D_K''$ , так как ослабляются

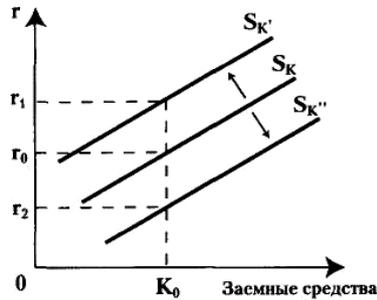


Рис.12.9. Смещение кривой предложения заемных средств (предложения сбережений)

стимулы к инвестированию. И, наоборот, снижение налоговых ставок и введение налоговых льгот сместят кривую спроса на ссудный капитал в положение  $D_K'$ .

Факторы изменения предложения на ссудный капитал (рис.12.9):

1) Инфляция сдвигает кривую  $S_K$  в положение  $S_K'$  так, что величине предложения капитала  $K_0$  соответствует более высокая ставка процента  $r_1$ . В условиях, когда деньги теряют свою покупательную способность, кредиторы будут поднимать номинальную ставку процента, желая обезопасить свои денежные средства от обесценения.

2) Смещение кривой предложения сбережений будет зависеть от фазы деловой активности, в которой находится экономика. В фазе спада люди стремятся больше сберегать, нежели тратить. Следовательно, кривая предложения заемных средств сместится в положение  $S_K''$ . Предложению заемных средств  $K_0$  будет соответствовать более низкая процентная ставка  $r_2$ . Противоположная ситуация – в фазе подъема, т.е. сдвиг кривой предложения  $S_K$  в положение  $S_K'$ . При объеме капитала  $K_0$  ставка процента составит  $r_1$ .

3) Налоговая и кредитно-денежная политика государства, использующая в качестве инструментов воздействия на экономику налоговые ставки, ставку процента, другие инструменты политики Центрального Банка, оказывают влияние на предложение сбережений. В результате это отражается на смещении кривой предложения заемных средств.

Номинальная и реальная ставка процента. Фактор риска в процентных ставках.

**Номинальная ставка процента** – это текущая рыночная ставка, не учитывающая уровень инфляции.

**Реальная ставка процента** – это номинальная ставка за вычетом ожидаемых (предполагаемых) темпов инфляции.

Различие между номинальной и реальной процентной ставкой приобретает смысл только в условиях инфляции (повышения общего уровня цен) или дефляции (снижения общего уровня цен).

**Эффект Фишера**, выражающий связь между номинальной и реальной ставкой процента, означает следующее: номинальная ставка процента изменяется так, чтобы реальная ставка оставалась неизменной:

$i = r + \pi^0$ , где  $i$  – номинальная ставка процента,  $r$  – реальная ставка процента,  $\pi^0$  – ожидаемый темп инфляции (в процентах).

## Микроэкономика

Таким образом, само различие между номинальными и реальными переменными порождено инфляционными или дефляционными процессами в экономике.

В реальности существует множество различных ставок процента на рынке заемных средств, на рынке ценных бумаг, на рынке недвижимости и т. д. Первой причиной этому является степень риска капиталовложений.

Риск в рыночном хозяйстве связан с неопределенностью как имманентной чертой рыночного процесса. Поэтому, чем выше риск при предоставлении ссуды, тем выше должна быть ставка процента. В связи с этим, ставки процента по рисковым и безрисковым активам будут различными.

Безрисковые активы – это активы, обеспечивающие денежные поступления в заранее обусловленном размере (государственные ценные бумаги).

Рисковые активы – это активы, денежные поступления от которых весьма неопределенны и часто зависят от случая (акции финансовых пирамид).

Вторая причина различий в ставках процента – это срок, на который выдаются ссуды. Краткосрочные ссуды предоставляются под более низкий процент, нежели долгосрочные.

Третьей причиной является степень монополизации рынка заемных средств. Поскольку монополист обладает определенной властью над рыночной ценой (ставка процента), то чем выше степень монополизации на рынке ссудных капиталов, тем будет выше ставка процента.

Экономическому субъекту, принимающему решение на рынке капитала, необходимо знание различных ставок процента для того, чтобы при осуществлении инвестиционных проектов с низкой степенью риска сравнивать ожидаемые доходы со ставкой процента по безрисковым активам. В свою очередь, осуществление высокорисковых инвестиционных проектов требует сравнения ожидаемых доходов с процентной ставкой по соответствующим активам со значительной степенью риска.

### **Дисконтирование и принятие инвестиционных решений.**

Итак, рыночная ставка процента играет важную роль при принятии инвестиционных решений. Предприниматель всегда сравнивает ожидаемый уровень дохода на капитал (в процентном выражении) с текущей рыночной ставкой процента по ссудам. Сами по себе инвестиции нельзя считать высоко- или низкодоходными, если не принимать во внимание ставку процента. **Инвестиции следует осуществлять, если ожидаемый уровень дохода от них не ниже или равен рыночной ставке процента по ссудам.** Это доказывает **альтернативность экономических решений** в рыночном хозяйстве, необходимость постоянного сопоставления различных вариантов и выбор оптимального из них. Таким образом, процент выполняет важнейшую задачу эффективного распределения ресурсов в рыночном хозяйстве, выбор наиболее доходного из возможных инвестиционных проектов.

Сравнение уровня дохода на инвестиции с процентной ставкой – это один из способов обоснования эффективности инвестиционных проектов. При этом важно учитывать различие номинальной и реальной ставки при сравнении ожидаемого уровня дохода капиталовложений и реальной ставки процента с учетом фактора риска капиталовложений. Если предполагаемый инвестиционный проект

Микроэкономика

отличается низкой степенью риска, то необходимо сравнивать ожидаемую доходность со ставкой процента по безрисковым активам.

**Дисконтирование** – это специальный прием для соизмерения текущей (сегодняшней) и будущей ценности денежных сумм. Дисконтирование можно определить и как снижение ценности отсроченных денежных поступлений.

Проблема дисконтирования заключается в том, что при осуществлении инвестиционных проектов (покупке оборудования, строительстве нового завода, прокладке железной дороги и т. п.) необходимо сопоставлять величину **сегодняшних затрат и будущих доходов**. Попросту говоря, деньги в освоение проекта необходимо вложить **сегодня**, а доходы получите **в будущем**.

Дисконтирование – это процедура, обратная начислению сложных процентов, т. е. расчету **будущей ценности (FV) сегодняшней суммы денег (PV)**.

Формула для расчета будущей ценности сегодняшней суммы денег:

$$FV = \sum_{t=1}^n PV(1+r)^t$$

где t – количество лет, r – ставка процента.

Формула для расчета сегодняшней ценности будущей суммы денег, позволяющая дисконтировать будущие доходы, такова:

$$PV = \sum_{t=1}^n FV/(1+r)^t$$

$$PV = \sum_{t=1}^n FV/(1+r)^t$$

, и показывает, что чем ниже ставка процента и меньше период времени (t), тем выше дисконтированная величина будущих доходов.

**Чистая дисконтированная ценность (NPV)** представляет собой разницу между дисконтированной суммой ожидаемых доходов и издержками на инвестиции, т. е. **NPV = PV – C**. Использование критерия чистой дисконтированной ценности означает, что инвестирование имеет смысл только тогда, когда **NPV > 0**. При **NPV < 0** критерий чистой дисконтированной ценности показывает нецелесообразность осуществления проекта.

**Внутренняя норма дохода (IRR)** – это показатель, который означает такую ставку дисконтирования, при которой чистая дисконтированная ценность равна нулю.

$$C = \sum_{t=1}^n FV/(1+r)^t$$

Внутренняя норма дохода, в сущности, – это тот максимальный уровень ставки процента, на который может согласиться инвестор для привлечения инвестиционных средств на рынке ссудного капитала.

**Рынок капитальных активов (капитальных благ длительного пользования).**

Ценность капитального блага непосредственно связана с потоком доходов, которые можно получить от его использования. Если фирма, купив оборудование по цене C, рассчитывает получить в будущем поток доходов, сегодняшняя ценность которых превосходит величину C, то такая сделка укладывается в рамки рационального экономического поведения. Поток доходов – это арендная плата,

## Микроэкономика

или рентная оценка, по которой фирма будет сдавать оборудование в аренду. Следовательно, цена капитального блага тесно связана с рентной оценкой услуг этого блага. Если величина  $C$  составляет 10000 рублей, срок службы оборудования – 5 лет, рентная оценка – 2500 рублей в год, а ставка дисконта на рынке заемных средств по безрисковым активам составляет 1%, то  $PV$  (сегодняшняя ценность потока доходов) за 5 лет составит 12000 рублей. Фирме имеет смысл приобрести оборудование при таких условиях. Однако, на рынке капитальных благ данного вида не наблюдается равновесия, так как  $PV > C$ . Высокая сегодняшняя ценность потока доходов от оборудования, сдаваемого в аренду, вызовет приток хозяйствующих субъектов, желающих купить такое оборудование. Величина  $C$ , т. е. сложившаяся первоначально цена капитального блага 10000 рублей, начнет повышаться, так как владельцы ссудного капитала сочтут выгодным вкладывать свои свободные денежные средства в такой проект. Вместе с тем, увеличится предложение оборудования на рынке его проката, а, значит, начнет снижаться рентная оценка (арендная плата), которая теперь будет ниже 2500 рублей ежегодно. В результате уменьшится и дисконтированный поток доходов (арендной платы) так, что  $PV$  начнет снижаться. Равновесие на рынке капитальных благ установится тогда, когда  $C$  будет равно  $PV$ . Другими словами, **цена капитального блага есть не что иное, как дисконтированная ценность потока будущих доходов, приносимых от его использования.**

Таким образом, цены на рынке услуг физического капитала (ставки арендной платы), цены на рынке ссудного капитала (ставки процента), цены на рынке капитальных благ (дисконтированный поток доходов, приносимый капитальными благами) тесным образом связаны между собой.

**Рынок земли и земельных ресурсов. Земельная рента.**

**Землевладение** означает признание права данного (физического или юридического) лица на определенный участок земли на исторически сложившихся основаниях. Чаще всего под землевладением подразумевается право собственности на землю. Землевладение осуществляют собственники земли.

**Землепользование** – это пользование землей в установленном обычаем или законом порядке. Пользователь земли не обязательно является ее собственником. В реальной хозяйственной жизни субъектов землевладения и землепользования нередко олицетворяют разные физические (или юридические) лица.

Термин услуги земли связан с определением земельной ренты, или арендной платы, земля – с определением цены земли как капитального актива.

**Ограниченность предложения земельных ресурсов. Земельная рента.**

Важным условием при объяснении категории земельной ренты является факт **ограниченности предложения земли**. Количество земли – фиксированная величина. Подобной ограниченности не наблюдается при формировании предложения труда или предложения капитала, так как два последних фактора производства являются свободно воспроизводимыми, и могут быть увеличены в ответ на растущий спрос, чего нельзя сказать о земле, которой свойственна абсолютная неэластичность предложения в краткосрочном и долгосрочном периоде, что является причиной особенностей ценообразования на данный вид ресурса.

Другой особенностью земельных ресурсов является их **недвижимый характер**.

**Земельная рента как факторный доход** может быть рассмотрена на основе концепции предельных продуктов. Именно размеры предельных продуктов определяют вклад и, соответственно, вознаграждение каждого из факторов производства. Целесообразно рассмотреть модель ценообразования, в которой двумя факторами производства будут земля и труд. Количество применяемой земли составляет фиксированную величину. Переменным фактором являются услуги труда наемных сельскохозяйственных рабочих.

Собственник земельного участка будет нанимать дополнительных рабочих до тех пор, пока предельный продукт, создаваемый наемным сельскохозяйственным рабочим, не сравняется с размером заработной платы (рис. 13.1).

Это количество нанимаемых рабочих достигает величины  $L_1$ , когда размеры

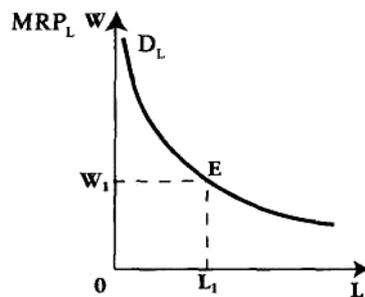


Рис. 13.1. Доли заработной платы и земельной ренты в созданном продукте

предельного продукта равны  $W_1$ , т. е. совпадают с уровнем заработной платы, сложившейся на конкурентном рынке. Заработная плата всех сельскохозяйственных рабочих составит площадь  $OW_1EL_1$ . Остальная площадь, т. е. фигура  $W_1ED_L$ , есть

величина земельной ренты, полученная путем вычета из общей величины созданного продукта совокупной величины заработной платы.

**Альтернативная ценность услуг земли и земельная рента. Равновесие на рынке услуг земли.**

**Экономическая рента** – это доход от какого-либо фактора производства, предложение которого неэластично. Следовательно, экономической рентой называется доход не только от сельскохозяйственной земли (а ее предложение неэластично в силу ограниченности земли), а доход от любого ресурса, предложение которого неэластично.

Земля – это фактор, не имеющий альтернативной ценности для общества в целом. Поэтому, если кривая предложения услуг земли вертикальна, то альтернативные издержки ее использования равны нулю.

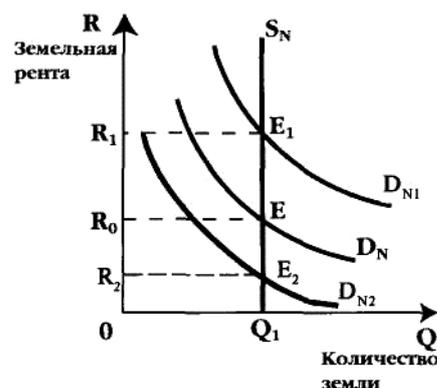


Рис. 13.2. Равновесие на рынке услуг земли

Принцип установления земельной ренты, или арендной платы как равновесной цены на рынке земельных ресурсов такой же, как и в случае других рынков факторов производства.

$S_N$  – это кривая предложения услуг земли,  $D_N$  – кривая спроса на услуги земли, точка  $E$  – это уровень земельной ренты, который

## Микроэкономика

уравнивает спрос и предложение услуг земли (рис. 13.2). Если уровень земельной ренты повысится и превзойдет уровень точки  $E$ , предложение услуг земли (хоть оно и неизменно) превысит спрос на нее. В таких условиях земельные собственники станут испытывать трудности со сдачей земли в аренду, и вынуждены будут снизить ставки земельной ренты. Если же уровень ставок понизится (ниже точки  $E$ ), то спрос на землю превысит ее неизменное предложение. В таких условиях земельные собственники, воспользовавшись высоким спросом на услуги земли, будут повышать земельную ренту.

Очевидно, что при абсолютно неэластичном предложении услуг земли земельная рента определяется исключительно спросом на услуги земли. Чем выше расположена кривая  $D_n$ , тем выше и уровень земельной ренты  $R$  ( $D_n - R_1$ ). Спрос на услуги земли является производным спросом, как и спрос на другие факторы производства. Если спрос уменьшится до уровня  $D_n$ , то и ставка земельной ренты составит величину  $R_2$ .

Все изложенное выше относится и к спросу на услуги земли для несельскохозяйственных целей. Но если предположить, что отдельный собственник земли может использовать ее различными способами – для выращивания сельскохозяйственных культур, для строительства гостиницы или парка развлечений, то он сталкивается с проблемой издержек упущенных возможностей, или альтернативной стоимостью.

**Дифференциальная земельная рента.**

Несмотря на различия концептуального подхода, экономисты подчеркивают неоднородность качества земельных участков. Это означает, что производительность земли как фактора производства будет различной в зависимости от ее плодородия, а также местоположения.

Образование **дифференциальной земельной ренты по плодородию** можно представить, используя кривые средних и предельных издержек. При условии, что фермерские хозяйства функционируют на рынке совершенной конкуренции, линия спроса на продукцию любого фермера будет горизонтальной. Существуют три участка земли – I, II, III, различающихся плодородием.

На ферме I, где плодородие земли самое высокое (большая урожайность при одинаковых затратах всех факторов производства на всех трех фермах), средние издержки самые низкие (рис. 13.3а). Это означает, что фермер I получит дифференциальную ренту, размер которой равен площади заштрихованного прямоугольника. Фермер II, чьи средние издержки выше, получит меньшую величину ренты (рис. 13.3б). А фермер III только возместит свои издержки, а размер дифференциальной ренты на его участке равен нулю (рис. 13.3в). Если же рыночная цена на сельскохозяйственную продукцию упадет ниже 10 долл. за центнер, то фермер III будет вынужден уйти с рынка, так как не сможет компенсировать своих издержек (включая нормальную прибыль).

Микроэкономика

Получение дифференциальной, т. е. разностной ренты, фермером,

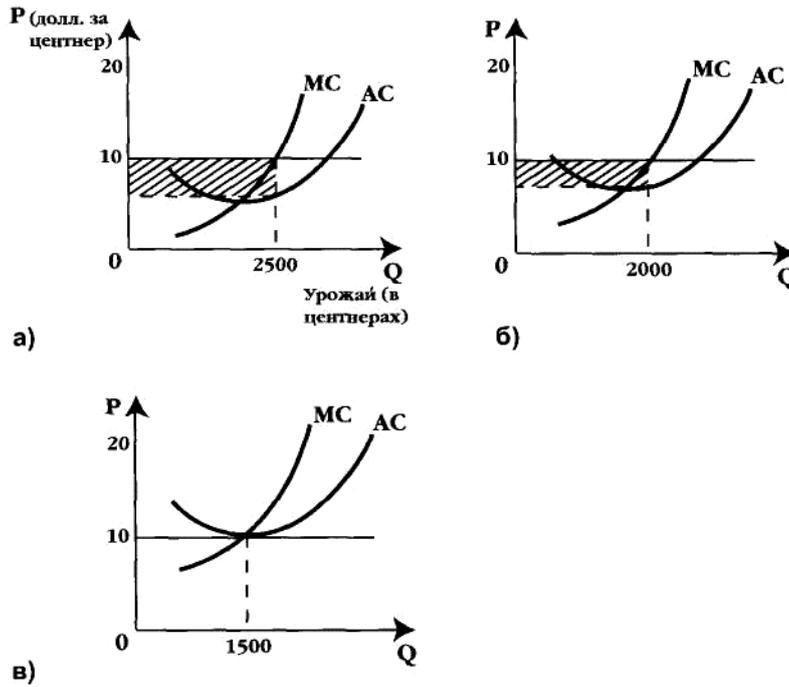


Рис. 13.3. Дифференциальная земельная рента

хозяйствующим на участке I, достаточно устойчиво, так как количество высокоплодородных земель ограничено и не может быть расширено в сколько-нибудь близкой перспективе.

Дифференциальная рента – это доход, полученный в результате использования ресурсов с неэластичным предложением и более

высокой производительностью в ситуации ранжирования этих ресурсов.

**Цена земли как капитального актива.**

В условиях рыночной экономики земля покупается и продается как капитальный актив. Цена земли как капитального блага зависит от двух величин: 1) размеров земельной ренты, и 2) ставки ссудного процента.

Покупатель земельного участка стремится приобрести его ради ренты, которую приносит земля. Покупается право на получение регулярного дохода в течение неопределенно долгого периода времени.

Цена земли - это дисконтированная ценность. Она рассчитывается по аналогии с приобретением любого капитального блага, приносящего регулярный доход.

$$PV = \sum_{t=1}^n FV / (1+r)^t$$

Поскольку величина t в этой формуле приближается к бесконечности, постольку и коэффициент дисконтирования  $1/(1+r)^t$  становится все меньше и меньше с ростом t. Таким образом, цена земли как дисконтированная ценность (PV<sub>N</sub>) определяется по формуле:

**PV<sub>N</sub> = R / r**, где R – ежегодный размер земельной ренты, а r – рыночная ставка процента. Из формулы видно, что цена земли будет расти, если увеличивается размер ренты, и падать, если повышается ставка процента.

На практике цена земли зависит от множества факторов, влияющих на спрос и предложение земельных участков, среди которых рост спроса на землю для несельскохозяйственных целей, инфляция, особенно гиперинфляция, падение фермерских доходов, рост ставок ссудного процента.

**Предпринимательство и прибыль.**

**Прибыль: нормальная и экономическая.**

## Микроэкономика

Прибыль в рыночном хозяйстве является вознаграждением такого специфического фактора, как предпринимательство. Специфика предпринимательства как фактора производства проявляется через его функции: соединение других ресурсов – труда, капитала, земли – для производства товаров или услуг; принятие основных решений, связанных с деятельностью фирмы; осуществление нововведений в производстве или в сбыте продукции; взятие на себя рисков, вытекающих из выполнения предпринимательских функций. Предприниматель в результате выполнения этих функций вправе претендовать на определенный доход – прибыль.

**Прибыль** определяют как разность между валовым доходом и валовыми издержками.

В издержки включаются денежные расходы, которые фирма несет на приобретение машин, оборудования, сырья, материалов, на выплату заработной платы работникам и т. д. Фирма в этом случае несет **явные издержки**, поскольку выплачивает эти деньги внешним по отношению к ней хозяйствующим субъектам. Таким образом, **явные, или бухгалтерские, издержки**, включают в себя только денежные затраты. В связи с этим, **бухгалтерская прибыль** представляет собой разность между валовой выручкой и явными (бухгалтерскими) издержками.

Однако в экономические издержки должна входить стоимость услуг всех факторов производства. Любые затраты, а значит, и издержки производства, должны рассматриваться с точки зрения ценности альтернативных возможностей, которыми приходится жертвовать. Любой предприниматель, выбирая сферу приложения своих предпринимательских способностей, сравнивает альтернативные варианты с точки зрения ожидаемых выгод и выбирает наиболее эффективный для себя вариант, упуская альтернативные. Упущенный, или альтернативный, доход должен входить в издержки.

Используя собственные ресурсы, владелец этих факторов не несет явных денежных затрат; это неоплачиваемые, или **неявные, издержки**, поскольку они могут быть представлены в денежной форме в виде платежей, которые **могли бы быть получены** фирмой при альтернативном использовании данных внутренних ресурсов. Потеря этих платежей означает, что фирма несет издержки.

Вместе с тем, в условиях совершенной конкуренции, предусматривающих свободные переливы факторов производства из отрасли в отрасль в поисках более высокого дохода, должно произойти выравнивание альтернативной ценности различных вариантов приложения предпринимательских способностей. В этом случае полные издержки совпадут с полной выручкой. Однако это не означает, что предприниматель не получит никакого дохода.

Когда предприниматель организует процесс производства, соединяя в нем различные ресурсы, управляет фирмой и принимает необходимые экономические решения, он выступает как разносторонний специалист, являясь одновременно менеджером, инженером, торговым агентом, юристом, начальником отдела кадров и т. д. И только осуществляя все эти функции, предприниматель тем самым выполняет саму предпринимательскую функцию. В этом случае доход предпринимателя будет складываться минимум из двух частей. Одна часть дохода будет представлять собой плату за труд предпринимателя, за организацию и ведение дела, т. е. то, что принято называть безусловной

## Микроэкономика

заработной платой. Вторая часть дохода предпринимателя обусловлена тем, что он является собственником капитала и вкладывает этот капитал в дело. Доход на капитал, принадлежащий предпринимателю, может быть выражен в виде годовой процентной ставки, которая, в свою очередь, является количественным выражением **чистой производительности капитала**.

Эти две части дохода предпринимателя будут представлять собой прибыль с точки зрения бухгалтера, но с точки зрения экономиста – это элементы издержек. В валовые издержки должна входить и **нормальная прибыль** как минимальный доход предпринимателя, необходимый для привлечения и удержания этого ресурса в данном производственном процессе. **Экономическая прибыль** возникает в том случае, если валовая выручка превышает все издержки (явные и неявные), включая в последние и нормальную прибыль.

### Источники экономической прибыли.

Экономическая прибыль, которая не входит в издержки, а представляет собой избыток **сверх** нормальной прибыли, достается предпринимателю как факторный доход.

Специфика предпринимательской деятельности раскрывается не в статичной, а в **динамичной экономике**, когда факторы, определяющие величину спроса и предложения, изменяются.

Случаи экономического развития («осуществления новых комбинаций» факторов производства) по Й. Шумпетеру:

- 1) Изготовление нового, т. е. еще неизвестного потребителям, блага или создание нового качества того или иного блага.
- 2) Внедрение нового, т. е. данной отрасли промышленности еще практически неизвестного, способа производства.
- 3) Освоение нового рынка сбыта.
- 4) Получение нового источника сырья или полуфабрикатов.
- 5) Проведение соответствующей реорганизации рыночной структуры, например обеспечение монопольного положения предприятия или подрыв монопольного положения другого предприятия.

Именно в этих условиях развивающейся экономики особую роль играют предприниматели, и одновременно проявляется специфика предпринимательской деятельности как фактора производства. Предприниматель 1) **проявляет инициативу**, соединяя факторы (ресурсы) в производственном процессе по-новому; 2) **принимает неординарные решения** по управлению фирмой; 3) **внедряет инновации и несет ответственность за экономический риск**.

Итак, нулевая экономическая, или нормальная, прибыль, является следствием статичной экономики и свободной конкуренции в чистом виде. Однако любая конкурентная рыночная ситуация характеризуется как известной **неопределенностью** в результате динамичности экономической системы, так и значительным контролем над производством и ценами в результате **монополизации рынков**. Эта неопределенность рынка, с одной стороны, и монополизация рынка, с другой, и порождают **экономическую прибыль**, получаемую отдельными предпринимателями как дополнительный, избыточный доход, превышение полной выручки над полными издержками.

Причины появления дополнительного дохода:

## Микроэкономика

1) Экономическую прибыль можно рассматривать как вознаграждение за принятие предпринимателем риска, связанного с неопределенностью, присущей развитию рыночной экономики, и не поддающегося страхованию. Взятие на себя этих рисков является одним из источников экономической прибыли.

2) Экономическую прибыль можно рассматривать как вознаграждение за инновации, которые могут стать для фирмы причиной как дополнительных доходов, так и убытков. Следовательно, предприниматель, решаясь на осуществление нововведений, рискует, но платой за этот риск, в случае успеха, может стать экономическая прибыль.

3) Источником экономической прибыли может стать обладание монопольной властью на рынке, которая в известной степени снижает для предпринимателя степень неопределенности экономической ситуации, а значит, и способствует уменьшению риска потерь и убытков.

Таким образом, если **предпринимательство выступает как фактор, нарушающий равновесие рынка**, смещающий кривые спроса и предложения в иное положение под воздействием открытия новых технологий, новых рынков, создания новых видов продукции, изменения рыночных структур и т. п., то и **прибыль не может выступать как равновесная цена.**

### Функции прибыли.

Получение прибыли как избыточного дохода, с одной стороны, не может иметь длительного характера, поскольку конкуренция ведет к выравниванию условий хозяйствования, распространению технических нововведений и т. п. С другой стороны, причины, порождающие прибыль, постоянно появляются вновь и воспроизводятся, и с этой точки зрения прибыль играет огромную стимулирующую роль в рыночной экономике.

Стремление получить экономическую прибыль, обойти конкурентов, укрепить свои позиции на рынке – постоянно действующий мотив предпринимательской деятельности, толкающий экономику вперед, к постоянному развитию.

1) Ожидание экономической прибыли стимулирует наиболее эффективное использование ресурсов.

2) Существование экономической прибыли способствует эффективному распределению ресурсов между альтернативными способами их применения.

3) Прибыль не только создает стимулы для расширения производств, продукция которых пользуется спросом, но и выступает источником финансирования такого расширения.

Неопределенность, приносящая экономическую прибыль одним предприятиям, одновременно порождает убытки для других. Однако постоянная угроза убытков является таким же мощным стимулом, как и желание получить прибыль.

## Лекция 4

### Тема 4.1 Теория общего равновесия и экономика благосостояния

**Рынок как саморегулирующийся механизм. Модели частичного и общего равновесия.**

Спрос на ресурсы, товары и услуги меняется под воздействием вкусов и предпочтений, новых технологий и т. д. На рынке любого товара происходит постоянная подстройка предложения под изменяющийся спрос при помощи гибкого ценового сигнала. Время от времени предложение полностью находит свой спрос и рынок приходит в сбалансированное состояние. Сбалансированность рынка, т. е. равенство между спросом и предложением – есть рыночное равновесие. Однако при изменении конъюнктуры снова возникает дисбаланс между спросом и предложением.

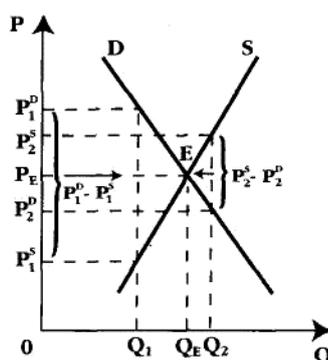
1) **Классическая теория**, наблюдая восстановление рыночного равновесия с помощью ценовой и количественной подстройки спроса и предложения, имела основание утверждать, что рынок – это саморегулирующаяся система, способная автоматически восстанавливать утраченное равновесие.

2) В **неоклассической экономической теории** существует два подхода к исследованию рыночного равновесия – по Вальрасу и по Маршаллу.

Л. Вальрас рассматривал установление равновесия между спросом и предложением, происходящее в краткосрочном плане на основе их количественной подстройки (рис. 15.1а). Первоначальное равновесие установилось в точке  $E$  при объеме товара  $Q_E$  и цене  $P_E$ . При повышении цены до  $P_1$ , объем



а) Установление равновесия по Вальрасу



б) Установление равновесия по Маршаллу

Рис. 15.1. Автоматизм рыночного равновесия

спроса сократится, а объем предложения станет выше равновесного, что характерно для рынка покупателя. Избавляясь от товарных излишков, конкурирующие производители начнут снижать цены. Под давлением избыточного

предложения цена на товар снизится. В ответ величина спроса на данный товар начнет возрастать. Уторговывание будет продолжаться до тех пор, пока производители не найдут такой объем выпуска, который совпадет с объемом спроса.

Напротив, если цена окажется ниже равновесной на уровне  $P_2$ , то объем спроса будет превышать объем предложения, что характеризует **рынок продавца**: товар временно окажется в дефиците. Конкуренция покупателей, т. е. избыточный спрос, будет давить на цену товара в сторону повышения. В ответ

производители станут расширять предложение до тех пор, пока спрос не будет полностью насыщен. Условие равновесия по Вальрасу выглядит как равенство:  $Q^D(P) = Q^S(P)$ , и показывает, что в модели Вальраса объемы спроса и предложения являются функцией цены.

Итак, в подходе Вальраса акцент делается на том, что **равновесие устанавливается под влиянием давления избыточного объема спроса, или избыточного объема предложения на цену, т. е. посредством количественной (объемной) подстройки рыночного механизма.**

К описанию **общего равновесия Вальрас** подошел в «**модели аукциониста**», описывающей механизм установления равновесия в отсутствие транзакционных издержек. Кроме того, в данной модели сделки заключаются мгновенно и только на уже готовые товары. В «аукционисте» воплощен автоматизм саморегулирования, движущий рынок к оптимизации.

А.Маршалл предлагал другую трактовку процесса установления равновесия, полагая, что силой, движущей рынок к равновесию, является цена. Если цена спроса  $P^{D_1}$  превышает цену предложения  $P^{S_1}$ , то такая разница цен заставит производителей увеличить предложение с  $Q_1$  до  $Q_E$ , и потребители смогут расширить свой спрос, пока цена не установится на уровне  $P_E$  (рис. 15.1б). Напротив, если цена спроса  $P^{D_2}$  окажется ниже цены предложения  $P^{S_2}$ , то производители начнут сокращать предложение товара, а потребители сократят спрос до объема, соответствующего равновесной цене. Таким образом, условие равновесия по Маршаллу выглядит как равенство цены спроса цене предложения:  $P^D(Q) = P^S(Q)$ , которое показывает, что в модели Маршалла цена является функцией объемов спроса и предложения.

Итак, в соответствии с трактовкой Маршалла, **равновесие устанавливается автоматически под давлением разницы цен спроса и цен предложения, т. е. в результате ценовой подстройки, что соответствует более долгосрочному периоду.**

Помимо традиционной модели равновесия, существует модель **краевого равновесия**, возникающего при нулевой цене или при нулевых спросе и предложении (рис. 15.2а, б).

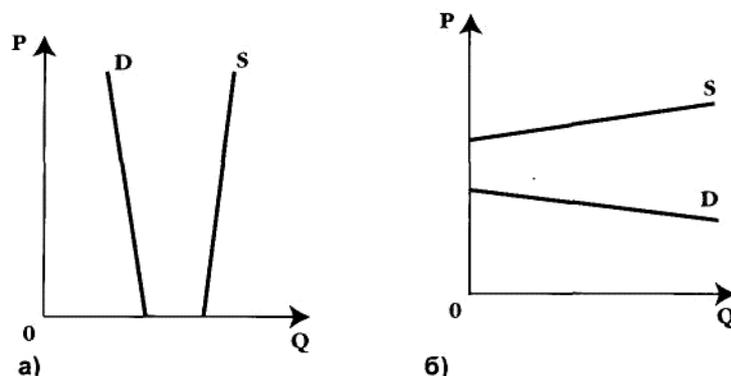


Рис. 15.2. Краевое равновесие

Эта модель отражает некую «предрыночную» ситуацию. Если благо находится в избыточном количестве по отношению к спросу, то это – свободное, или неэкономическое

благо; равновесие в таком случае наступает при нулевой цене (рис. 15.2а).

**Равновесие на «непроизводимые блага»** (товары, производство которых технологически возможно, но экономически нецелесообразно), характеризуется нулевым объемом спроса и предложения. Это происходит потому, что цена



## Микроэкономика

окажется меньше предложения. Избыток товара на рынке собьет цену ниже равновесной до уровня  $P_2$ . Но разница между  $P_E$  и  $P_2$  меньше, чем между  $P_E$  и  $P_1$ . Соответственно, в период  $t_2$  объем предложения при цене  $P_2$  снизится до  $Q_2$ , что несколько ближе к равновесному, чем объем предложения предыдущего периода.

Так, постепенно в результате ценовой и количественной (объемной) подстройки предложение полностью найдет спрос в объеме  $Q_E$  при цене  $P_E$ . На рынке автоматически установится равновесие.

Если же производители сильнее реагируют на изменение цены, чем предъявители спроса, то цена будет колебаться во времени с нарастающей амплитудой (рис. 15.3б), т. е. ценовые колебания будут усиливаться и цена будет все больше удаляться от равновесной. Такая ситуация говорит о крайней нестабильности положения производителей отрасли. Усиление неустойчивости рынка теоретически может привести к его разрушению.

Одинаковая чувствительность спроса и предложения к изменению цены порождает равномерные колебания (рис. 15.3в), т. е. цена колеблется в определенном коридоре, не останавливаясь на равновесном значении. Поэтому соотношение между спросом и предложением выражается либо как избыток (если цена выше равновесной и движется к верхней границе ценового коридора), либо как дефицит товара (при движении цены от равновесной к нижней границе ценового коридора).

Исследование паутинообразной модели показывает, что 1) источником ценовых колебаний является запаздывание реакции предложения на изменившийся спрос, 2) равновесие не всегда может восстанавливаться автоматически. Однако на практике ситуация с усиливающимися колебаниями встречается сравнительно редко. В представленной паутинообразной модели не учитывается одно важное обстоятельство: экономические агенты учатся на своих ошибках, и при переходе к следующему временному периоду они корректируют свои ценовые ожидания.

Установление и устойчивость равновесия на рынке одного товара или отрасли подразумевает **частичное равновесие**. Существует также понятие **общего равновесия**, т. е. равновесного состояния всей рыночной системы, что означает одновременное достижение равновесия на всех рынках (на рынках благ и рынках ресурсов).

С помощью **модели общего экономического равновесия** исследуется взаимосвязь всех рынков экономической системы. Идеальным проводником информации в условиях совершенной конкуренции является ценовой сигнал, распространяющий сведения об изменении рыночной ситуации по всем рынкам. Продвигаясь от рынка к рынку, закодированные в цене сведения корректируются, собирая новые конъюнктурные данные. Преобразованный ценовой сигнал возвращается на рынок первичной информации и оказывает на него уже внешнее воздействие. Такое явление называется **эффектом обратной связи**. Ценовые сигналы издают и получают все рынки одновременно, следовательно, эффект обратной связи включает в себя многократные отражения и преобразования ценовых сигналов в единицу времени.

В микроэкономическом плане все товарные рынки связаны, с одной стороны, рынком ресурсов, а с другой стороны, – платежеспособным спросом на блага,

## Микроэкономика

производимые с помощью ресурсов. Если увеличивается спрос на одну группу товаров, то может сократиться спрос на другие товары в силу ограничения его платежеспособности.

Однако в реальной жизни поддержание устойчивости работы рынка осложняется наличием этих издержек. Они затрудняют работу рыночного механизма, искажая ценовую информацию, усложняют процесс оптимизации и не дают рынку работать идеально эффективно.

Транзакционные издержки можно минимизировать. Отчасти эту проблему решает государство, создавая четкую правовую основу деятельности бизнеса, поддерживая адекватный социальный климат, развивая контрактную систему и т. д. Но значительную часть транзакционных издержек минимизируют сами предприниматели, стремясь к максимизации прибыли. Прежде всего, бизнес заинтересован в быстром предоставлении, получении и обработке наиболее полной и достоверной рыночной информации, иначе затрудняется минимизация убытков и максимизация прибыли. Поэтому, **важное преимущество рынка – отсутствие у экономических агентов (в долгосрочном плане) стимулов к искажению информации и стремление к минимизации транзакционных издержек, связанных с ее поиском.**

### **Общественное благосостояние и эффективность.**

Оптимизируя частное производство, предприниматели действуют в интересах всего общества. Однако, это возможно только при эффективном использовании ресурсов. Под **эффективным использованием ресурсов** понимается достижение наибольшей отдачи в сфере оптимального использования данных ресурсов, или, отсутствие потерь в виде упущенной полезности. Условием же эффективного производства является **эффективное распределение**. Следовательно, именно конкуренция является естественным стимулом и организатором эффективного распределения. В. Парето определил критерий эффективного распределения: ресурсы можно считать эффективно, а значит, оптимально распределенными при заданном уровне возможностей, когда ни один участник рынка не сможет улучшить своего положения, не ухудшив тем самым положения других. Такое распределение называется **Парето-оптимальным распределением**. Если же существует возможность хотя бы для одного участника рынка улучшить свое положение, не нанеся ущерба другим, то такое распределение экономических благ не оптимально. Таким образом, критерием рыночной эффективности является Парето-оптимальность, и возможность ее достижения – серьезное преимущество рыночной системы по сравнению с командно-административной.

Важно, что эффективность распределения по Парето предполагает максимизацию общественной полезности, хотя и является социально нейтральным критерием. Поэтому равноправное, но отнюдь не равное распределение при достижении наибольшей суммарной полезности в рыночной системе корректируется через перераспределительную систему, т. е. с помощью государства.

Вопрос максимизации общественного благосостояния рассматривается в рамках неоклассической **теории экономики благосостояния**, предметом которой является создание модели экономического оптимума и решение проблемы

Микроэкономика

соотношения между эффективностью экономической системы и справедливостью распределения. Отправным пунктом в исследовании возможности максимизировать благосостояние является модель, называемая «**ящик Эджуорта**». Данная модель представляет собой диаграмму полезностей двух контрагентов и помогает выявить условия достижения оптимального распределения экономических благ, при обмене которыми достигается максимальная полезность участников обмена.

Условием эффективного распределения является равенство предельных норм замещения (**MRS**) участников обмена, в результате которого благосостояние контрагентов нельзя улучшить, не ухудшив положения одного из них, т. е. условие Парето-эффективного распределения. Данное правило распространяется и на множество контрагентов, обменивающихся множеством товаров: распределение эффективно только в том случае, если MRS любой пары товаров одинаковы для всех участников обмена. Таким образом, одновременное равновесие участников обмена устанавливается при заключении эффективной сделки:

$$MRS_A(Q_1, Q_2) = P_1/P_2 = MRS_B(Q_1, Q_2).$$

Данная формула отражает условие достижения равновесия на конкурентных рынках. **Конкурентным равновесием** является равновесие по Вальрасу. В основе достижения конкурентного равновесия лежит установление такого набора цен, при котором спрос равен предложению на всех имеющихся рынках в условиях конкуренции.

Кривая, отражающая все эффективные сделки, т. е. все случаи эффективного распределения, называется **кривой контрактов**. Именно кривая контрактов и служит графическим изображением Парето-эффективного распределения между двумя агентами или двумя группами агентов.

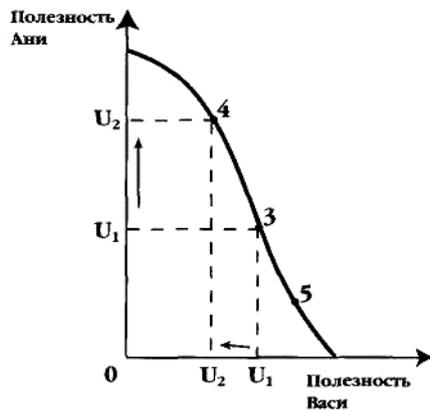


Рис. 15.5. Кривая достижимой (возможной) полезности

Любая точка этой кривой представляет собой эффективное распределение по Парето, максимизирующее суммарную полезность распределения благ в обществе (рис. 15.5). Иначе говоря, это кривая достижимой полезности для общества.

Кривая достижимой полезности (рис. 15.6) показывает все варианты полезности, достижимой при Парето-

эффективном распределении данного количества благ между двумя членами

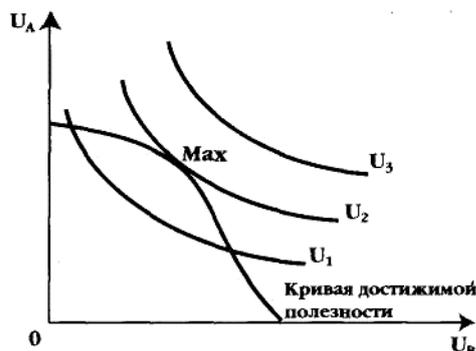


Рис. 15.6. Максимизация общественного благосостояния

общества или общественными группами.

Выпуклыми по отношению к началу системы координат изображены общественные кривые безразличия, или кривые равного благосостояния. **Общественная кривая безразличия** показывает все комбинации полезностей различных социальных групп, соответствующих одному и тому же уровню общественного благосостояния, и поэтому одинаково приемлемых (безразличных) для общества. Существует множество общественных кривых безразличия (карта общественных кривых безразличия), которые обозначают разные уровни благосостояния общества. Чем выше уровень благосостояния, тем дальше соответствующая ему общественная кривая безразличия расположена от начала координат. Однако самый высокий уровень благосостояния, которого общество может реально достичь при заданных возможностях, отражает та общественная кривая безразличия, которая имеет только одну общую точку (или общую касательную) с кривой достижимой полезности. Таким образом, **распределение, максимизирующее общественное благосостояние, будет достигнуто в точке касания общественной кривой безразличия и кривой достижимой полезности.**

Существуют две теоремы экономики благосостояния. **Первая теорема экономики благосостояния** заключается в том, что распределение в условиях конкурентного равновесия эффективно по Парето. Следовательно, если всем участникам сделки удастся максимизировать свою полезность, то в результате достигается общественно эффективное распределение, максимизирующее общественное благосостояние. Данная теорема указывает на инструмент достижения эффективности по Парето: это – механизм конкурентного рынка. С его помощью можно достичь Парето-эффективного распределения благ среди множества участников, не прибегая к созданию специальных структур по сбору информации и принятию централизованных решений. Необходимо и достаточно, чтобы каждый участник распределения обладал информацией о конкурентной рыночной цене того или иного товара.

**Вторая теорема экономики благосостояния** гласит, что в определенных условиях при Парето-эффективном размещении благ может быть достигнуто конкурентное равновесие, т. е. каждая точка кривой контрактов – это случай конкурентного равновесия. Данная теорема проводит разграничение между аллокативной и дистрибутивной ролью ценового сигнала. С одной стороны, рыночная цена определяет относительную редкость того или иного блага, с другой, – показывает, какой объем различных товаров каждый рыночный агент в состоянии приобрести.

Однако для достижения общей эффективности экономики недостаточно эффективного распределения благ среди потребителей. Необходимо, чтобы и производители распоряжались экономическими благами эффективно.

Распределение факторов производства эффективно, если выпуск одного товара не может быть увеличен без хотя бы минимального сокращения производства другого товара. Производители продуктов минимизируют свои издержки, комбинируя труд и капитал таким образом, что соотношение предельных продуктов этих факторов равно соотношению их цен:  $MP_L / MP_K = P_L / P_K$ .

## Микроэкономика

Следовательно, факторы производства могут эффективно использоваться при условии равенства:  $MRTS_{KL} = PL/PK$ .

Однако для эффективного выпуска необходимо, чтобы товары производились в таких количествах, которые соответствуют желанию потребителей заплатить за них. Поэтому необходимым условием эффективного выпуска является равенство предельной нормы замещения предельной норме технологического замещения факторов производства:  $MRS = MRTS$ .

Это есть состояние оптимальности в экономике. Выполнение данного равенства для всех потребителей и производителей, т. е.  $\Sigma MRS = \Sigma MRTS$ , называется первым наилучшим распределением, идеально оптимизирующим благосостояние всего общества. Однако оно труднодостижимо: современный рынок находится в условиях несовершенной конкуренции и претерпевает множество искажений.

Монополизм, асимметричность информации, нерациональность налогообложения и другие проблемы несовершенной конкуренции мешают оптимальному распределению ресурсов, поэтому существует **принцип «второго наилучшего»** распределения, или **квазиоптимума**, т. е. предлагаются варианты такого распределения, которое было бы наилучшим среди неоптимальных. Главная идея теории квазиоптимума состоит в том, что за счет отказа от конкурентного равновесия на одном рынке, устраняются искажения в распределении и производстве на других рынках, т. е. балансируется рыночная система в целом.

Проблема эффективности распределения экономических благ тесно связана с проблемой справедливости. Существует множество оптимальных, по Парето, вариантов распределения ресурсов, при которых уровень полезности, достигаемый разными членами общества может существенно различаться. Эффективность распределения благ в обществе определяется господствующими экономическими отношениями

В экономической литературе выделяют четыре взгляда на социальную справедливость:

- *эгалитарный*. Эгалитарный (от франц. egalite — равенство) означает «уравнительный». Этот взгляд требует равного распределения доходов. Эгалитаризм исходит из того, что все члены общества должны иметь не только равные возможности, но и более или менее равные результаты;

- *роулсианский*. Этот принцип связан с именем Джона Роулза, современного американского философа. Роулсианский подход предполагает, что равенству необходимо придавать большое значение, иначе кому-то будет намного хуже, чем другим. В рамках данного подхода считается справедливой такая дифференциация доходов, при которой экономическое неравенство допустимо лишь тогда, когда оно способствует достижению более высокого уровня жизни беднейшими членами общества;

- *утилитарный*. Этот принцип опирается на учение Иеремии Бентама, английского экономиста, основоположника «теории счастья» — утилитаризма. Утилитарный взгляд иногда может восприниматься как близкий к эгалитарному, но он предполагает наиболее существенное различие между наиболее и наименее обеспеченными членами общества. Если бы все люди были совершенно

## Микроэкономика

одинаковы в своих вкусах и предпочтениях, то утилитарный принцип превратился бы в эгалитарный;

- *рыночный*. Рыночное распределение доходов означает лишь одну «справедливость»: доходы всех владельцев факторов производства формируются на основе законов; спроса и предложения, а так же предельной производительности факторов.

Выбор между равенством и неравенством доходов превращается в выбор между социальной справедливостью и экономической эффективностью.

Рыночное распределение доходов не гарантирует каждому человеку приемлемый уровень дохода. В этом состоит некая социальная несправедливость рынка. Государство, принимая на себя значительную долю ответственности за соблюдение неотъемлемого права человека на достойную жизнь, организует перераспределение доходов.

Неантагонистическое противоречие экономической эффективности и социальной справедливости — это современная превращенная форма общеэкономического противоречия между производством и потреблением. Чем больше мы тратим на производство, тем меньше остается для потребления, и наоборот. Соответственно, экономическая эффективность достигается в условиях рыночной системы с минимальным вмешательством государства. Социальная справедливость рассматривается как механизм перераспределения доходов с целью предотвращения их чрезмерной дифференциации. Такое перераспределение снижает стимулы, создаваемые рынком и связанные, с одной стороны, с возможностью быстрого обогащения, с другой — с опасностью разорения и безработицы.

Основной аргумент в пользу неравенства доходов состоит в том, что необходимо сохранить стимулы для производства продукции и получения доходов. Кроме того, перераспределение доходов стоит дорого. Налоги в целом для общества стоят обычно больше той величины, которую правительство получает в виде налогов. Эта ситуация наиболее точно была сформулирована американским экономистом Артуром Оукеном: «...мы можем переносить деньги от богатых к бедным только в дырявом ведре. Учитывая (1) предпочтение обществом равенства (или по крайней мере равенства в большей степени, чем обеспечивает рыночное распределение доходов), а также (2) издержки отклонений от определяемого рынком распределения, общество сталкивается с дилеммой: равенство или эффективность. Оптимальным результатом, как правило, является компромисс». По подсчетам Оукена, попытки увеличить доходы бедных за счет изъятия части доходов у богатых приводит к потерям, которые равносильны тому, что из каждых 350 долл., изъятых у богатых, 100 долл. доходят до бедных, а 250 долл. просто теряются.

## Тема 4.2. Несовершенства рынка

### Преимущества и недостатки рыночного механизма.

Рынок представляет собой саморегулирующийся механизм размещения ресурсов, производства, распределения и обмена благ, основанный на взаимодействии спроса и предложения в конкурентной среде посредством

## Микроэкономика

свободного ценового сигнала. Рыночный механизм имеет ряд преимуществ по сравнению с механизмом централизованного производства и распределения в командно-административной системе. В децентрализованной экономике благодаря гибкости цен и конкуренции предложение подстраивается под изменяющийся спрос, делая невозможным длительный хронический дефицит, низкое качество и узкий ассортимент продукции – неизбежные атрибуты централизованной экономики с административно фиксированными ценами. Следовательно, в рыночной экономике эффективность распределения, производства и уровень общественного благосостояния объективно выше, чем в альтернативных экономических системах. Для обоснования этого утверждения нам предстоит в настоящей главе раскрыть понятие эффективности так, как оно трактуется неоклассической теорией.

Однако рыночный механизм максимально раскрывает свои преимущества только в чисто конкурентной среде производства частных товаров и услуг и при отсутствии транзакционных издержек. Несоблюдение этих условий может существенно исказить работу рынка. Появляются проблемы, которые рынок не в состоянии решать эффективно.

### **Неопределённость и риск**

Основой принятия рационального решения является информация. В условии идеальной модели свободного рынка (при современной конкуренции) распределение информации симметрично между продавцом и покупателем, в результате чего неопределённость исчезает. Информация, заключённая в ценах позволяет владельцам ресурсов, изготовителям и потребителям продукции фирм достичь хорошей координации экономической активности. В то же время для современных условий характерна несовершенная конкуренция, когда информация подобно другим экономическим благам условно ограничена («не для всех ушей»).

Одна из сторон ограниченной информации – это отсутствие знаний о будущих переменных. Когда люди не уверены в том, что случится в будущем, говорят что они идут на риск. Риск – это возможная опасность потерь. Поэтому предприниматели всегда стараются свести риск до минимума. Ограниченность информации и обусловленная его неопределённость становятся на пути к эффективному рынку.

Различают две основные категории делового риска.

Условный – связан с ощутимой вероятностей получения не только прибыли, но и убытка, т.к. предприниматель, вкладывая капитал в дело, сопряженное с риском, все-таки надеется на прибыль.

Чистый – всегда связан с вероятностью нанести убытки, однако следует принимать определенные меры безопасности, чтобы вовсе избежать чистого риска. Категория деловых рисков включает разные виды финансовых рисков.

Финансовый риск – коммерческий риск, способный обуславливать как положительные так и отрицательные результаты

Кредитный риск – вероятность невыплаты заемщиком основного долга и процентов по нему, причитающихся кредитору, т.е. риск не возврата кредита.

Риск упущенной финансовой выгоды – возможность косвенного финансового ущерба (недополученная прибыль) в результате неосуществления каких-либо мероприятий или же полного прекращения хозяйственной деятельности.

## Микроэкономика

Процентный риск – характерен для финансовых учреждений, которые могут понести убытки в результате превышения процентных ставок, выплачиваемых или по привлечённым (заёмным) средствам над ставками по кредитам, предоставленным этими финансовыми учреждениями другим организациям.

Валютный риск – опасность валютных потерь, связанных с изменением курса одной иностранной валюты по отношению к другой (в том числе и национальной) при проведении внешнеэкономических, кредитных и других валютных операций.

### **Проблемы фиаско (провалов) рынка.**

Существуют проблемы, на решение которых рыночный механизм не рассчитан, а потому не в состоянии решить их эффективно. Такие случаи, когда рынок неэффективно размещает ресурсы, называются **провалами, или фиаско рынка.**

Работа рыночного механизма может порождать внешние эффекты, или экстерналии. **Внешний эффект** – это воздействие сделки на третьи лица, не учтенное в договоре, которое проявляется в виде издержек или выгод, не отраженных в рыночной цене. Экстерналии, или внешние эффекты, делятся на **положительные**, т. е. приносящие дополнительные выгоды третьим лицам, и **отрицательные**, приносящие третьей стороне дополнительные издержки.

Экстерналии нарушают эффективность работы рыночного механизма. Отрицательные экстерналии на конкурентном рынке порождают перепроизводство по сравнению с общественно эффективным объемом продукции. При положительных экстерналиях, наоборот, возникают случаи недопроизводства товаров и услуг. Условием достижения общественно эффективного объема выпуска является равенство предельной общественной полезности (**MSU**) предельным общественным издержкам (**MSC**): **MSU = MSC**.

Регулирование проблемы неэффективности, создаваемой внешними эффектами и компенсацию обществу ущерба от отрицательных экстерналий, как предполагалось до признания теоремы Р. Коуза, берет на себя государство, используя свои традиционные инструменты – налоги и субсидии. Если для устранения отрицательных экстерналий государство введет сдерживающий налог (или заставит производителя покупать лицензию либо установить очистительное оборудование) в размере предельных внешних издержек, то внутренние издержки производителя повысятся и приведут объем выпуска в соответствие с общественно оптимальным. Этот прием называется **интернализацией внешних эффектов.**

Для того чтобы интернализировать положительный внешний эффект, государство использует стимулирующие субсидии. Они выплачиваются в размере предельной внешней полезности, и трансформируют ее во внутреннюю, увеличив предельную полезность производителя. Субсидируемый производитель расширит выпуск продукции до общественно эффективного уровня.

**Теорема Коуза** гласит: если права собственности на ресурсы будут четко определены (специфицированы) и соблюдены, включая возможность свободного обмена этими правами, то рынок сможет урегулировать (интернализировать) проблему экстерналии без участия государства, путем купли-продажи этих прав. Теорема выполняется лишь при таком количестве участников обмена правами, при котором транзакционные издержки проведения переговоров о передаче прав

## Микроэкономика

собственности не превысят выгод от результатов обмена и помогает понять смысл интернализации экстерналии: тот, кто получает выигрыш, платит за причиненный ущерб другому.

Однако существует такая категория товаров и услуг, как **общественные товары и услуги**, на которые выявить спрос и определить оптимальную цену рыночным способом либо невозможно, либо невыгодно из-за чрезвычайно высоких издержек такого выявления. **Общественными** называются такие блага, главной характеристикой которых является неисключаемость из потребления и неконкурентность в потреблении. Те общественные товары и услуги, которые полностью отвечают данным свойствам, называются **чистыми общественными благами**.

Свойство неисключаемости из потребления говорит о том, что создание общественных благ порождает положительные экстерналии. Однако урегулировать рассматриваемую проблему путем переговоров, т. е. в частном порядке, невозможно из-за большого количества участников, так как не выполняются условия теоремы Коуза. Поэтому рыночное производство общественных благ неэффективно.

Рыночный механизм распределения беспристрастен, так как в его основе лежит принцип равенства предельной производительности ресурса предельному доходу от его использования. Это механизм равноправного распределения: равное право получить доход в соответствии с производительностью ресурса имеет каждый его владелец. Однако рынок распределяет доход только между теми, кто участвует в механизме рыночной конкуренции, не затрагивая тех, кто находится за его пределами: проигравших в конкурентной борьбе и нетрудоспособное население.

Асимметричность информации в условиях несовершенной конкуренции не только повышает транзакционные издержки, но и может привести к перепроизводству одних товаров и к недопроизводству других. Если потребитель обладает лишь частичной информацией о товаре и его качестве, то 1) это приведет к вытеснению качественных товаров с рынка, и 2) порождает **интерналии** – выгоды или издержки участников сделки, не отраженные в договоре. Государство может способствовать решению этой проблемы, аккумулируя и предоставляя рыночную информацию, например, создавая информационные центры, а также устанавливая и защищая посредством законодательства права на получение полной и правдивой информации о товаре.

Серьезной проблемой рынка является цикличность его развития: чередование кризисов и экономических подъемов, т. е. движение от подъема к подъему через кризисы. В период кризиса сфера действия рыночного механизма сужается: сокращается занятость, падают доходы, растут убытки, увеличиваются риски, исчезают стимулы к производству. Отдельные рынки могут попросту исчезнуть при глубоком и затяжном кризисе. Государство в критических условиях должно помочь рынкам выжить, стабилизироваться и модернизировать свою продукцию.

## Список использованной литературы

1. 50 лекций по микроэкономике: Учебник: В 2 т.: - СПб.: Экономическая школа, 2000.
2. Грязнова А.Г., Думная Н.Н. Микроэкономика. Теория и российская практика. М.: Финансовая Академия, 2001.
3. Ивашковский С.Н. Микроэкономика. Учебник. М.: «Дело», 2001.
4. Курс лекций по микроэкономике. - М.: МФТИ, 2002.
5. Курс экономической теории: учебник. /Под ред. Чепурина М.Н., Киселевой Е.А. – Киров: «АСА», 2010.
6. Макконелл К., Брю С. Экономикс. М.: ИНФРА-М, 2009.
7. Микроэкономика. Теория и российская практика/ Под. ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. – М.: КНОРУС, 2007.- 624с
8. Микроэкономика: практический подход/Под. ред. Грязновой А. Ю. – 4-е изд. перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2008. – 704с.
9. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: учебник для вузов. – 2-е изд. Изп. – М.: Норма, 2004. – 576с.
10. Роберт Х. Франк. Микроэкономика и поведение. М.: Изд. ИНФРА-М, 2000.
11. Тарануха Ю. В, Земляков Д. Н. Микроэкономика: учебник. – М.: КНОРУС, 2010. – 320с.
12. Тарасевич Л. С. и др. Микроэкономика: учебник. – М.: Юрайт – Издат, 2006. – 37