

**МИКРОЭКОНОМИКА
КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ**

Тюрина А. Д.

В данном конспекте лекций в доступной форме изложены все основные вопросы по дисциплине «микроэкономика».

Книга поможет получить основные знания и подготовиться к зачету или экзамену. Рекомендуется студентам экономических специальностей.

ЛЕКЦИЯ № 1. Общая характеристика рыночной экономики

1. Спрос: его факторы и закон

Функционирование рынка и экономики в целом обеспечивается уравновешенными отношениями купли-продажи. В связи с этим на рынке действуют покупатели и продавцы как самостоятельные экономические субъекты. Продавцы реализуют готовую продукцию, услуги, полуфабрикаты и пр., а покупатели предъявляют на все это спрос.

Спрос — это экономическая категория, показывающая стремление покупателя к приобретению нужной ему продукции с учетом текущего процесса ценообразования и прочих экономических показателей. В роли товара могут выступать любые предметы производства в зависимости от его специализации: продукты, ткани, услуги, идеи и все то, что может быть оценено экономическими субъектами как благо, имеющее высокую полезность.

Для определения места спроса в системе экономических отношений необходимо ввести такое понятие, как **закон спроса**. Он характеризуется тем, что количество приобретаемой субъектом на рынке продукции определяется главным образом ее стоимостью или рыночной оценкой.

Потребитель — это рациональный субъект экономической деятельности, поэтому он стремится минимизировать свои издержки (расходы). Безусловно, это не говорит о том, что погоня за минимизацией затрат должна сопровождаться покупкой некачественного или слишком дешевого уцененного товара, конечно, если уценка не связана просто с сезонными циклами. Сегодня вообще цена не гарантирует качества, поэтому даже самый дорогой товар порой не обладает высокими качественными характеристиками. Величина спроса скла-

дывается не только из стоимости товара, но и под действием следующих неценовых факторов:

- 1) **текущие доходы потребителей.** Как известно, чем выше доход, тем динамичнее становится структура потребления индивида: растут его сбережения, а вместе с этим и денежные суммы, затраченные на приобретение необходимых товаров и услуг;
- 2) **вкусы и предпочтения потребителей.** Они подвержены изменениям с течением времени, например, под влиянием постоянно изменяющейся моды. Некоторые покупатели постоянны и, придерживаясь одной марки, предпочитают удовлетворять свои потребности продукцией исключительно конкретного производителя, зачастую даже независимо от ценовой характеристики;
- 3) **цена на товары-заменители и товары-дополнители:**
 - а) товары-конкуренты, т. е. товары-субституты. Пример — мандарины и апельсины. Если на рынке происходит изменение (в данном случае рост) цены на мандарины, покупатель будет склонен к покупке апельсинов, поскольку они также могут удовлетворить потребность в потреблении фруктов при более низкой стоимости;
 - б) товары, дополняющие друг друга, или товары-комплименты. Например, если начинают расти цены на бензин, спрос на автомобили планомерно снижается, поскольку топливо является ведущим фактором, определяющим работу машин, по крайней мере создает для этого все условия;
- 4) **потребительские ожидания.** Покупатель при потреблении оценивает экономическую ситуацию в стране: уровень цен, динамику процентных ставок, величину инфляции. Повышение инфляционных ожиданий (нестабильность цен), как правило, способствует тому, что субъекты стараются купить все больший объем товаров, т. е. увеличивают потребительский спрос. Это же может стать причиной роста цен, главным образом на товары первой необходимости;
- 5) **количество потребителей,** осуществляющих покупки на рынке.

2. Предложение: факторы предложения, закон

Рыночная ситуация складывается под влиянием двух экономических категорий: спроса и предложения. Покупатели для удовлетворения собственных потребностей и под влиянием предпочтений вынуждены приобретать на рынке те или иные товары или услуги. Однако их возможности ограничены поведением фирм-производителей, которые непосредственно осуществляют поставку на рынок востребованного продукта.

Предложение на рынке товаров и услуг характеризуется объемом товарной продукции, которую производители, посредники или продавцы готовы выставить на продажу по различным альтернативным ценам в рамках одного временного промежутка. Величина предложения на рынке, его структура непосредственно определяется потребительским спросом, т. е. желанием покупателя приобрести именно данный тип товара для текущего или будущего потребления, а также уровнем доходности или платежеспособности экономического субъекта. В соответствии с вышеизложенным получается, что закон предложения отражает прямую зависимость между объемами производства и уровнем установленных рыночных цен. Иными словами, если цены на рынке товаров и услуг, факторов производства, финансовом рынке и пр. планомерно растут вверх, производитель автоматически принимает решение производить и поставлять на рынок для реализации все больший объем продукции, работ, услуг.

На величину предложения оказывают влияние два вида факторов:

- 1) **ценовые факторы.** Они неразрывно связаны с процессом ценообразования, будь то цены на готовую продукцию или на первичное сырье, которое идет на ее изготовление. Соответственно, если общий уровень рыночных цен невысок, это будет сопровождаться большими издержками производителей, особенно если цены на ресурсы и факторы производства слишком высоки. В этом случае выручка от продажи произведенной продукции будет практически вся уходить на покрытие издержек и уплату налогов;
- 2) **неценовые факторы:**

а) **динамика цен на ресурсы.** Для осуществления производственной деятельности фирма делает закупки сырья и необходимого оборудования. При увеличении цен на основные, оборотные фонды и ресурсы производства, издержки предприятия тоже будут неуклонно расти. Рост затрат, в свою очередь, вынуждает фирму или предприятие сокращать производственную деятельность до тех пор, пока цена на единицу продукции не окажется равной или ниже предельных издержек; в результате предложение начинает сокращаться;

б) **разработка новых технологий** позволяет производителю увеличить эффективность производства и, как следствие, количество производимой продукции. Внедрение новых основных производственных фондов и технологических открытий (машины и оборудование) на производстве способствует снижению показателей материалоемкости и трудоемкости и росту фондоотдачи. Иными словами, реальным становится процесс расширения масштабов производства;

в) **динамика величины налогообложения.** Налоги являются регулятором государственного бюджета, они периодически (как правило, раз в месяц) изымаются из дохода всех экономических субъектов. Чем выше налоговая ставка и сумма налога, подлежащая отчислению, тем ниже становится потенциал для дальнейшего развития. Это может явиться причиной возникновения такой проблемы, как теневая экономика и сокрытие доходов. Например, рост ставки налога на прибыль и землю, ставки процента на арендную плату, а также других отчислений. Например, рост величины единого социального налога ведет к тому, что у организации остается все меньше возможностей для дальнейшего развития, поскольку совокупные издержки в целом могут оказаться на уровне прибыли или же, если организация находится в состоянии кризисности, даже превышать ее;

г) **численность продавцов на рынке.** При совершенной конкуренции из-за однородности производимого товара может быть нарушена динамика предложения, так как поставка продукции по своей величине не соответствует величине спроса.

3. Понятие эластичности, эластичность спроса

Спрос — это объем товара или услуги, который экономический субъект желает включить в состав своей потребительской корзины по выгодной для него цене.

Эластичность представляет собой гибкость спроса и предложения по отношению к динамичной внешней рыночной среде.

Эластичность спроса показывает способность его величины к изменениям вследствие динамики различных факторов, оказывающих на него качественное влияние. Иными словами, это принцип определения зависимости величины потребительского спроса от рыночных механизмов, таких как цена, процентная ставка и пр., а также от количественных показателей уровня жизни и достатка экономических субъектов. Эластичность спроса бывает трех видов:

- 1) **эластичность спроса по цене.** Данная величина характеризует изменения в структуре спроса в результате изменения рыночных цен на тот или иной товар:

$$E^d = -(\Delta Q / \Delta P) \times (P / Q),$$

где Q — количество товара;

P — его цена;

ΔQ и ΔP — это изменения в объеме товара и его цене.

Важно отметить тот факт, что величина эластичности спроса, как правило, соответствует трем состояниям:

- а) близкая к нулю эластичность преимущественно складывается для товаров первой необходимости, которые крайне важны для любого экономического субъекта для удовлетворения его физиологических потребностей (в полноценном питании, одежде). Спрос на их удовлетворение — это величина постоянная, поскольку потребители независимо от изменения уровня дохода и динамики цен не перестают их приобретать;
- б) в случае, когда эластичность стремится к положительной бесконечности, принято считать, что спрос сильно реагирует на любые экономические явления, и особенно на малейшие изменения цены. Такая ситуация характерна например для рынка ценных бумаг;

в) полная эластичность характерна для предметов роскоши, т. е. третичных потребностей, которые не требуют немедленного удовлетворения и присутствуют у тех экономических субъектов, платежеспособность которых велика (автомобили, дачи и пр.). Иными словами, это люди с высокими доходами, первичные физиологические потребности которых удовлетворены полностью;

2) **эластичность спроса по доходу:**

$$E^D = (\Delta Q / \Delta I) \times (I / Q),$$

где I — это величина дохода;

ΔI — это его соответствующие изменения.

Здесь следует выделить товары с отрицательной эластичностью, так называемые товары низкой категории, а также те, для которых эластичность является величиной положительной (нормальные товары). Если уровень дохода потребителя начинает расти, он меняет систему своих предпочтений и вкусов, может позволить себе покупку более дорогого товара;

3) **перекрестная эластичность.** Данный показатель предназначен для определения величины спроса на какой-либо товар в зависимости от динамики цен на другой:

$$E^D = (\Delta Q_A / \Delta P_B) \times (P_B / Q_A),$$

где A и B — это два сравниваемых товара.

Существуют альтернативные товары, которые в случае необходимости способны заменить друг друга (сливочное масло и маргарин), и товары-дополнители (бензин и автомобиль). Спрос на маргарин может возрасти в том случае, когда общий уровень цен на масло возрастет на определенную величину. Это связано с тем, что маргарин дешевле, поэтому покупатели начнут предъявлять на него больший спрос. Аналогично спрос на автомобили теоретически зависит от динамики цен на бензин. Присутствие на рынке альтернативных товаров расширяет потребительские возможности. Это предоставляет покупателю более широкий выбор, на основании чего вероятность того, что покупка на рынке будет совершенна, резко возрастает.

4. Эластичность предложения

Предложение представляет собой экономическую категорию, которая показывает, какой объем товаров, работ, услуг производитель или иная посредническая организация готовы поставить на рынок для продажи по определенным ценам.

Эластичность — это гибкость в данном случае предложения, его возможность максимально быстро и точно реагировать на любые изменения внешней среды и ее показателей.

Эластичность предложения показывает, насколько масштаб производства и, как следствие, объем готовой продукции зависимы от таких рыночных факторов, как цена, в том числе, цена на товары-комплименты и субституты. Иными словами, данный показатель определяет способность производителя наращивать или урезать масштабы производства в зависимости от сложившейся на рынке экономической ситуации.

1. **Ценовая эластичность** показывает зависимость спроса от цены:

$$E^S = (\Delta Q / \Delta P) \times (P / Q),$$

где Q — количество предлагаемого производителем блага;

P — цена, по которой данное благо реализуется на рынке;

ΔQ и ΔP — это соответствующие изменения в цене и, как следствие, объеме продаж.

Эластичность предложения по цене представляет собой прямую зависимость между ценой и масштабом производства, и в соответствии с этим эластичность может принимать несколько возможных состояний. Как известно, за несколько дней, за короткий промежуток времени нельзя нарастить производство, поэтому предложение в этом случае неэластично, оно не молниеносно реагирует на желания покупателя. Действительно, в краткосрочном периоде, когда объем заготовленных ресурсов и факторов производства составляет определенную запланированную величину, предприниматель не может снизить величину производства, поскольку период между его планированием и осуществлением слишком короткий. В противном случае предприятие будет вынуждено отправить излишние материальные ресурсы в запас и в результате простоя обо-

рудования понесет дополнительные издержки, вызванные недопроизводством. При планировании на длительный промежуток времени предложение, наоборот, абсолютно эластично, так как есть время для преобразований и налаживания производственной деятельности. Если внешняя среда и рынок требуют более высокого качества производства или расширения объемов выпуска вследствие изменения величины потребительского спроса, предприятие в долгосрочном релевантном периоде может выполнить эти условия. Например, можно внедрить в производство новые, более мощные основные производственные фонды или качественно изменить сам технологический процесс.

2. При **перекрестной эластичности** все зависит от того, чем являются товары по отношению друг к другу. Товары-субституты — товары, по своим функциям приблизительно одинаковые, но различающиеся отдельными категориями, например ценой. Такие товары способны в случае чего заменить друг друга. При росте цены на масло производитель сократит производство маргарина, тем самым увеличив предложение масла. Такое действие поможет ему получить больший доход, и возможно — сверхприбыли. Товары-комplementы взаимно дополняют друг друга, т. е. пользование одним благом невозможно без потребления и другого. Если, к примеру, цена на бензин вырастет, производитель автоматически повысит предложение на автомобили, что позволит ему опять-таки выиграть в прибыли:

$$E^S = (\Delta Q_A / \Delta P_B) \times (P_B / Q_A),$$

где Q_A — объем производства блага А;

P_B — цена на единицу блага В;

ΔQ_A и ΔP_B — изменения в цене и количестве товара.

Теория эластичности имеет большое значение при планировании предпринимательской деятельности. Чтобы увеличить прибыль, необходимо повысить цены, но в этом случае может упасть спрос и объем продаж. Важно учесть коэффициент эластичности: если он < 1 , то нет никакого риска и можно

смело повышать цены, в противном случае следует воздержаться от коренных действий.

5. Равновесие спроса и предложения на рынке. Равновесная цена

Для эффективного функционирования рыночной экономики спрос на факторы производства и товары и услуги так или иначе должен быть удовлетворен. Иными словами, экономика должна находиться в состоянии, когда она еще может предложить какой-либо продукт.

Таким образом, **рыночное равновесие** — состояние рынка, при котором желание фирм производить совпадает с потребительским выбором и желанием покупателя приобрести определенный набор благ. Иными словами, такая рыночная ситуация характеризуется абсолютным совпадением всех экономических интересов, которые определяют поведение каждого субъекта рыночных отношений: производителей, покупателей и посредников. Соответственно, **равновесная цена** — цена, установившаяся в результате совпадения спроса и предложения, т. е. цены, устраивающие всех экономических субъектов. Это не что иное как минимальная цена, по которой производитель готов продать данный товар, и максимальная цена, которую потребитель согласен заплатить за покупку. В зависимости от соотношения спроса и предложения на рынке и от их изменений динамика рыночного равновесия подразумевает 5 вариантов:

- 1) потребительский спрос претерпевает значительные изменения. Такая ситуация возможна, как правило, в долгосрочном периоде, при состоянии полной занятости. Фирмы не имеют дополнительных ресурсов и факторов производства для расширения своей деятельности. А желание покупателей приобрести определенный товар двигает кривую спроса вдоль кривой предложения;
- 2) спрос на товары и услуги, факторы производства постоянен, а предложение крайне динамично. В этом случае, пред-

приниматели регулируют производство по своему усмотрению. Наконец возникает такое состояние экономики, при котором предложение превышает спрос, что вызывает падение цен и рост предельных издержек на единицу изготовленной продукции;

3) если спрос и предложение одновременно и пропорционально изменяются в одном направлении, то равновесие на рынке сохраняется, при этом изменения происходят только при установлении цены равновесия: она растет при росте спроса-предложения и снижается при их спаде;

4) если спрос при снижающемся предложении продолжает расти, то продажная цена устанавливается на максимальном уровне. Предложение, как правило, зависит от объема ресурсов, которые могут быть реально вовлечены в производство. Когда их величина ограничена, масштабы производства не могут изменяться, и выручку приходится делать исключительно за счет повышения цен;

5) если спрос, наоборот, снижается, а предложение растет, наступает кризис перепроизводства, в этом случае равновесные цены оказываются на более низком уровне, чем того хотел бы производитель.

Кроме того, помимо данных классификаций, рыночное равновесие может быть как общим, так и частичным.

Частичное рыночное равновесие может возникнуть только на одном типе рынка (на единственном), когда объем выпуска крайне ограничен, и он наиболее пропорционально распределяется между всеми экономическими субъектами, потенциальными покупателями.

Цены на рынке динамичны, это связано прежде всего с динамикой рыночного равновесия, вызванного реальными изменениями в структуре спроса и предложения. Так или иначе любые изменения, которые имеют место на рынке, находятся в определенной взаимосвязи. Движение цен на одном типе рынка постепенно достигает другие вследствие чего механизм

ценообразования развивается по спирали, охватывая все больший объем товаров, идей, услуг и работ. В результате при определенной доле вероятности существует такое множество рыночных цен, которое позволяет выбрать одну единственную, равновесную. Этим механизмом описывается общее равновесие на рынке.

Рынок представляет собой динамичный живой организм, он самостоятельно регулирует экономические процессы. Однако когда рынок не справляется, ему на помощь приходит государство, которое отвечает за экономическую ситуацию в стране в целом.

ЛЕКЦИЯ № 2. Теория потребительского поведения

1. Потребление, потребность и полезность

В процессе жизни и функционирования любой экономической субъект выступает в роли потребителя тех или иных благ. Фирмы закупают ресурсы, индивиды — готовую продукцию. Таким образом, **потребление** представляет собой не что иное, как совокупность экономических отношений, которые характеризуются конечным использованием произведенных товаров и услуг, например, приемом пищи, или созданием новых товаров в процессе производственной обработки. Например, работа станка обеспечивает процесс производства и его непрерывность. Его энергия, рабочая сила потребляются для создания новой продукции. Это классический пример производственного потребления. В целом потребление называют отрицательным производством, поскольку в процессе потребления происходит разрушение, уменьшение полезности.

Потребность представляет собой не что иное, как насущную необходимость в потреблении какого-либо товара или услуги, которая требует своевременного удовлетворения. Она может быть представлена в виде материального производства, т. е. благами, созданными в процессе производства.

Основная классификация потребностей может быть представлена следующим образом:

- 1) **первичные потребности, или физиологические**, т. е. необходимость в принятии пищи, наличии предметов одежды. Иными словами, данный тип товаров называется товарами первой необходимости: они крайне важны для поддержания жизнеспособности индивида, и поэтому их полезность чрезвычайно велика;

2) **вторичные потребности** могут быть удовлетворены путем потребления товаров длительного пользования. Они не определяют напрямую общее физиологическое состояние здоровья индивида и не являются необходимым условием его существования. Однако по каким-либо причинам человек их все же предпочитает иметь. Такие товары приобретаются, как правило, после того, как первичные потребности полностью удовлетворены, в противном случае интерес к такой покупке будет невелик, равно как и ее полезность. Примером здесь могут служить различные бытовые приборы и пр.;

3) **третичные потребности** представлены предметами роскоши (дополнительные автомобили, коттеджи, дачи и пр.), которые могут быть приобретены только в том случае, когда уже удовлетворены первые два вида потребностей. Такие покупки могут позволить себе, как правило, материально обеспеченные люди, которые целиком и полностью удовлетворили все предыдущие потребности.

Потребности не имеют границ, с удовлетворением одних человек оказывается во власти других. Но так или иначе все потребности напрямую зависят от величины дохода. Потребности человека безграничны, они могут иметь разную форму, количественные и масштабные показатели и, как правило, не ограничены абсолютно никакими рамками, т. е. не имеют степени насыщения. Однако ресурсы, требуемые для производства благ, ограничены, следовательно, перед потребителем возникает дилемма: либо ограничить себя в чем-то и получить от этого максимальное удовлетворение, либо приобрести все сразу в небольших количествах, но полезность купленного будет невысока.

Полезность определяет качественную сторону товара, и она является необходимым условием того, чтобы он был приобретен. Со стороны покупателя товар должен обладать такими свойствами, которые смогут удовлетворить его текущие потребности и будут соответствовать потребительским предпочтениям. Для измерения полезности была предложена единица «ютиль», на основании которой можно соотнести полезности различных товаров. Но опять же для одного субъекта единица мяса составляет, к примеру, девять ютилей, а для веге-

варианта она, соответственно равна нулю. Поэтому проблема измерения полезности благ сегодня остается актуальной.

Виды полезности:

- 1) общая полезность может быть получена только в результате приобретения и потребления большого объема продукции в ассортименте, например всей потребительской корзины;
- 2) предельная полезность определяется полезностью каждой дополнительно произведенной или потребленной единицы того или иного блага.

2. Предельная полезность, закон убывающей предельной полезности

Основной целью потребителя является максимизация полезности потребляемых им благ в условиях ограниченного дохода. Сам термин «**полезность**» был сформулирован английским философом Иеремией Бентамом. Полезность — способность товаров удовлетворять определенные потребности. Таким образом, это субъективное понятие, поскольку одни и те же товары по-разному полезны для каждого отдельно взятого индивида.

Экономический субъект всегда, выбирая для потребления те или иные блага, со своей точки зрения оценивает пользу, которую они могут принести, и насколько хорошо и полно смогут удовлетворить его насущные потребности. В то же время, регулярно осуществляя процесс потребления, мы постепенно начинаем понимать, что прежние товары не приносят такого же удовольствия, как прежде. Иными словами, мы получаем все меньшее удовлетворение от каждой последующей единицы потребленного блага. Такая закономерность в науке представлена в виде закона убывающей предельной полезности.

Предельная полезность как экономическая категория показывает дополнительную полезность каждой дополнительной единицы товара. Данное понятие имеет практическую основу. Ведь полезность сама по себе характеризует одинаковую величину одного и того же блага независимо от его объема, можно сказать, это средняя полезность, или полезность одной единицы. А предельная полезность дает возможность опреде-

лить оптимальный объем потребляемых благ с учетом заданной величины дохода определенной степени потребности. **Закон убывающей предельной полезности** был открыт Генрихом Госсеном. Он представляет собой зависимость величины полезности от текущего потребления каждой дополнительной единицы блага, т. е. при повторном акте потребления полезность продукта оказывается уже значительно ниже по сравнению с первоначальной.

Например, пусть в роли блага будет булочка. Когда мы едим первую из них, получаем глубокое удовлетворение, особенно если в этом была острая потребность. Постепенно наедаясь, экономический субъект перестает ее потреблять, и полезность ее начинает падать, пока не достигнет нуля, когда процесс потребления прекращается. Иными словами, закон убывающей предельной полезности можно представить на плоскости в виде наклонной кривой, выпуклой к центру осей X и Y подобно кривой спроса.

С данным законом тесно связано понятие максимизации полезности. Чтобы получить наибольшую общую полезность от всего набора потребляемых товаров и услуг в условиях ограниченного дохода, времени и других факторов, необходимо каждое из этих благ потреблять строго в таком количестве, чтобы их предельные полезности по отношению к ценам составляли одну и ту же величину. Иными словами:

$$MU_1/P_1 = MU_2/P_2 = \dots = MU_n/P_n,$$

где MU — предельная полезность каждого блага;

P — их цены.

Получается, что последний рубль, который потребитель платит за покупку, например мяса, должен составлять точно такую же полезность, как и рубль, затраченный на приобретение хлеба или другого товара потребительской корзины. Иначе правило максимизации полезности называется условием равновесия потребителя. Получается, что от всех благ, которые экономический субъект потребляет, он остается одинаково удовлетворен. В этом случае покупатель наиболее рационально использует денежные средства собственного бюджета и максимизирует выгоду от своего потребительского выбора.

3. Теория потребительского выбора

Как рациональный экономический субъект потребитель основной целью своей хозяйственной деятельности ставит максимизацию полезности потребления в условиях ограниченности ресурсов, в том числе и дохода. Он всегда стремится получить как можно больше благ для собственного потребления, имея при этом минимальные издержки. Рациональный выбор потребления — основа потребительской теории. При реализации принятого решения, касающегося состава потребительской корзины, экономический субъект всегда обращает внимание на современную рыночную ситуацию, поэтому руководствуется следующими факторами.

1. Потребительские предпочтения. Покупатель в своем выборе прежде всего опирается на собственные предпочтения, вкусы и желания, поскольку именно они в первую очередь определяют состав его потребительской корзины. Однако такаястроенная структура рынка, как реклама, способна вызывать искусственные потребности. В результате этого экономический субъект приобретает те товары, в которых он совсем не нуждается, но которые активно рекламируются с лучшей стороны на телевидении и в СМИ.

2. Рациональность выбора. Потребитель на рынке стремится к покупке такого набора благ, полезность от потребления которых была бы максимальной. Это может быть достигнуто в том случае, когда потребитель делает свой выбор осознанно, при этом учитывая возможную полезность различных альтернативных благ.

3. Бюджетные ограничения. Субъект и его выбор всегда ограничен величиной дохода, которым он располагает на определенный момент времени. Именно в этих рамках за вычетом денежной суммы на сбережения он и приобретает те или иные блага. Иными словами, по первому экономическому закону доход всегда ограничен, а потребности человека имеют свойство бесконечного роста, поэтому покупатель вынужден ограничиваться в своих желаниях.

4. Относительность цен. На совершенном рынке непременным условием получения предпринимателем его прибыли являются цены на товары и услуги, установленные в результате соотношения спроса и предложения. Цены являются определяющим фактором осуществления потребительского выбора, поэтому также оказывают большое влияние на величину рыночного спроса. Особенно важна система относительных цен, иными словами, потребитель выберет из всех качественных товаров более дешевый, из однородных по цене — более качественный. Этим определяется рациональность потребителя, его желание осуществить максимально полезный выбор.

Два товара по-разному удовлетворяют потребности, поэтому их всевозможные комбинации (одинаково полезные) формируют **кривую безразличия**. Отказывая себе в потреблении одного товара, субъект может компенсировать это потреблением исключительно другого в большем количестве. Следовательно, покупателю безразлично, какую комбинацию товаров он получит, главное, чтобы их полезность была одинакова. Все кривые безразличия, наложенные на одну плоскость, дают нам карту кривых безразличия, посредством чего находятся все возможные комбинации благ.

Равновесие потребителя достигается в том случае, когда он может получить наибольшую полезность от потребления при заданной величине дохода, рыночных цен и иных рыночных характеристиках экономики. Правило максимизации полезности гласит: последний рубль, затраченный на один вид продукта, должен по своей полезности быть равным рублю, затраченному на приобретение другого товара.

4. Общая модель поведения потребителя

Каждый экономический субъект в процессе своей жизнедеятельности рано или поздно сталкивается с проблемой доходности, под которой понимается финансовая способность приобретать необходимые товары и услуги. Потребители, осуществляя свой выбор на рынке готовой продукции, ориентируются на собственные потребности, предпочтения и вкусы. Именно они,

а также структура дохода и уровень цен определяют состав потребительской корзины.

Таким образом, **поведение потребителя** можно представить как экономически сложный процесс обобщения и анализа потенциальных потребностей и привычек, которые так или иначе формируют величину спроса и оказывают значительное влияние на структуру предложения на потребительском рынке. Следует отметить, что экономически человек — существо рациональное, поэтому он ищет наибольшую выгоду от сделки, т. е. стремится сделать такую покупку, которая удовлетворила бы его потребности и в то же время подходила по цене. Здесь не последнюю роль играет система относительных цен. Это означает, что потребитель между двумя товарами, одинаковыми по всем качественным характеристикам, но различающимися по цене, непременно выберет более дешевый.

Полезность блага характеризует его важность, необходимость в приобретении для экономического субъекта. Соответственно товары, которые направлены на удовлетворение первичных потребностей, наиболее полезны. Но по закону Г. Госсена получается, что, осуществляя процесс потребления, экономический субъект первоначально получает наибольшую полезность и удовлетворение, а затем с каждой дополнительной единицей блага — все меньше и меньше, и в момент насыщения полезность составляет величину, равную нулю.

В связи с этим можно сказать, что потребительское поведение может быть изучено с точки зрения определенных факторов. Это позволит составить общую модель рационального потребителя:

- 1) субъект всегда стремится к рациональности на основании существующих потребностей, он принимает решение, ставит цель и пытается извлечь максимальную пользу из своих действий;
- 2) экономический выбор осуществляется исключительно на основе потребительских предпочтений и возможностей, и как факт, совершаются торговые сделки на рынке товаров и услуг;
- 3) наличие бюджетных ограничений. Покупатель, приобретая товары и услуги, рассчитывает только на денежную

сумму своего дохода или сбережений. Порой эта величина сильно ограничивает субъекта в выборе, особенно если заработная плата или другие факторные доходы не соответствуют динамике цен в стране и уровню жизни;

4) важным условием покупки является ее доступность по цене, а также существующее противоречие между ценой и качеством. Стремление купить более дешевый товар не всегда оборачивается выгодой для потребителя, поскольку такой товар может иметь отрицательные характеристики, вредные для здоровья. Однако существует ряд случаев, когда цена не отвечает за качество, например, распродажи, скидки и другие программные акции фирм-производителей.

5. Эффект дохода и эффект замещения

Закон спроса характеризуется тем, что объемы покупок и благ, предназначенных для потребления, связаны с ценой обратной зависимостью. Сама структура спроса непосредственно зависит от действия рыночного механизма и условий купли-продажи, которые должны устраивать обе стороны: производителей, которые поставляют на рынок товаров и услуг готовую продукцию и покупателей, которые действуют в соответствии со своими потребностями. Таким образом, для того чтобы объяснить структуру и мотив действий субъекта, необходимо определить суть понятий «эффект дохода» и «эффект замещения».

Эффект дохода (Y). Посредством данного показателя определяется степень динамики доходов потребителей и соответственно — формирование их спроса на тот или иной товар при изменении общего уровня рыночных цен. Так, например, если снизить цену на какой-либо продукт в два раза, это значит, что на реальный доход, который остался неизменным, можно приобрести в два раза больший объем товаров и услуг. В результате возникает эффект богатства, который действует на уровне макроэкономики: если цены снижаются, а уровень дохода остается прежним, то экономический субъект чувствует себя богаче ровно во столько раз, во сколько растёт количество приобретаемых благ. То есть получается, что деньги те же, а товаров больше. Однако если объем потребления необходимо оставить на

прежнем уровне, то на оставшиеся деньги можно приобрести некоторое количество других товаров. Это делает потребителя реально богаче и тем самым повышает спрос на рынке товаров и услуг. Заметим, что даже при приостановлении роста спроса при дальнейшем понижении цены количество продаж данного продукта будет увеличиваться, так как начнут удовлетворять потребности люди с более низкими доходами. Таким образом, **эффект дохода** представляет собой количественное изменение структуры спроса покупателей как следствие динамики их доходов и платежеспособности.

В свою очередь **эффект замещения** представляет собой зависимость потребительского спроса от динамики уровня цен без влияния структуры доходов. При этом спрос ориентируется на систему относительных цен. Исходя из вышеприведенного примера можно сделать вывод, что по сравнению с другими товарами на рынке те, на которые цены были снижены, стали более дешевыми. Это соответственно вызывает рост спроса, поскольку потребители начнут приобретать именно эти блага, а не те, которые имеют такое же назначение, но стоят относительно больше. Это объясняется стремлением индивида максимизировать полезность от потребления заданного набора благ.

Следует заметить, что эти два понятия (эффект дохода и эффект замещения) существуют не раздельно, а действуют в экономике совместно. Как известно, все блага на рынке могут быть ранжированы по степени качественности: нормальные, низкокачественные и товары Гиффена. Это когда потребляются нормальные товары, оба эффекта действуют в одном направлении, а потребитель по мере роста дохода увеличивает спрос на них. Каждый этап в снижении уровня рыночных цен вызывает все больший и больший спрос. Когда падают цены на рынке низкокачественных товаров, эффект дохода действует в обратном направлении от эффекта замещения. С одной стороны спрос на уцененный товар теоретически начинает возрастать. В то же время, когда цены снижаются, а доход остается неизменным, возникает эффект богатства, в результате чего потребители начнут отдавать предпочтение более дорогим товарам. Для товаров

Гиффена эффект дохода перевешивает эффект замещения. Иными словами, когда начинают расти цены на товары первой необходимости во время дефицита, спрос на них не то что остается неизменным, он планомерно и быстрыми темпами растет. Такая реакция потребителя объясняется тем, что товары Гиффена по сути удовлетворяют первичные потребности, и их потребление не уменьшается даже с ростом цены. Например, если картофель или хлеб начинают дорожать, люди все равно продолжают их покупать, а в условиях кризисности вообще начинается ажиотаж.

6. Бюджетное ограничение и понятие потребительской корзины

Потребитель, подчиняясь принципу рациональности предпочтения, всегда стремится к приобретению такого набора благ, который максимально отвечает его потребностям, способен принести наибольшую полезность и соответствует его платежеспособности, т. е. определенной величине дохода на тот момент времени. Поэтому нельзя приобрести все и сразу, ведь выбор экономического субъекта не произволен, он находится под влиянием ряда рыночных факторов. Главным неценовым фактором является уровень дохода, поскольку посредством него определяется платежеспособность экономического субъекта, т. е. его возможность осуществить те или иные покупки. Величина дохода играет самую важную роль при формировании спроса и оказывает существенное влияние на установление рыночного равновесия.

Бюджетное ограничение выступает в роли барьера на пути к совершению на рынке сделки купли-продажи, оно может возникнуть вследствие нестабильности цен или доходов. Иными словами, экономический субъект имеет возможность выбора только в рамках имеющейся у него денежной суммы. С другой стороны с развитием системы кредитования широкое распространение получили покупки «в долг» с обязательством возврата на определенный момент времени с возмещением процентов. Опираясь на данное определение, можно ввести

еще одно понятие, которое крайне важно для характеристики рыночной системы.

Потребительский набор может быть представлен как возможная комбинация товаров и услуг, которая может быть приобретена на имеющуюся в наличии денежную сумму при определенном уровне ценообразования. При этом в состав потребительской корзины должны быть включены те блага, которые необходимы в первую очередь. Для каждого отдельного экономического субъекта состав потребительской корзины будет различен, поскольку потребности крайне дифференцированы не только вследствие разности вкусов, но и в результате чрезмерной дифференциации доходов в стране. Графически доход может быть представлен в виде бюджетной линии, а математически при помощи следующей формулы:

$$I = P(X) \times Q(X) + P(Y) \times Q(Y),$$

где I — это доход;

X и Y — два различных блага;

$P(X)$ и $P(Y)$ — их цены;

$Q(X)$ и $Q(Y)$ — количество.

Если одно из двух имеющихся благ вообще не потребляется, т. е. $Q = 0$, то бюджетная линия значительно упрощается:

$$I = P \times Q \Rightarrow Q = I/P.$$

Подобно закону рыночного спроса бюджетная линия описывает обратную зависимость объемов потребления от цен. Чем выше уровень цен в стране, тем меньше возможности у потребителя осуществить «полноценную» покупку и соответственно приобрести запланированный объем товаров и услуг.

Следует заметить, что закон оптимального потребления Вильфредо Парето играет большую роль при определении структура потребительской корзины и осуществлении экономического выбора. Доход находится в определенных рамках и составляет абсолютную величину, в то время как потребности призывают к приобретению не одного товара. Поэтому субъект всегда стоит перед выбором, он должен решить вопрос, какое благо для него наиболее важно и в каком количестве необходимо его приобрести. Таким образом, здесь работает принцип **Парето-эффективности**: «нельзя улучшить собствен-

ное благосостояние без того, чтобы не уменьшить благосостояние другого». Иными словами, чтобы потратить, а изначально приобрести какое-либо благо в несколько большем количестве, необходимо отказаться от потребления другого. Только так можно определить оптимальную комбинацию благ, которая позволит осуществить рациональный выбор.

7. Кривые безразличия

Любой экономический субъект в процессе своей жизнедеятельности так или иначе в определенный момент времени выступает потребителем товаров и услуг, факторов производства и иных благ. Сами производители товаров и услуг в процессе своей деятельности вынуждены закупать необходимые материальные ресурсы и фактор «рабочая сила» на рынке факторов производства. Покупатель согласно собственным предпочтениям, вкусам, уровню дохода предъявляет спрос на рынке товаров и услуг на нужную ему продукцию, что является фактором, определяющим масштабы производства.

Потребление, как известно, имеет качественные ограничения, основным из которых является платежеспособность. Имея определенную величину дохода, экономический субъект вынужден регулярно планировать состав потребительской корзины, т. е. выбирать те товары и услуги, которые наиболее необходимы ему сегодня и которые он в состоянии оплатить исходя из своих возможностей. Таким образом, для изучения большинства микроэкономических явлений, которые непосредственно связаны с проблемой рационального выбора потребляемых благ, используются кривые безразличия.

Кривая безразличия представляет собой линию, которая содержит в себе все комбинации товаров и услуг, дающих одинаковую полезность. Иными словами, потребителю все равно, какое соотношение предпочесть.

Будем считать, что субъект имеет строго регламентированную величину дохода, и большая его часть за определенный временной период тратится именно на потребление. Для простоты примера предположим, что потребление строится на основе

двух благ: А и Б. Любому благу потребитель дает оценку с точки зрения полезности, поэтому всегда существует такая комбинация этих товаров, полезность которой будет одинаково высока. Из принципа Парето-эффективности следует, что, потребляя одно благо в меньшем размере, имеешь возможность потребить другое в большем. При этом абсолютно неважно, как будет строиться комбинация, поскольку самое главное — это максимальное удовлетворение существующих потребностей. Иными словами, экономическому субъекту все равно, потребит он 3 единицы блага А и 4 — блага Б или наоборот, лишь бы они максимально полно удовлетворяли его потребности.

Кривая безразличия описывается обратной пропорциональностью в потреблении заданных благ А и Б, соответственно она имеет отрицательный наклон. Иными словами, когда мы отдаем предпочтение одному типу блага, второе автоматически начинаем потреблять меньше. Это как составные части единого целого. Дело в том, что величина дохода строго ограничена, и вследствие стремления потребностей к положительной бесконечности просто невозможно купить все и сразу, чем-то обязательно придется на данный момент времени пожертвовать. Можно сделать вывод, что данные товары не являются заменителями (субститутами) и наиболее ценны именно по отдельности. Если говорить о товарах-заменителях, то их взаимосвязь описывается простой линейной функцией, которая и является на плоскости кривой безразличия. Вообще кривая безразличия не может быть представлена в единственном варианте. Она зависит от уровня потребления, поэтому может легко «скользить» в пределах плоскости, в которой мы ее рассматриваем. Соответственно данная кривая смещается вверх при росте потребительского спроса и, наоборот, вниз при его падении.

Карта кривых безразличий складывается из нескольких наложенных на одну плоскость, кривых безразличия, каждая из которых показывает свой «спрос». Она способна распределить все блага в порядке возрастания их полезностей. Это позволяет определить наиболее оптимальную структуру выбора, которая стоит перед каждым экономическим субъектом.

8. Производственные возможности и Парето-эффективность

Первый экономический закон (закон неограниченных потребностей) свидетельствует о том, что потребности бесконечно растут, а ресурсы и сами блага, которые из них изготавливаются, имеют свойство заканчиваться. Поэтому рано или поздно перед индивидом встает проблема экономического выбора, которая призвана решить вопрос о рациональности использования имеющихся благ для полного удовлетворения потребностей и при заданном уровне платежеспособности. Иными словами, потенциальный потребитель решает вопрос о том, как ему наиболее рационально использовать свой бюджет, чтобы получить от этого максимальную выгоду.

Кривая производственных возможностей, или кривая трансформации представлена графиком, на котором расположены все возможные (альтернативные) варианты организации производства при строго ограниченном объеме ресурсов. Таким образом, для организации крайне важно выбрать правильное направление развития, определить номенклатуру и ассортимент производимых товаров. Это может быть осуществлено посредством создания отдела стратегического планирования, который в соответствии со сложившейся рыночной ситуацией и структурой спроса разработает стратегии развития, сущность которых и определит путь развития и характер производства. Кроме того, наличие системы маркетинга также упрочит позиции организации на рынке, поскольку будет регулярно проводить его анализ и доводить до нее соответствующую информацию об изменениях рыночного механизма. Грамотный подход к данной проблеме в будущем обеспечит высокие прибыли и успех.

Предположим, что некая фирма решает вопрос о специализации производства, т. е. какой товар нужно производить, чтобы его предельная производительность была наибольшей. Имеются две альтернативы: пушки и автомобили. Конечно, все зависит от величины спроса и экономической ситуации в стране: военное производство крайне важно и выгодно в военное время, а изготовление автомобилей имеет место в мирной эко-

номике. Заметим, что кризисность экономики характеризуется в первую очередь неполным использованием ресурсов. В то же время в результате ограниченности ресурсов достижение максимальных масштабов производства затруднительно.

Кривая производственных возможностей имеет несколько уровней, каждый из которых представлен новым видом комбинации благ в их денежном выражении. Посредством технологических нововведений, освоения продуктов НТП, открытия качественно иных способов добычи природных ресурсов достаточно реален прогресс в экономике, что ознаменовано переходом на новый, более высокий уровень кривой трансформации. В связи с этим важно понятие альтернативных издержек: это произведенные товары, т. е. те, которые на ранней стадии производства были отброшены в качестве варианта специализации.

Итальянский экономист Вильфредо Парето (1848—1923) раскрыл смысл выражения «**эффективное распределение ресурсов**»: ресурсы и факторы производства оказываются оптимально и рационально распределенными только тогда, когда никто не может улучшить свое положение без того, чтобы в результате оно для кого-то не ухудшилось. Однако несмотря на все теоретические преимущества данного закона, он тем не менее на практике далеко не идеален. Это связано с тем, что мы не имеем возможности заранее предугадать все возможные ситуации поведения потребителя.

9. Функции полезности.

Количественная и порядковая полезность

Полезность — это необходимое условие, которым должно обладать благо для того, чтобы экономический субъект согласился его приобрести. Кроме того, на потребительский выбор влияет не только структура полезностей, но и потребности, для удовлетворения которых на рынке осуществляются процессы купли-продажи. В рамках маржиналистской теории существуют два основных подхода к измерению полезности: количественный и ординалистский.

Количественный подход, иначе кардиналистский. Представителями данной теории полезности являются У. Дживанс, К. Менгер и Л. Вальрас. Они предположили, что полезность благ может быть измерена количественно в неких абсолютных единицах, называемых ютилями (или утилями). Таким образом, общая полезность от потребления набора благ есть функция от полезностей отдельных товаров и благ:

$$U = f(x_1, x_2, \dots, x_n).$$

С одной стороны данный метод, казалось бы, позволяет достаточно легко и быстро определить полезность любого товара или его единицы. Ведь крайне удобно выразить полезность через конкретные величины — посредством этого можно легко сравнить полезности по всем наборам благ и выделить оптимальную величину потребления.

Однако количественный подход имеет несколько значительных недостатков, которые не позволяют использовать его в качестве стандартного и экономически верного. Дело в том, что невозможно ранжировать все вещи, товары и услуги по величине полезности. Ютиль — это нестандартная единица измерения, поэтому нельзя абсолютно точно сказать, чему он равен и как устанавливается, т. е. отсутствует сам механизм соотнесения. В соответствии с этим получается, что каждому благу совершенно необоснованно может быть приписана практически неопределенная величина. Иными словами, не существует в мире такого прибора, который бы мог измерять полезность.

Кроме того, как можно рассчитывать общую полезность благ, если она сама по себе различается по всем общественным группам и на уровне индивида. То, что может быть удобно одному человеку, что полностью удовлетворяет его потребности, не может быть применимо к другим. Дело в том, что потребности носят различный характер, дифференцированную структуру и удовлетворяются каждым экономическим субъектом по-разному.

Порядковый подход, или ординалистский. Основными идеологами данной концепции являются итальянский ученый Вильфредо Парето, Джон Ричард Хикс, ученик Дж. М. Кейнса

и русский экономист Е. Слуцкий. Здесь полезность представляет собой функцию от набора из двух благ и подразумевает их попарное сравнение:

$$U = f(X, Y),$$

где X и Y — сравнимые товары.

На базе этого, основными принципами данного подхода являются следующие:

- 1) выбор потребителя зависит только от качества, количества и цены товаров и услуг, т. е. воздействие любых внешних эффектов полностью исключается. Это соответственно противоречит теории о том, что определяющим фактором потребления является величина дохода. Таким образом, мы видим, насколько противоположны взгляды рассматриваемых нами подходов;
- 2) потребитель способен упорядочить все возможные комбинации благ;
- 3) потребительское предпочтение носит транзитивный характер. Например, если полезность товара A больше полезности товара B , а B — больше C , то покупатель, осуществляя свой выбор, предпочтет благо C благо A . Соответственно, если полезность $A = B$, а $B = C$, то $A = C$. Это значит, что полезности двух благ (A и C) совпадают, следовательно, потребителю все равно какое благо выбрать, ведь самое главное — то, чтобы потребность была удовлетворена;
- 4) потребитель всегда предпочитает больший набор благ меньшему.

ЛЕКЦИЯ № 3. Товарно-денежная характеристика экономики

1. Организация натурального хозяйства

Натуральное хозяйство получило свое развитие в докапиталистический период развития экономики. Затем с развитием посреднических и кредитных услуг на смену ему пришло товарное хозяйство, которое с экономической точки зрения является наиболее оптимальной формой ведения хозяйства. Однако нельзя с полной уверенностью сказать, что натуральная форма полностью изжила себя. Даже в наше время мы можем столкнуться с ее отдельными элементами: дачные участки (производство для себя) как способ самостоятельного хозяйствования, выплата заработной платы продуктами питания, бартерный обмен между предприятиями произведенным продуктом и пр.

Итак, **натуральное хозяйство** представляет собой простейшую организационную форму хозяйствования, в этом случае производство нацелено исключительно на удовлетворение личных индивидуальных потребностей. Первоначально все собственники ресурсов работали, как говорится, на себя: они производили какой-либо продукт, но терпели нужду в том, что не было им доступно. Так, например, человек, возделывающий поля, занимающийся земледелием, должен был где-то доставать орудия труда, а также предметы домашней утвари. Впоследствии это послужило причиной создания новой формы хозяйствования, основанной на торговом обороте. Таким образом, натуральное хозяйство было создано, развивалось и регулировалось посредством местных обычаев, норм и традиций и имело следующие черты:

1. **Замкнутость производственной системы.** Все производственные единицы были экономически раздробленными, независи-

мыми друг от друга и никак не пересекались и не связывались. Примером могут служить первобытная община или большие патриархальные семьи. Заметим, что натуральное хозяйство существовало на протяжении нескольких веков и формаций.

2. Исключительность ручного труда и полное отсутствие специализации. Это, конечно, не значит, что разделения труда вообще не было, оно существовало, но только в рамках половозрастных характеристик. Однако не наблюдалось именно разделения производственного процесса на составные части, поэтому основа для развития экономики отсутствовала.

3. Односторонняя экономическая связь между двумя процессами: производством материальных и нематериальных благ и их потреблением. Индивид производил товар исключительно для собственного потребления, руководствуясь личными предпочтениями и потребностями.

4. Устойчивость данной формы хозяйствования доказана исторически, поскольку захватывала по длительности не один век цивилизации.

С развитием экономики возникла потребность в дополнительном производстве — создании полноценного рынка внутри страны и за ее пределами. Можно назвать следующие причины развала натурального хозяйства:

- 1) эффективное производство оказалось невозможным без создания прочной системы разделения труда. Один человек просто не мог заниматься сразу несколькими делами и был профессионалом только в отдельном;
- 2) накопление богатства представляло собой лишь хранение продуктов производства, что исключало процесс капитального накопления. В это время экономика находилась в зародышевом статичном состоянии, она не менялась, не развивалась, поэтому остро встал вопрос образования торговли для создания натурально-вещественного, а затем и денежного оборота;
- 3) вследствие того, что производство имело индивидуальный характер, развития предпринимательства не наблюдалось, поэтому производитель не мог получать прибыль и соответствующую плату за свой труд. Блага производились именно

в том размере, какого требовали потребности, и не были предназначены для дальнейшей реализации.

Таким образом, натуральная форма хозяйствования в новое время оказалась крайне неперспективной. С развитием представлений о товаре, деньгах и рынке началась новая эра в экономической истории — эра товарного хозяйства.

2. Понятие товарного хозяйства

С развитием общества возникла необходимость сверхпроизводства, а также производства дифференцированного набора благ и обеспечения ими общества. Человек уже не мог самостоятельно произвести для себя все самое необходимое, поскольку специализировался, как правило, на одном роде деятельности. В то же время его потребности заставляли каким-то образом добывать новые средства их удовлетворения. Натуральная форма хозяйствования не могла решить это противоречие. Постепенно возникали потребности в продуктах, производимых другими хозяевами-единоличниками, так появился обмен. Теперь можно было легко и беспрепятственно, например, за полученные продукты питания расплатиться шкурками, драгоценными металлами, если, конечно, в них нуждался производитель первичных благ. Первой ступенью «новой экономики» стал бартер (обмен товара на товар). Со временем он стал недостаточно удобен, гораздо проще оказалось производить обмен на всеобщую эквивалентную единицу, на которую затем можно было в любой момент времени приобрести абсолютно все. В результате возникли деньги, и обмен принял денежную форму: Т — Д — Т. Деньги стали посредником при заключении торговых сделок.

Товарное хозяйство — это такая форма организации экономики, при которой товары производятся на рынок и служат объектом купли-продажи.

Можно выделить две предпосылки возникновения такого типа производства.

1. **Общественное разделение труда** положило начало развитию специализации на конкретном роде деятельности и производстве. Например, охота, земледелие, скотоводство, борт-

ничество, рыболовство и пр. С возникновением купечества и делением его на гильдии обмен стал выгодным и удобным средством удовлетворения потребностей. Купцы занимались непосредственно торговлей, выступали ее элементом. Они контролировали протекание процесса купли-продажи и, кроме того, занимались ростовщичеством: выдавали деньги под залог.

2. **Экономическое обособление производителей** было возможным лишь за счет того, что собственность стала частной, поэтому производители вели самостоятельный хозяйственный расчет.

В длительной эволюции товарного хозяйства можно выделить два этапа.

1. Простой тип организации производства. Результат производства целиком принадлежал только производителю, именно он имел право им распоряжаться. Это своеобразная смена деятельности.

2. Капиталистический тип возник в эпоху развития капитализма, появления более или менее совершенного оборудования и технологий, когда фактически обозначились два класса: капиталисты (владельцы мануфактур и фабрик) и наемные рабочие (люди, добровольно поступающие работать на капиталиста), которые заключали между собой договор найма.

Особенности товарного хозяйства можно описывать по той же схеме, что и натуральное хозяйство, только здесь все показатели имеют обратное значение.

1. **Открытая**, а не замкнутая система экономических отношений. Каждое домашнее хозяйство или предприятие имеет хозяйственные связи с другими экономическими субъектами и включено в систему рыночного обмена.

2. **Глубокое разделение труда и его специализация.** Как только возник капитализм и капиталисты, техника стала совершенствоваться, поэтому ручной труд стал выходить из производства, его заменил труд машинный, более удобный и производительный. Стало возможным увеличить масштаб производства при сокращении рабочего времени. Все это является показателем роста производительности труда, что крайне необходимо экономике для устойчивости развития.

3. **Косвенные экономические связи** производителей и потребителей заключаются в том, что блага производятся одним субъектом хозяйственных отношений, а потребляются другим. Так появляется спрос как выражение предпочтений и желаний потребителей и предложение, которое отражает способность и желание производителя реализовывать именно определенный продукт. Вследствие этого каждый их субъектов задается разносторонними целями: производитель стремится к максимизации общей прибыли, а потребитель — к полезности при минимальных издержках.

3. Товар и его свойства

Товар — это экономическая категория, которая может быть представлена результатом производственной деятельности предприятия и продуктом, реализованным на рынке. Иными словами, товар представляет собой способ удовлетворения потребностей экономических субъектов, которые согласно своим предпочтениям и вкусам выбирают его для потребления. По степени и характеру удовлетворения все экономические блага могут быть распределены на три группы.

1. Товары, которые могут заменять друг друга. Иными словами, если потребитель на рынке не может найти необходимый ему тип товара, его предлагают заменить аналогичным, с теми же свойствами, но, может быть, иной формой и величиной стоимости.

2. Товары, взаимодополняющие друг друга. Их потребление представлено единым процессом, поэтому потребность в них растет или снижается параллельно.

3. Независимые товары, которые на данном рынке не имеют аналогов и дополнителей. Они сочетают в себе все необходимые свойства и приобретаются индивидом или группой в отдельности для текущего потребления.

Товар как элемент рыночного механизма и торгового обмена имеет основное свойство. Это потребительная стоимость единицы блага, которая создается непосредственно в процессе производства. Конечная стоимость включает в себя все издержки организации: стоимость затрат на покупку необходимых материальных ресурсов, факторов производства (труд,

капитал, предпринимательство и пр.), а также налог на прибыль и другие косвенные налоги. В частности, в стоимость товара входит налог на добавленную стоимость, НДС. Такое формирование стоимости единицы товара, т. е. с учетом его себестоимости, позволяет фирме наиболее рационально вести производственно-хозяйственную деятельность.

Готовый товар, как правило, прямо с производства поступает на рынок товаров и услуг, где он становится объектом покупательной способности экономических субъектов. Здесь стоимость продукции трансформируется в ее цену, которая чрезвычайно подвержена колебаниям в результате движения рыночных величин спроса (D) и предложения (S). Таким образом, колебания уровня цен вокруг потенциального значения могут быть описаны тремя возможными вариантами.

1. Если $D > S$, наступает дефицит. Производители не могут обеспечить товаром всех желающих, не могут полностью удовлетворить спрос на продукцию сразу всех экономических субъектов. В условиях дефицита цены начинают расти, и вопреки закону убывающей предельной полезности каждая отдельная единица товара имеет все большую степень полезности, поскольку при каждой покупке их остается все меньше.

2. Если $D < S$, это значит, что на рынке сделок купли-продажи значительно меньше, чем было поставлено продукции. В этом случае наблюдается кризис перепроизводства, когда готовая продукция не может быть полностью реализована. Это грозит снижением реальных возможностей производственного сектора, так как предприятия за непроданный товар не получают выручки, и, следовательно, не имеют средств к дальнейшему развитию. Кроме того, на самом рынке наблюдается жесткая конкуренция между продавцами за потребителя, что оказывает сильное давление на производителя.

3. Вариант, когда $D = S$, — идеальное состояние рынка, характеризующееся совпадением спроса и предложения. Иными словами, все потребности и запросы общества могут быть удовлетворены за счет производства необходимых благ. Так устанавливается цена равновесия, которая устраивает две основные группы торгового оборота: и покупателей, и товаропроизводителей.

4. Понятие денег и их эволюция

С развитием товарных отношений одновременно возникла идея их относительного упрощения. Добиться этого удалось посредством всеобщего эквивалента — денег. Преимущество товарно-денежных отношений состоит в том, что деньги, выступая отражением стоимости всех товаров, абсолютно ликвидны и в любой момент могут быть введены в оборот и обменены на нужное благо.

Деньги — это многофункциональный товар, в котором находят отражение стоимости других товаров. Посредством денег значительно упрощаются процессы расчета и накопления. Заметим, что изначально появился бартер: $T - T$, затем в эту формулу был добавлен «посредник» оборота (деньги), и она приняла иной вид: $T - Д - T$. Сегодня данная форма уже не кажется удобной. Преобладание в экономике наличных денег и осуществление товарных процессов без использования кредитных пластиковых карт свидетельствует о некоторой отсталости государства. В России сегодня пока преобладает наличный оборот, но банковские карты все же уже нашли широкое применение, поскольку являются наиболее удобным средством расчета и хранения денег. Эволюция денег затронула несколько веков и может быть представлена следующими этапами:

- 1) **товарные деньги**. Каждый из народов мира по-своему представлял себе денежную единицу. Древние народы Океании, например, наибольшую ценность придавали редким ракушкам, которые добывали со дна моря. Скотоводы в качестве денег использовали скот, северные народы, где развит пушной промысел, — шкурки пушных зверьков и т. д. Иными словами, деньгами служил тот объект, на производстве или добыче которого специализировались люди;
- 2) **серебряный монометаллизм** характеризовался тем, что наибольшее распространение получили серебряные слитки и монеты;
- 3) **биметаллизм** прежде всего был ознаменован появлением возможности использования в обороте золотых слитков,

когда в качестве посредника торговых операций использовались два металла. Иными словами, наряду с серебряными монетами расплатиться можно было и золотыми слитками;

4) **эра золотого стандарта** обеспечила золото высочайшим спросом, вследствие чего его стоимость резко возросла. Доля серебра в обороте начала резко сокращаться. Заметим, что золото и серебро стали ликвидным средством обмена ввиду определенных качеств:

- а) сохраняемость — их физические свойства обеспечивали длительное существование и способность к обращению;
- б) высокая ценность отдельно взятой единицы металла в небольшом объеме;
- в) экономическая делимость — подразумевает деление стоимости в N раз при делении слитка на N частей;
- г) золото стало высокоценным металлом, редко встречается в природе.

Бумажные деньги появились тогда, когда стало понятно, что золото и серебро все же неудобны в использовании: слитки очень громоздки и подвержены стиранию, что портило их привлекательность. Современные деньги представлены в нескольких вариантах.

1. **Наличные деньги** удобны в обращении, имеют как монетную форму, так и бумажную. Однако такие деньги не могут быть эффективным способом накопления, поскольку все зависит от инфляционных ожиданий и экономической ситуации в стране.

2. **Кредитные деньги**: векселя, чеки и различные долговые обязательства — удобны в использовании и в любой момент могут быть обменены на ту сумму, которая указана в них.

3. **Электронные деньги** обрели массовое признание уже в начале XXI века и представляют собой пластиковые карты: дебетовые карты (доступ к деньгам, имеющимся на счету) и кредитные карты (предоставление кредита со сроком погашения).

Таким образом, сегодня деньги обладают двумя важными свойствами. Во-первых, они высоколиквидны и могут быть в любой момент обменены на любой другой продукт труда. Второе свойство — портативность как способность иметь наибольшую стоимость при наименьшем весе.

5. Денежные агрегаты, функции денег

Деньги — это основной элемент товарно-денежных отношений, в котором так или иначе выражена стоимость товаров и услуг. Деньги — это всеобщий эквивалент. Благодаря собственной ликвидности деньги в любой момент могут быть обменены на какое-либо благо. Количество денег в стране контролируется государством, а на практике — Центральным банком РФ.

Для измерения денежной массы используется целый ряд денежных агрегатов, которые расположены по мере убывания их ликвидности. **Ликвидность** денежной единицы делает ее легко обмениваемой, придает свойства товара. Имея в наличности или на счете пластиковой карты определенную сумму денег, индивид легко становится субъектом товарно-денежных отношений. Таким образом, деньги способны удовлетворять потребности, которые возникают в процессе жизнедеятельности экономического субъекта.

Денежные агрегаты. Агрегат M0 представляет собой наличность, находящуюся в обороте и на счетах банков, M1 включает, помимо наличных денег, и те, которые лежат на срочных и сберегательных счетах коммерческих банков. Иными словами, это те вклады, которые население может затребовать в любой момент без процентных потерь. Денежный агрегат $M2 = M1 +$ + краткосрочные ценные бумаги, и наконец агрегат $L = M3 +$ + сберегательные облигации коммерческих банков. Все агрегаты в совокупности представляют денежную массу, т. е. комплекс платежных и покупательных средств, которые обеспечивают обращение в экономике товаров и услуг и находятся у населения (в виде кассовых остатков), организаций и других экономических субъектов.

Экономисты выделяют две концепции происхождения денег.

1. В процессе развития товарных отношений (торга) возникла необходимость оценивания товаров, что стало возможным при появлении денег.

2. Деньги представляют собой общественный договор, который заключается непосредственно между властью и обществом.

В связи с этим деньги выполняют ряд важных экономических функций, через которые выражаются их важнейшие свойства.

1. **Мера стоимости.** Деньги содержат в себе стоимость всех рыночных товаров и выполняют эту функцию идеально. Под этим подразумевается следующее: за покупателем всегда остается право прицениться даже в том случае, когда он не имеет на руках определенной суммы денег. Таким образом, посредством денег товары на рынке получают оценку свойств, которые определяют величину спроса.

2. **Средство обмена.** Как известно, для совершения торговых сделок необходима наличная денежная масса, которая играет роль посредника (товар — деньги — товар). В этом состоит главное отличие товарно-денежных отношений от бартера, когда один товар многократно находился в обращении, пока наконец не был обменен на нужный продукт. Преимущество денег состоит в том, что они сокращают транзакционные издержки, т. е. затраты на обслуживание меновых операций, и тем самым, значительно упрощают процесс обмена.

3. **Средство платежа.** В настоящее время широкое распространение получила такая форма продажи с отсрочкой, как кредит. Она дает потребителю возможность приобрести тот или иной товар даже в том случае, когда на текущий момент его денежные средства ограничены. Таким образом, потребительский спрос приобрел новую форму удовлетворения. Недостатком здесь является лишь наличие процентных выплат по окончании сделки.

4. **Средство накопления.** Деньги — это актив. Вложенные в какое-либо выгодное дело (в том числе в недвижимость), они способствуют реальному накоплению богатства. Поэтому крайне важным является учет антиинфляционных ожиданий,

которые напрямую определяют величину потребительского спроса.

5. **Мировые деньги** необходимы для осуществления международных расчетов, соответственно их появление приходится на период зарождения международной торговли.

6. Закон денежного обращения

Денежное обращение — это движение денежных потоков, обеспечивающееся посредством существования на рынке предложения и спроса денежной массы. Это основное условие эффективного функционирования финансовой, кредитно-денежной системы страны. Деньги как в наличной, так и в безналичной форме постоянно «ищут» сферу своего применения, они должны быть реализованы, вложены в какое-либо дело. В противном случае денежная единица либо «съедается» инфляцией, либо в результате ее застоя возникает проблема обесценивания.

Для интенсивного развития экономики крайне важным является решение вопроса, какой объем денежной массы необходим экономике для полного финансирования всех сфер жизни. **Денежная единица** — это важная составляющая денежного обращения. В связи с этим определим сущность эмиссии. Бюджетный дефицит является причиной дополнительного выпуска денег. Однако чрезмерная эмиссия денежной массы — это первая причина возникновения инфляции, в результате чего экономический кризис становится неизбежен. Таким образом, от величины денег в обращении напрямую зависит финансово-политическая обстановка в стране. Можно выделить несколько факторов, которые определяют оптимальную величину денежной массы.

1. **Рыночные цены на товары.** Любой товар или услуга могут быть выражены посредством денежной оценки. Сам процесс ценообразования непосредственно влияет на объем денежной массы, находящейся в обращении. Если цены меняются на одном рынке, постепенно эти изменения затронут и другие типы рынков, вследствие чего возникнет необходимость в допроизводстве денежной массы или ее эмиссии. Это говорит о том,

что ограниченность денежной массы вовсе не является фактором стабильности и снижения цен, наоборот, она становится причиной их завышения.

2. Курс иностранной валюты, занимающей лидирующие позиции на финансовом рынке. Дело в том, что цены на рынке товаров и услуг и факторов производства находятся в прямой зависимости от колебаний курса валют, главным образом резервной, поскольку она напрямую связана с торговой деятельностью. Для России сегодня резервной валютой является американский доллар. В соответствии с этим российская экономика существует как бы за счет него, поэтому она вынуждена поддерживать курс доллара: его стоимость ни в коем случае не должна падать.

3. Количество произведенной продукции. Если объем производства начинает расти, при том что цены относительно постоянны, потребность в деньгах также увеличивается, что приводит опять-таки к количественному росту денежной массы, поскольку увеличивается торговый оборот и скорость обращения денег.

4. Интенсивность оборотности денежной единицы характеризуется тем, что денежная масса обратно пропорциональна количеству оборотов, которое она совершает за определенный промежуток времени в данных территориальных рамках. Для развитых стран этот коэффициент составляет порядка 17 оборотов, в России — всего 7,5, что почти в два раза меньше. Естественно, это свидетельствует об отсталости российской экономики от стран Запада.

Денежное обращение в стране может быть измерено посредством использования специального закона. Получается, что объем денежной массы в обращении напрямую зависит от масштабов производства и рыночного ценообразования, в то время как скорость обращения денег оказывает обратное воздействие. Все это, несомненно, зависит от производственных условий, например производительности труда, которая является неперенным условием достижения высоких показателей производственной деятельности. Данный закон можно записать уравнением Фишера:

$$MV = PQ,$$

где MV — это денежная часть, полученная при учете количества денег в обращении и скорости их кругооборота;

PQ — товарная часть.

Если денежная часть в экономике преобладает, возникает инфляция, в противном случае — кризис перепроизводства, когда денежная масса на руках не позволяет приобрести все произведенные товары и услуги. Уравнение Фишера является самым простым, которое отражает сущность денежного обращения. Но существует еще одно, более сложное: закон денежного обращения Карла Маркса.

$$M = (P \text{ нереализ.} - P \text{ кредит} + \text{наступившие платежи} - \text{взаимопоглощающие платежи}) / V,$$

где M — это величина денежной массы в обращении;

P нереализ. — это сумма цен нереализованных товаров;

P кредит — сумма цен товаров, проданных в кредит;

V — это скорость обращения денег в экономики.

Таким образом, можно сказать, что закон Маркса наиболее подробно описывает специфику денежного обращения, он конкретизирует уравнение Фишера, поскольку товарная часть PQ здесь разбита на составные части.

ЛЕКЦИЯ № 4. Рынок

1. Понятие рынка, условия его возникновения

Рынок представляет собой систему экономических отношений, которые складываются между продавцом и покупателем по поводу производства и реализации необходимых товаров и услуг, обеспечивающих потребности экономических субъектов. В состав экономических отношений входит не только товарный оборот, но и денежный, поскольку рыночный механизм напрямую связан с денежным обращением. Исходя из известной формулы обмена Фишера $MV = PQ$ можно сделать вывод, что движение готовой продукции и факторов производства обеспечивается посредством денежных потоков.

С другой стороны, рынок — это то место, где продавцы и покупатели обсуждают свои условия и заключают торговый договор, выраженный в том, что субъект за определенную сумму денег приобретает в собственность те или иные блага.

Субъектами рынка являются покупатели и продавцы, в роли которых, как правило, выступают домашние хозяйства в лице индивидов и общественных групп, фирмы (различные организации и предприятия), а также государство, которое ко всему прочему выступает в экономике как высший орган контроля. Например, в статье расходов существуют государственные расходы. К ним относятся все социальные услуги трансфертного характера, а также целенаправленные траты на развитие бюджетной сферы и поддержание общественных благ.

Объектами рынка можно назвать сами товары и услуги, а также совокупность денежных средств наличного и безналичного вида. Товары и услуги — это не только готовая про-

дукция, но и факторы производства, такие как труд, земля, капитал и предпринимательство. В роли денег выступают все платежные финансовые средства.

Таким образом, вся рыночная система построена на демократичном способе ведения торговых дел. В российской экономике первоначально существовала командно-административная система, которая характеризовалась автоматическим регулированием величины предложения, т. е. все решения по поводу производства, обмена и реализации принимались в центре и затем поступали на места.

В целом можно назвать несколько причин, которые способствовали формированию рыночной системы и рыночных отношений.

1. Разделение труда и узкая специализация. Невозможно заниматься одновременно производством нескольких видов продукции, иными словами, многогранная специализация идет не на пользу производству, поскольку не способствует сосредоточению внимания на определенном типе операций. Сама специализация может быть определена посредством принципа сравнительного преимущества: каждый предприниматель имеет в наличии строго определенное количество ресурсов, факторов производства, навыков и умений, поэтому при организации производственной деятельности он должен учитывать все альтернативные варианты ведения дел или издержки упущенных возможностей. Иными словами, специализироваться стоит на том типе производства, которое в конечном итоге будет способствовать получению максимальной прибыли при минимальных или незначительных затратах.

2. Экономическая автономия субъектов хозяйствования. Товаропроизводители в большинстве своем являются юридическими лицами, самостоятельно ведущими всю хозяйственную и коммерческую деятельность и несущими неограниченную ответственность по всем обязательствам. Кроме того, задачей производителя и является решение вопроса: «что, как, для кого производить и в каком количестве?» Это подразумевает строгое соответствие ведения торговой деятельности исключительно по рыночным законам. Все произведенные

блага должны непременно иметь спрос и четкое предназначение, иными словами, отвечать всем потребностям общества. Для этого на предприятии должна существовать развитая информационная система, которая позволит контролировать все изменения и нововведения на рынке.

3. **Свободный обмен ресурсами** подразумевает свободное формирование товарных цен. Они устанавливаются с учетом колебаний спроса и предложения и выглядят как отклонение равновесной цены от своего значения. Посредством установления свободных цен производитель имеет право сам определять специализацию и направление развития своей организации или предприятия.

2. Функции рынка

Рынок представляет собой саморегулирующийся механизм, обеспечивающий производителей прибылью, потребителей — удовлетворением потребностей. Иными словами, рынок так или иначе производит распределение факторных доходов: ренты с земли, прибыли от ведения предпринимательской деятельности, заработной платы от осуществления трудового процесса и процентной ставки, которая является вознаграждением за владение капиталом. Таким образом, рынок воздействует на все стороны хозяйственной жизни и выполняет для этого ряд функций.

Основная и самая важная функция рыночной системы — **регулирующая**. Рынок обеспечивает соотношение величин спроса и предложения, которые определяют уровень цен на товары и факторы производства. Если объемы производства соответствуют потребительскому спросу, устанавливается цена равновесия: она приемлема для обеих сторон торговой сделки. В целом, если цена растет, производство начинает наращивать обороты, и объемы выпускаемой продукции увеличиваются. Если цена, соответственно, начинает падать, то отдача от производства снижается, и это является сигналом к снижению масштабов производственной деятельности. Сегодня, конечно, экономика развивается не только по

принципу «невидимой руки», но и посредством государственного регулирования.

Вторая функция рынка — **стимулирующая**. Под воздействием ценовой динамики происходит внедрение в производство достижений научно-технического прогресса, освоение новых технологий, что в целом позволяет снизить издержки на изготовление товаров и услуг, совершенствовать систему качества и расширять ассортимент производимой продукции.

Информационная функция определяется через распределение информации, знаний и навыков между всеми экономическими субъектами рыночной системы. Таким образом, производители получают информацию о количестве продукции, ее качестве, форме и других характеристиках, которые определяются в соответствии со структурой потребительского спроса, сложившейся на данный момент времени. В результате организация становится более гибкой, она легко приспосабливается к любым изменениям внешней среды.

В экономике с развитым типом совершенной конкуренции товаропроизводители создают своего потребителя, а те в свою очередь имеют право выбрать товар определенной марки. В этом заключается **посредническая** функция рынка. Он согласует интересы продавца и покупателя, позволяет им достигнуть определенного баланса в торговых сделках.

Кроме вышеперечисленных функций, рынок оценивает произведенный продукт, его исходные ресурсы и количество затраченных факторов производства, среди которых основным, безусловно, является труд. Таким образом, деятельность рынка направлена на эффективное и рациональное использование всех производственных факторов. Важной особенностью рынка является то, что он дифференцирует всех производителей в процессе их деятельности и выталкивает из системы слабые, экономически невыгодные предприятия.

Если говорить непосредственно о самих типах рыночных структур (делении их по уровням рыночной власти, долю рынка и пр.), то нужно отметить, что существует рынок совершенной конкуренции (все производители в равных условиях), монополия (неограниченная власть и завышенные цены), монополистическая конкуренция и олигополия (несколько произво-

дителей регулируют рыночные механизмы). Существует также и неценовая конкуренция, которая характеризуется разработкой системы качества, рекламы продукции, а также созданием отделов маркетинга и стратегического планирования.

3. Рыночная власть фирмы, ее индексы

Фирмы-производители поставляют на рынок товаров и услуг различные блага для удовлетворения потребностей общественных масс. Соответственно они осуществляют свою деятельность под воздействием величины и структуры потребительского спроса и других элементов рыночного механизма. В то же время товаропроизводители, устанавливая цены на свою продукцию, а также, проводя широкие рекламные кампании, оказывают давление на потребителя. Степень воздействия непосредственно зависит от доли рынка и власти фирмы. Таким образом, рыночная власть фирмы — это ее возможность распространять контроль и деятельность на механизм рынка и его процессы (формирование спроса и предложения, уровень цен и пр.) и, как следствие, на конкурентов. Рыночная власть определяет масштабы деятельности фирмы: насколько свободно она может распоряжаться на рынке и какими рамками ограничено ее существование. Когда этот показатель слишком высок, получается, что доли конкурентов в общей сумме значительно ниже. Следовательно, большая часть потребителей находится во власти такой фирмы. Столь крайняя форма зачастую принимает вид монополизма. Только фирма-монополист способна жестко регулировать процесс ценообразования и объема выпуска продукции, а также вести собственную торговую политику, даже если она идет в ущерб другим организациям и самим потребителям.

Все показатели рыночного влияния в зависимости от направления их расчета делят на прямые и косвенные. **Прямые показатели** дают возможность определить долю фирмы на рынке, уровень ее рыночной власти, процесс принятия решений и, конечно, тип конкуренции. Иными словами, здесь определяется характер конкуренции сколько фирм занимают

лидирующее положение на рынке, каковы степень их развития и круг потребителей их продукции. **Косвенные показатели** дают полную картину рынка, систематизируют все показатели рыночной ситуации в их совокупности. Для анализа и оценки организационного влияния на рыночную систему и всех ее субъектов необходимо ознакомиться с формулами, которые позволяют дать количественную характеристику власти фирмы.

Как известно, самые высокие цены на рынке те, которые устанавливает монополия. Фирма-монополист обладает уникальными ресурсами и может производить ни с чем не сравнимый продукт, который крайне необходим всему обществу, но не может быть приобретен где-нибудь еще. Но монополия ставит целью максимизацию всей массы прибыли, а не только ее величины на единицу продукции. Следует заметить также, что монополярная власть определяется обратной зависимостью от эластичности потребительского спроса и его чувствительности к динамике рыночных цен. Поскольку эластичность спроса показывает его чувствительность к стоимости благ, то, чем выше данный показатель, тем ниже оказываются возможности влияния фирмы на рынке, так как тогда она не может необоснованно поднимать цены и злоупотреблять своими правами.

Индекс Лернера (IL) может быть рассчитан посредством вычитания предельных издержек из величины монополярной цены при пересчете на уровень неконкурентных цен:

$$IL = [P(m) - MC] / P(m),$$

где $P(m)$ — цена монополярного рынка;

MC — издержки на дополнительно произведенную единицу продукции.

При этом $0 < IL < 1$. Если данный показатель по своему значению ближе к 0, это свидетельствует о преобладании на рынке совершенной конкуренции, которая наиболее приемлема для успешного развития рыночной экономики. Чем ближе данная величина к единице, тем больше вероятность того, что на рынке появилась фирма, желающая диктовать свои условия, — монополист. Олигополия характеризуется индексом Лернера около 0.6 — 0.8, поскольку есть не что иное, как про-

межуточное состояние между монополизмом и совершенной конкуренцией. Зачастую коэффициент Лернера оказывается тяжело подсчитать из-за предельных издержек, поэтому в этом случае гораздо удобнее использовать величину средних издержек как затрат на единицу продукции. В этом случае:

$$IL = (P - AC) / P.$$

Индекс Херфиндаля-Хиршмана (ИНН) — еще один показатель степени концентрации рынка. Он может быть рассчитан как сумма долей каждой фирмы в отдельности, которые ведут свою производственную и сбытовую деятельность на данном рынке:

$$ИНН = \sum (q_i)^2,$$

где q_i — продукт, произведенный одной из фирм.

ИНН характеризуется неравенством: $0,01 < ИНН < 1$. Соответственно чем меньше его значение, тем сильнее конкуренция и слабее рыночная власть.

Таким образом, благодаря данным показателям государство может контролировать процесс функционирования фирм и, как следствие, бороться с монополиями.

4. Ценовая дискриминация на рынке несовершенной конкуренции

На рынке несовершенной конкуренции, который характеризуется высокой степенью рыночной власти одной или нескольких фирм, процесс ценообразования складывается иначе, чем на рынке совершенной конкуренции, где они устанавливаются на основании данных о себестоимости продукции, трансакционных издержках, ставках налогообложения. Монополия подразумевает владение уникальным ресурсом, который не может быть доступен другим производителям. В соответствии с этим продукт, полученный из этого ресурса, тоже является уникальным, поэтому монополист устанавливает на него порой необоснованные цены, которые зачастую в несколько раз превышают издержки производства. Таким образом, потребитель платит огромные суммы только за то, что этого хочет монополист. Например, газовая, нефтяная компа-

нии на рынке являются абсолютными монополистами. В их власти находятся ресурсы, которые в принципе являются общественным благом. Если говорить о городе, то система канализации, телефонная станция и пр. тоже являются продуктами монопольного производства. Таким образом, жители платят такую цену, которую устанавливают монополисты.

Получается, что на практике каждый экономический субъект, действующий на рынке, сталкивается с проблемой ценовой дискриминации. Иными словами, на рынке действует фирма, которая обеспечивает продукцией различные группы и слои населения, но продает ее по завышенным по отношению к равновесным ценам. Кроме того, такое несоответствие цен вовсе не является следствием высоких издержек, просто фирма-монополист берет определенную сумму за уникальность изготовленной продукции.

В общем ценовая дискриминация может иметь три вида или степени.

1. Ценовая дискриминация первой степени. Монополист реализует изготовленные товары по максимальным ценам, т. е. по тем, в пределах которых клиент является платежеспособным субъектом. Поэтому весь излишек потребителя как разница между наибольшей ценой, которую субъект готов уплатить, и той, которую он фактически оплатил, полностью находится в руках производителя. Иными словами, покупатель фактически не имеет права выбора и платит совсем не ту сумму, которую готов отдать за потребление, а во много раз ее превышающую.

2. Ценовая дискриминация второй степени представляет собой дифференциацию цен в зависимости от объемов реализованных товаров и услуг. Например, дисконтные скидки или торговля оптом характеризуются тем, что за каждую предельную единицу блага потребитель платит все меньшую цену, что по сути напоминает закон убывающей предельной полезности. Такая политика позволяет активизировать спрос.

3. Ценовая дискриминация третьей степени подразумевает распределение покупателей по группам в зависимости от их покупательной способности. Получается, что монополист в соответствии с дифференциацией общества работает одновременно на двух рынках: один — дорогой, другой — дешевый.

На дорогом рынке цены достигают своего максимально допустимого значения, поскольку монополист полностью уверен в том, что продукция в любом случае найдет своего потребителя, а на втором рынке цены отличаются некоторой гибкостью, поскольку должны соответствовать платежеспособности клиентов.

Таким образом, любой монополист должен уметь регулировать процесс ценовой дискриминации и в случае необходимости грамотно разделить рынок на сегменты в зависимости от дифференциации доходов и эластичности потребительского спроса. Только ориентируясь на спрос и возможности потребителей, монополист сможет закрепить свое положение на рынке и максимизировать прибыль. В то же время слишком явное завышение цен может стать причиной вмешательства в рыночную систему государства, прерогативой которого как раз и является борьба с монополизмом.

5. Положительные и отрицательные аспекты существования рыночной системы

Рынок представляет собой достаточно свободную форму ведения хозяйства в условиях развитой экономики. В соответствии с этим ему присущи функции, посредством которых он регулирует социально-экономическую жизнь общества и страны в целом. Однако рынок, безусловно, сочетает в себе не только достоинства, поскольку не всегда может справиться со своими задачами, потому он имеет и ряд отрицательных аспектов. Именно поэтому государство контролирует рыночный процесс и там, где рынок справиться не в силах, вмешивается, осуществляя свое воздействие при помощи бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политики.

Преимущества рыночной экономики:

- 1) рынок представляет собой основу для контроля и регулирования общественного производства, он формирует экономические категории, которые способствуют этому, например спрос и предложение;

2) рынок — это саморегулирующаяся система, поскольку динамика цен, колебания рыночного равновесия вследствие изменения величин спроса и предложения, как правило, происходят самостоятельно. Еще Адам Смит ввел понятие «невидимой руки рынка». Это значит, что рынок сам может регулировать и контролировать все протекающие на нем процессы. Однако сегодня принцип «Laissez-faire», или полное невмешательство государства в экономику, постепенно изживает себя;

3) общественное производство осуществляется на основе реальных потребностей и предпочтений экономических субъектов, в то же время, все ресурсы, задействованные в производственном процессе, должны быть распределены наиболее эффективно по стадиям производства. Иными словами, рыночные процессы и их динамика зависят от структуры потребительских потребностей: они определяют величину спроса и объемы производства;

4) рыночная система стимулирует производственный рост и качественные технологические нововведения. Все это позволяет реально сократить издержки ведения хозяйственной деятельности и экономить на ресурсах и факторах производства, используя их наиболее рациональным способом.

Несмотря на все безусловные преимущества существования рынка, он не является абсолютно идеальным механизмом, поскольку не может решить некоторые экономические проблемы. К недостаткам рынка можно отнести следующее:

1) рыночная система не может препятствовать появлению экстерналий, т. е. внешних эффектов, и не способна их предотвратить или уничтожить. Например, при строительстве новой железной дороги решается проблема дорогостоящих и длительных перевозок пассажиров и грузов. Однако все это грозит при строительстве загрязнением окружающей среды и созданием в результате зоны отчуждения. Таким образом, для устранения вредных воздействий негативных эффектов необходимо государственное регулирование;

- 2) существуют потребности, которые рынок не может удовлетворить вследствие их социальной направленности. Рынок занимается коммерческими, финансовыми и торговыми операциями и не может обеспечить население социальной защитой или восстановить правопорядок. Все это, несомненно, — прерогатива государства;
- 3) эмиссия денежной массы осуществляется исключительно государством в лице Центрального банка страны, поэтому рыночная система не отвечает за объем денег в обращении, она влияет только на их кругооборот. Посредством кредитно-денежной политики ЦБ воздействует на денежную базу, денежную массу и предложение денег в экономике;
- 4) рыночная система сама по себе имеет склонность к возникновению монополизма и не может препятствовать его появлению. Разработка и поддержание антимонопольного законодательства — это исключительно прерогатива государства;
- 5) рыночная экономика характеризуется тем, что доходы распределяются и перераспределяются крайне неравномерно, что приводит к дифференциации общества на малообеспеченные и более богатые слои населения. Таким образом, только государство имеет своей функцией поддержание малообеспеченных и бедных семей;
- 6) научная деятельность развивается не в результате успешности рыночного механизма. Она должна быть финансирована на каждом ее этапе, что может позволить себе только государство.

Вышеизложенные пункты свидетельствуют о том, что по мере развития экономики, рыночных и торговых отношений все острее встает проблема государственного вмешательства: только государственные органы могут восполнить то, что недоступно рынку. В то же время очень важно определить границы государственного регулирования, поскольку чрезмерный контроль экономических процессов может привести к параличу рыночной системы и ее элементов. В этом случае крайне необходимо найти баланс власти в экономике.

6. Необходимость государственного регулирования

Государственный контроль над ценами выражается в осуществлении наблюдения над установлением уровня рыночных цен. Посредством этого можно определить все проблемы рыночной системы вплоть до обнаружения монополий: монопольные цены сильно завышены по сравнению с обычными производственными. Рынок не может сам противостоять образованию монополистов, так как в принципе не является регулятором ценового фактора. Равновесные цены, которые якобы автоматически устанавливаются путем совпадения потребительского спроса с желанием производителей производить и реализовывать именно «спросовый» продукт, не всегда учитывают интересы всех экономических субъектов. Вследствие этого государство берет на себя ответственность и устанавливает жесткие фиксированные цены, за рамки которых рынок не имеет права выходить.

1. Максимальные цены. Если цены завышены неоправданно, т. е. вне зависимости от роста себестоимости продукции, это может вызвать недовольство среди общественных масс. Государство, стараясь удовлетворить потребности субъектов-потребителей, намеренно снижает эти цены. Оно может решить эту проблему путем проведения сдерживающей кредитно-денежной политики посредством снижения величины денежной массы, находящейся в обращении. Если экономика находится в глубоком кризисе и цены установились вследствие инфляционного взрыва, то самым оптимальным способом является применение мер бюджетной экспансии. Государство расширяет величину собственных расходов, что стабилизирует экономику и позволяет бороться со скачками цен.

2. Минимальные цены. В том случае, когда равновесные цены устанавливаются на чрезмерно низком уровне, предложение на рынке начинает заметно снижаться. Это связано с тем, что производители не хотят продавать продукт по той цене, которая возможно даже не сможет окупить затраты, не говоря уже о прибы-

ли. Они будут намеренно задерживать изготовленный продукт на складах до тех пор, пока вынужденный дефицит товаров и услуг не приведет к росту цен. В условиях заблокированности рыночного механизма, когда он не может справиться с возникновением монополии, государство как бы заменяет его, создает новую систему ценообразования с целью достижения равновесия спроса и предложения. Посредством этого дефицит устраняется, и рынок начинает работать в полную мощь. Таким образом, можно точно сказать, что государственное вмешательство необходимо только в крайнем случае, когда сам рынок не может самостоятельно устранить возникшие дефекты и проблемы в экономике.

ЛЕКЦИЯ № 5. Рынок несовершенной конкуренции, его механизм

1. Монополия

Рынок представляет собой достаточно сложный механизм, основанный на взаимодействии спроса и предложения, посредством чего устанавливается общий уровень цен. Реализация товаров, работ, идей, услуг на любом рынке принимает вид соперничества, поскольку каждая фирма-производитель стремится к захвату большей доли рынка, получению наилучших условий ведения деятельности и своего собственного потребителя. Такое соперничество на рынке носит название конкуренции, это еще один из элементов рыночного механизма. Конкуренция положительно влияет на производственный процесс, поскольку каждая фирма стремится осуществить какие-то нововведения, что-то изобрести. Все это, несомненно, способствует технологично-производственному развитию бизнеса. Таким образом, рыночная структура характеризуется наличием или отсутствием монопольной власти. С понятиями «монополия» и «конкуренция» неразрывно связано понятие рыночной власти. Чем выше данная величина, тем жестче на рынке конкуренция. Максимальной властью конечно же является монополия.

Монополия — фирма или иное юридическое лицо, осуществляющие на рынке коммерческую или сбытовую функцию, занимающие наибольшую долю рынка и диктующие на нем свои условия. Монополизм характеризуется установлением завышенных цен на все товары и жестким контролем над организационной структурой и функционированием рыночного механизма.

Монопольная цена представляет собой разновидность рыночной цены, которая имеет наибольшую величину по сравнению с ценами других товаропроизводителей, посредством

чего обеспечивает монополиста сверхприбылью. Монопольная цена может иметь две формы. **Монопольно высокая цена** устанавливается на товары и услуги, которые были изготовлены и поставлены на рынок фирмой-монополистом. Сама монополия факторы производства и другие необходимые для деятельности ресурсы приобретает по монопольно низкой цене.

Выделяют два вида монополии.

Абсолютная монополия — это рыночная ситуация, при которой на рынке фактически действует единственная фирма, обеспечивающая общество необходимой продукцией, любое проявление соперничества полностью исключается. Абсолютная монополия имеет следующие особенности:

- 1) На рынке действует один производитель, он самостоятельно устанавливает цены на продукцию, которую реализует, и полностью контролирует всю торговую деятельность и рыночные сделки.
- 2) Если на рынке действует монополист с абсолютной властью, другие фирмы оказываются вне конкуренции: доступ на рынок им закрыт.
- 3) Перемещения трудовых и иных ресурсов и факторов производства носят структурированный характер, их мобильность ограничена.
- 4) Продукция монополиста абсолютно уникальна и не имеет аналогов и, кроме того, она имеет товарный знак.
- 5) Обладая абсолютной властью, монополист имеет полное право регулировать процесс ценообразования. В результате стоимость единицы продукции составляет ровно столько, сколько необходимо чтобы восполнить утрату уникальных ресурсов, которые применялись при производстве.

Естественная монополия представляет собой рыночную ситуацию, когда сегмент рынка или экономическая отрасль находится целиком и полностью в руках одной фирмы, которая поставляет на рынок абсолютно уникальный и необходимый обществу продукт. Естественными монополистами являются те фирмы, власть которых принимается как нечто само собой разумеющееся. Например, в газовой или нефтяной отрасли наличие нескольких фирм просто не нужно, поскольку ресурс, как и про-

дукт, один и тот же, в отличие от других рынков, где товар в значительной степени дифференцирован.

Столь крайние формы рыночной структуры, как монополия или совершенная конкуренция, на практике практически не встречаются. Сегодня, когда производство достигло пика своего развития, не может возникнуть такая ситуация, чтобы на рынке имелся только один продавец, который реализовывал бы товар, не имеющий аналогов. Так или иначе практически любая продукция может иметь заменители или менее качественные суррогаты. С монополизмом государство борется посредством антимонопольного законодательства, что позволяет сохранить в стране здоровый экономический климат, поддержать развитие бизнеса и в целом обеспечить высокий экономический рост.

2. Естественная монополия

Естественная монополия характеризуется ситуацией на рынке, при которой потребительский спрос может быть наилучшим образом удовлетворен только одной или небольшой группой фирм. Здесь важная роль отводится технологическим особенностям производства и системе потребительского обслуживания. В данном случае конкуренция не имеет практического смысла и даже может быть нежелательна. Например, такие отрасли как электроэнергетика, телефонная, почтовая и радиотелевизионная связь имеют в своем составе небольшое число, а может и единственное предприятие, которое, несомненно, является монополистом.

Для того чтобы наиболее полно охарактеризовать естественную монополию, необходимо рассмотреть ее основные признаки.

1) фирмы, естественные монополисты, наиболее эффективно функционируют в том случае, когда на рынке отсутствует конкуренция. Дело в том, что это позволяет экономить на масштабах производства вследствие очень высоких издержек. Примером может служить транспортная отрасль. Услуги перевозок тем ниже, чем большую величину составляет количество перевозимых людей и грузов. Иными

словами, стоимость единицы транспортной услуги находится в обратной зависимости от числа ее потребителей;

2) барьеры входа на рынок для других фирм. Издержки, связанные с осуществлением функционирования естественной монополии, настолько высоки, что деятельность аналогичных по специализации фирм в принципе не может быть окуплена;

3) естественная монополия характеризуется низкой эластичностью спроса по цене. Товар, который поставляет на рынок фирма-монополист, уникален и не имеет заменителей или близких по свойствам аналогов. Поэтому потребительский спрос на него не меняется в зависимости от динамики цены. Данная продукция удовлетворяет важнейшие потребности покупателей, поэтому они в любом случае будут ее потреблять;

4) деятельность фирмы-монополиста построена по сетевому принципу. Иными словами, головная организация имеет широкие географические и экономические связи со всеми филиалами и дочерними структурами. Посредством этого фирма осуществляет контроль над рынком и механизмом его функционирования.

Естественные монополии встречаются в двух вариантах. Первый тип — природная монополия. Она образуется посредством барьеров, создаваемых самой природой. Например, геологоразведочная компания открыла уникальный в своем роде источник природных ресурсов и приобрела в свою собственность участок земли, на котором это месторождение расположено. Ко второму типу относятся технико-экономические монополии. Они появляются под воздействием каких-либо технических или экономических факторов. При этом имеет место эффект масштаба, что заставляет фирмы расширять зону своего влияния и собственные размеры в целях снижения затрат на единицу изготовленной продукции. Например, просто невозможно представить, чтобы в городе имелась не одна, а две или несколько сетей канализации или несколько спосо-

бов поступления газа и света в каждую квартиру или любое другое помещение. Если бы так было, такая деятельность сопровождалась бы огромными издержками конкурирующих фирм.

Таким образом, естественная монополия — это самый оптимальный вид монопольной структуры. Сегодня такие крупнейшие компании осуществляют общий контроль над использованием ресурсов и занимаются их распределением. Однако главным недостатком здесь все же является система «плавающих» цен, поскольку монополист устанавливает их самостоятельно и порой необоснованно.

3. Антимонопольное регулирование экономики

Рыночная экономика имеет ряд преимуществ по сравнению с другими формами хозяйствования. Однако она наиболее эффективно функционирует только в том случае, когда все рыночные отношения и операции строятся на правовых началах. Как известно, на рынке всегда найдется не одна фирма, которая стремится завоевать наибольшую долю рынка и монополично устанавливать цены и осуществлять контроль. Получается, что государство должно всячески способствовать устранению монополизма и ценовой дискриминации на рынке. Ведь монополист завышает цены на готовую продукцию, в то время как цены на первичное сырье для него значительно снижены. В результате такая фирма получает сверхприбыль, тем самым нарушая процесс распределения доходов в экономике. Получается, что такая фирма обладает всеми привилегиями и правами в отличие от фирм, которые не могут составить ей конкуренцию.

Действуя на основе антимонопольного законодательства и защищая интересы всех рыночных субъектов, правительство должно прежде всего учитывать следующие **факторы, посредством которых определяется сам процесс формирования конкуренции:**

- 1) **либерализация цен** или их отпуск (т. е. придание свободы процессу их образования) является условием снижения потребительского спроса. В результате предложение на рынке не находит своего экономического обоснования, и начи-

нается процесс широкомасштабного снижения производства. Такая ситуация наблюдалась, например, в России в 90-е годы XX века, когда либерализация явилась первым этапом «шоковой терапии»;

2) **инфляция**. Если возникает инфляционный всплеск, то за этим следует резкий рост цен, что вызывает деформацию в структуре спроса. В результате это может привести к чрезмерно высоким издержкам фирм, и они начнут сокращать объемы выпуска, что в свою очередь вызывает экономический кризис;

3) **либерализация внешнеэкономических связей**, развитость национальной экономики и место страны на мировом рынке. Данный показатель очень важен для рыночной экономики: насколько продукция отечественного производства конкурентоспособна на мировом рынке, и какова величина импорта? Все это является факторами, влияющими на рыночные механизмы.

Антимонопольное законодательство содержит в себе ряд мер, позволяющих бороться с монополистами и их властью.

1. Существующие монополии должны быть распущены и лишены права самостоятельно устанавливать цены, все экономические отрасли должны быть очищены от фирм-монополистов. В то же время важно принимать меры по предотвращению появления вновь созданных монополий. Опять-таки эти меры не касаются естественных монополий, которые поставляют потребителям уникальный ресурс и в целом имеют большое общенациональное значение.

2. Преследование государством тех фирм, которые стараются попасть на рынок и завоевать его, намеренно завышая цены и нелегально уничтожая конкурентов. Иными словами, любые попытки осуществления ценовой дискриминации должны пресекаться.

3. Запрещение торговых фирменных блоков, поскольку они представляют собой нечестный метод борьбы с конкурентами.

4. Налаживание производства товаров-субститутов, которые позволят не только расширить ассортимент рынка, но и контролировать процесс появления группы уникальных товаров.

5. Рынок должен развиваться не только за счет качественных и количественных изменений его показателей, но и посредством налаживания международных отношений и наиболее эффективного распределения научного, творческого и трудового потенциала.

6. Налоговая политика (например, сдерживающая) характеризуется ростом налоговой ставки и сокращением государственных расходов. Это позволяет заставить монополиста снизить цены и зафиксировать их на более или менее равновесном уровне, устраивающем всех субъектов.

Следует заметить, что государство должно не только бороться с монополиями, оно должно разрабатывать стратегии по восстановлению и поддержанию совершенной конкуренции как наиболее оптимальной и перспективной и развитию предпринимательства. Совершенная конкуренция подталкивает фирмы к нововведениям, внедрению и освоению результатов НТП и различных открытий и разработок. В условиях жесткой конкуренции, когда фирма имеет огромное число соперников, которые потенциально претендуют на право называться первыми, она наиболее стремится к совершенствованию и интенсивному развитию. Так появляются новые системы качества товаров и технологии их производства, позволяющие экономить время и факторы производства, что в целом дает реальный толчок экономике.

4. Олигополия

Олигополия представляет собой такой тип рынка, на котором большая часть рынка контролируется группой крупнейших фирм, осуществляющих производство необходимого всем экономическим субъектам продукта. Это так называемая промежуточная форма власти между монополией и совершенной конкуренцией, которая так распространена в странах с развитой рыночной экономикой. Разница состоит лишь в том, что фирма-олигополист устанавливает уровень цен не самостоятельно, а совместно с другими фирмами, с которыми тесно конкурирует, как правило, их число составляет не менее трех.

Важной особенностью олигополии является то, что фирмы, входящие в нее, принимают все решения совместно. Таким образом, решение принимается не только на основании данных о величине потребительского спроса и собственных производственных издержках, но и посредством ответной реакции на данные действия фирм-конкурентов.

Вследствие этого основными принципами построения олигополистической формы рыночной власти можно назвать следующие:

1. **Товар**, произведенный на рынке олигополистической конкуренции, **может иметь как однородную форму, так и дифференцированную**. Если товар однородный, это значит, что потребителю все равно, у какой фирмы его приобрести. Если потребительский спрос разделяется и покупатель выбирает товар именно определенного производителя, продукция носит название дифференцированной.

2. **Неценовая конкуренция**. Производители воздействуют на величину спроса не за счет динамики ценообразования, а путем повышения качества продукции, уровня обслуживания и многих других потребительных характеристик. Так, например, очень эффективным средством конкурентной борьбы является разработка рекламных компаний, акций и т. д.

3. **Количество производителей ограничено**. Олигополия включает не менее трех и не более десятка фирм, что определяется посредством анализа величин производственных издержек.

4. **Другие фирмы, которые хотят попасть на данный рынок, сталкиваются с барьером**. Олигополисты, т. е. фирмы, занимающие на рынке лидирующие позиции, зачастую объединяют свои усилия и разрабатывают методы уничтожения вновь появившихся фирм-конкурентов, особенно тех, которые оказываются наиболее сильными соперниками.

5. **Взаимозависимость участников рынка**. Как уже было сказано, действия фирмы должны осуществляться в соответствии с реакцией на них конкурентов. Это основное условие олигополистической конкуренции. Иными словами, все ее участники взаимосвязаны и взаимозависимы. Если какая-либо одна фирма выпустит слишком малый объем продукции, то цены на него превысят оптимальную рыночную цену, потому

что издержки являются величиной, обратно пропорциональной объемам производства. В противном случае стоимость единицы товара снижается, что вызывает недовольство других участников рынка. Ведь для поддержания конкурентоспособности они будут вынуждены подстраиваться под новый уровень цен, перестраивая свое производство и стратегию развития.

При желании максимизации прибыли олигополисты могут объединиться в картель. Таким образом, они совместно определяют номенклатуру и ассортимент выпускаемой продукции, устанавливают на нее цены. В этом случае общий объем реализуемой продукции невелик, что вызывает рост цен. Однако, несмотря на все преимущества картельных объединений, они, как правило, все же недолговечны.

1. Каждая фирма-олигополист обладает собственными секретами производства, поэтому имеет определенную нефиксированную величину издержек. Это является основным барьером на пути заключения соглашения, поскольку договориться о цене достаточно сложно: что выгодно для одной фирмы, может быть неприемлемо для другой. Все фирмы действуют по разным технологиям и имеют свои производственные наработки, в соответствии с чем выпускаемая продукция различается и по количеству, и по себестоимости, поэтому они могут каждый раз подстраиваться друг под друга.

2. Олигополист всегда стремится к максимизации только собственной индивидуальной прибыли и не заботится о доходности своих конкурентов, что нередко становится причиной нарушения условий договоров.

5. Монополистическая конкуренция

Монополистическая конкуренция имеет место в том случае, когда на рынке действуют несколько продавцов, производящих и реализующих дифференцированный товар. При этом всегда существует возможность появления новых фирм-конкурентов. Посредством таких факторов ценовая эластичность потребительского спроса значительно сокращается, что делает его менее зависимым от динамики рыночных цен, которые устанавливаются всеми фирмами по-разному. В данном случае

покупатель имеет большой выбор товаров и услуг не только в качественном, но и стоимостном отношении. Любая фирма, освоив новые технологии и сократив издержки, может снизить цену для привлечения покупателей. В то же время, если потребитель предпочитает товар определенной торговой марки, он приобретет его в любом случае независимо от его цены. Это дает возможность повысить цену, не рискуя при этом нанести урон производству или потерять своего клиента-потребителя. Для рынка с монополистической конкуренцией, как правило, характерно наличие следующих принципов:

1. **Дифференциация продукта.** Производители производят и реализуют на рынке по сути одинаковый товар, который имеет определенное назначение. Но такая продукция может отличаться именно производственными, технологическими или качественными характеристиками. Например, на рынке колбасных изделий конкурируют несколько известных фирм: «Микоян», «Дубки», «Фамильные колбасы» и пр. Вышеназванные фирмы производят одноименный продукт в ассортименте, но используют при этом разные технологии, первичное сырье, специи и приправы. В результате продукция приобретает специфический вкус. Благодаря этому продукция одной их фирм является несовершенным заменителем продукции, реализуемой другими. Как следствие, потребительский спрос зависит прежде всего от вкусов, предпочтений и желаний потребителя, а не от стоимости единицы продукции. Иными словами, покупатель всегда платит любую цену, если продукт полностью удовлетворяет его потребности. Таким образом, получается, что производитель даже может повысить цены, но при этом сохранит своего покупателя.

2. **На рынке монополистической конкуренции ценовой контроль значительно ограничен.** В то же время фирмы имеют право устанавливать цены на свою продукцию в допустимых рамках и без учета интересов конкурентов в отличие от фирм, которые работают на рынке олигополистической конкуренции. Иными словами, все организации независимы друг от друга и не связаны никакими обязательствами. Если одна фирма решает в качестве стимуляции спроса и повышения объема продаж сделать скидки, предоставить дисконт и пр., конкурен-

ты могут не беспокоиться за свою прибыль. Дело в том, что скидка не гарантия того, что потребитель предпочтет именно этот товар, поскольку хороший товар, как правило, продается по установленной цене, а уцененная продукция устраивает далеко не всех субъектов по ее качественным характеристикам.

3. На рынке монополистической конкуренции не существует особенных препятствий или блоков как на входе, так и на выходе. Получается, что практически любая фирма, которая решает попасть на данный рынок, имеет все возможности для этого. Конечно, монополистическую конкуренцию нельзя сравнивать с совершенной, поскольку фирма с самого начала работы сталкивается с серьезными конкурентами, которые функционируют на данном рынке, может быть, уже не один год, поэтому высокая степень риска для новичков. Продукт только что появившейся фирмы не может соперничать с товарами, которые приобрели уже немалую известность в кругах покупателей и, несомненно, имеют потребительские преимущества.

4. Велика роль неценового типа конкуренции. Фирмы готовы потратить огромные средства на разработку рекламных лозунгов, акций и кампаний (рекламных), а также финансировать работу отделов, которые позволяют сделать организацию более гибкой по отношению к изменениям рыночной среды (отдел маркетинга, стратегического планирования и т. д.).

ЛЕКЦИЯ № 6. Теория производства

1. Понятие производственной функции, масштаб производства

Любая фирма, которая ведет производственно-хозяйственную деятельность, важной задачей ставит осуществление полного контроля над процессом производства, а также над количеством ресурсов, которые необходимы для создания определенного вида продукции. Считается, что фирма наиболее эффективна только в том случае, когда она может добиться наибольшего объема выпуска при минимальных издержках и затратах факторов производства.

Таким образом, **производственная функция** дает математическое выражение взаимосвязи факторов производства и количества затраченных в производственном процессе ресурсов с масштабами производства и номенклатурой выпускаемых товаров и услуг. Данный показатель позволяет определить наибольший объем производства той или иной продукции при наличии определенного, строго ограниченного количества ресурсов. Аналогично можно сказать, что производственная функция служит определяющим моментом для производственного процесса, поскольку показывает минимум количества ресурсов, необходимый для его осуществления:

$$Q = f(x_1, x_2, \dots, x_n),$$

где Q — совокупный выпуск товаров определенного ассортимента в соответствии с номенклатурой производства;

f — соответствующие затраты ресурсов, которые фирма должна понести, чтобы произвести необходимые обществу блага.

Для организации производственного процесса непременным условием является взаимодействие всех факторов производства и ресурсов, что обеспечивает его целостность и непре-

рывность. Среди таких факторов выделяют землю, капитал (материальный, воплощенный в зданиях, сооружениях и фондах организации, и финансовый в виде инвестирования), предпринимательский ресурс и, самое главное, — труд. Именно трудовая деятельность работников организации считается определяющим условием производительности и интенсивности производственных операций.

Самыми главными производственными факторами являются трудовой (совокупность рабочих рук, рабочих усилий) и капитальный (денежный, основные фонды и пр.). Таким образом, производственную функцию можно представить как функцию зависимости результатов производства от соответствующих ресурсных затрат:

$$Q = f(L \times K).$$

Для того чтобы данная функция имела полное практическое значение, необходимо определить роль эффекта масштаба и определить возможные варианты его отдачи. Фирма всегда функционирует в определенном масштабе, и при желании она может его либо увеличить, либо уменьшить в зависимости от того, какой курс был взят на развитие производства. Таким образом, отдача от масштаба производства характеризуется соотношением масштабов производства или ресурсных рамок, в пределах которых осуществляется изготовление готовой продукции, с непосредственными конечными данными, которые могут быть достигнуты в результате такой политики. Данный показатель может иметь три различные формы в зависимости от того, в какой пропорции находятся затраты и результаты производства.

1. **Постоянная отдача от масштаба** характерна для такого производства, когда фирма с увеличением используемого количества факторов производства одновременно достигает более высоких результатов деятельности. Иными словами, соблюдается определенная пропорция, что позволяет расширить предложение на рынке, не увеличивая издержек. Если считать, что Q — первоначальный объем производства, тогда:

$$Q1 = nQ = (nL; nK),$$

где n — это коэффициент пропорционального увеличения.

2. **Возрастающая отдача от масштаба** может быть отмечена в том случае, когда результаты растут несоизмеримыми с затратами темпами. Иными словами, увеличивая затраты факторов производства и материальных ресурсов в несколько раз, фирма производит больший объем товаров и услуг (более чем в несколько раз) по сравнению с первоначальным, т. е. $Q1 > nQ$. Практической основой такого случая может явиться технологическая развитость организации, когда оборудование позволяет экономить ресурсы и затраты рабочей силы. Самые крупные фирмы могут создать специальные отделы рекламы, по работе с персоналом, отделы стратегического планирования и т. д.

3. **Убывающая отдача от масштаба** возникает тогда, когда рост объемов производства, его конечный результат, увеличивается более низкими темпами, чем вовлекаемые ресурсы: т. е. $Q1 < nQ$. Получается, фирма несет дополнительные издержки, что может быть связано как с неразвитостью технологий и несовершенным оборудованием, так и с нерациональным и неэффективным использованием факторов производства и иных ресурсов.

2. Основные факторы производства современной экономики

Производственный процесс представляет собой процесс обработки исходных материальных ресурсов и факторов производства на пути к созданию готовой продукции, работ, услуг. В соответствии с этим необходимым является наличие таких структур, как трудовая деятельность, инвестиционная привлекательность и т. д. Факторы производства бывают четырех видов.

1. **Труд** является важнейшей экономической категорией, его затраты непосредственно определяют эффективность сложившейся организации производства. Посредством трудовой деятельности работник воздействует на предмет труда, что позволяет достигать запланированных результатов деятельности. Интенсивность и качество трудового процесса определя-

ют такие важные показатели, как трудоемкость, фондоотдача, материалоемкость и количество затраченного времени. На основе таких данных можно судить о производительности труда и выявить проблемы, с которыми сталкивается организация на производстве. Само количество рабочей силы определяет такие важнейшие макроэкономические понятия, как занятость и безработица, они характеризуют экономическую ситуацию в стране. Рабочая сила представлена всеми людьми, которые так или иначе вовлечены в производство или другой род деятельности в соответствии со специализацией организации. В результате труда происходит формирование дохода персонала — заработной платы.

Таким образом, можно сказать, что труд — совокупность способностей человека. От его качества зависит качество произведенной продукции и, как следствие, спрос на нее. Это особенно важно, когда фирма ведет неценовую конкурентную борьбу на рынке совершенной конкуренции.

2. **Капитал** является по сути вторым (после труда) условием успешности производственного процесса. Здесь факторным доходом является процентная ставка, под которую капитал может быть сдан в аренду. Невозможно однозначно дать определение данному производственному фактору, поэтому под капиталом подразумевают в большинстве случаев следующее:

- 1) **человеческий капитал**, иными словами, все знания, профессиональные навыки и умения, профессиональный опыт, которым может обладать работник предприятия. Мобильность рабочей силы может иметь как межфирменный, в рамках одной страны, так и международный характер, а также может быть как добровольной, так и вынужденной;
- 2) **материальный капитал** воплощен в зданиях, оборудовании, сырье и иных производственных фондах, которые прямо или косвенно способствуют осуществлению процесса производства;
- 3) **информационный капитал** наиболее важен именно в настоящее время в условиях крайней неопределенности и динамики внешней среды. Посредством рыночной информации орга-

низация получает данные об изменениях спрoсoвых характеристик, что позволяет вовремя подстроить производство и восстановить равновесие.

3. **Земля** сегодня — самый уникальный ресурс, ее предложение ограничено. Если рассматривать землю с точки зрения географической науки, то она есть не что иное, как место, территория, богатая полезными ископаемыми и природными ресурсами. Таким образом, сама полезность земли оценивается исключительно ее способностью к биологическому воспроизводству и пригодностью к осуществлению сельскохозяйственных операций и пр.

4. **Способность к предпринимательству** — очень важный фактор для развития бизнеса. Предприниматель должен обладать определенными навыками, практическими и теоретическими знаниями для того, чтобы наладить производство и организовать коммерческую деятельность. Сегодня все большее значение начинают приобретать новые факторы производства, такие как информация, образование, наука и пр., что позволяет в целом говорить об экономическом прогрессе.

3. Взаимозаменяемость ресурсов

Практическое значение производственной функции состоит в том, что она показывает возможные и наиболее вероятностно-оптимальные комбинации факторов производства и материальных ресурсов, которые могут быть использованы в процессе хозяйственной деятельности организации. Как правило, за основу берутся два основных фактора производства, которыми являются труд и капитал. Таким образом, определяются самые рациональные величины использования этих ресурсов, благодаря чему организация может реально сэкономить на производстве и повысить его эффективность. Коммерческая фирма, как известно, всегда стремится к максимизации прибыли, поэтому для нее наиболее оптимальной считается комбинация с минимальными издержками.

Рассмотренная теория имеет практическое обоснование посредством построения определенной линии, называемой

изоквантой. Изокванта представляет собой геометрическое место точек, характеризующих ресурсное равновесие. Эта кривая показывает различные соотношения затрат двух факторов производства, которые ведут к одинаковому объему выпуска продукции. Каждая изокванта характеризует определенную величину результативности производства. Если наложить изокванту на плоскость, то она будет напоминать кривую потребительского спроса: она также является выпуклой по отношению к центру системы координат и характеризует обратную зависимость между рассматриваемыми осями, в данном случае К(капитал) и L(труд). Если, к примеру, взять все возможные изокванты, отобранные в результате процесса комбинирования факторов производства, и наложить их на одну плоскость, то получится карта изоквант.

Изокванты обладают следующими свойствами:

- 1) все изокванты параллельны друг другу, они никогда не пересекаются и каждая из них самостоятельна, их место на плоскости определяет величину объемов выпускаемой продукции, что может быть выражено следующей зависимостью: чем дальше изокванта расположена от начала координат, тем больше масштаб производства и его результаты;
- 2) изокванта — это график, имеющий отрицательный наклон, что объясняет отрицательную зависимость величины одного фактора от другого. В соответствии с правилом Парето-эффективности для производства конкретной постоянной величины товаров и услуг при динамике комбинационных вариантов факторов производства необходимо снизить потребление одного фактора, что позволит использовать большее количество другого. Иными словами, согласно принципу Парето-оптимальности, можно сделать главный вывод, который гласит: нельзя использовать в производственном процессе наибольшее количество одного фактора производства (например, труда) без того, чтобы не снизить потребление другого (в данном случае, капитала). Угол наклона изоквант дает возможность определения вероятности замещения одного ресурса другим.

Например, фирма производит определенный объем продукции, затрачивая на это пять единиц капитала и семь единиц труда. В нижней части изокванты потребность в труде начинает сокращаться. Вследствие этого, для поддержания масштаба производства на первоначальном и оптимальном уровне, фирма должна ввести в производственный процесс еще больший объем капитальных ресурсов, что следует из принципа Парето-эффективности;

3) графически изокванты книзу становятся более пологими, поскольку меняется соотношение затрат труда и капитала: использование одного фактора снижается и за счет этого, второй применяется в несколько большем количестве. Если брать во внимание тот факт, что по оси абсцисс (горизонтальная ось плоскости) расположена величина потребляемого капитала, а по оси ординат — труда, то при перемещении вниз затраты труда растут настолько, чтобы заместить каждую ненужную единицу капитала.

4. Отдача от масштаба производства

Производственная функция позволяет определить различные соотношения двух важнейших для производства факторов производства: труда и капитала. Посредством этого организация имеет возможность судить не только о собственном потенциале, но и располагает данными, которые ей позволяют спланировать процесс производства. Если фирма желает изменить первоначальную комбинацию ресурсов, то, соответственно, она должна понимать, какие изменения это вызовет в объемах готовой продукции. **Масштаб производства** представляет собой количество произведенных товаров и услуг при определенных затратах факторов производства. Масштаб производства в широком смысле определяет уровень деятельности организации и направление ее развития и математически может быть выражен посредством составления производственной функции, которая показывает соотношение всех используемых в производстве факторов и ресурсов. Иными словами, так определяется максимальный объем продукции,

который может быть изготовлен из строго ограниченной величины исходного сырья. Масштаб производства может прийти в динамичное состояние в том случае, когда в производство вовлекается больше (или, наоборот, меньше) материальных ресурсов. В зависимости от сути этих изменений определяется величина самого производства и его результатов. Как уже было сказано, если производство основано на применении фактора труда и капитала, производственная функция принимает вид: $Q = (L; K)$.

Для того чтобы показать взаимосвязь динамики выпуска товаров, работ, услуг и изменений в количестве применяемых для этих целей материальных ресурсов, используют понятие **отдачи от масштаба производства**. Отдача представляет собой некий результат, к которому может прийти фирма, по-разному осуществляя свою хозяйственную деятельность. В соответствии с этим экономисты выделяют три возможные ситуации.

1. **Постоянная отдача от масштаба** характеризуется одновременным и пропорциональным изменением факторов производства, вовлекаемых в оборот, и объемами производства. То есть фирма, которая решает расширить производство (может быть, это связано с увеличениями в структуре спроса) и увеличивает его масштаб, скажем, в два раза, соответственно, изготавливает в два раза больший объем товаров, работ, услуг, и ее производственная функция в этом случае записывается следующим образом: $2Q = (2L; 2K)$. Получается, чтобы получить больший объем выпуска, необходимо пропорционально увеличить потребление факторов производства, и во сколько раз оно изменяется, во столько возрастет результат хозяйственной деятельности. При этом предельные затраты или предельные издержки, которые возникают с производством каждой дополнительной единицы продукции, не изменяются и составляют конкретную величину.

2. **Возрастающая отдача от масштаба**. Это, пожалуй, самая идеальная ситуация для фирмы, которая стремится сделать максимальную выручку, при этом не сильно расходуя запасы ресурсов. Такая ситуация может возникнуть главным образом

на узкоспециализированном предприятии, на котором применяются самые совершенные технологии. Принимая решение о расширении масштабов производства, фирма также стремится расширить те области деятельности, которые качественно обеспечивают благоприятные условия для создания продукта или его продвижения на рынок. Например, можно нанять специалиста по дизайну продукции, рекламе или работе с персоналом, маркетолога или специалиста по стратегическому планированию. Кроме того, крупное предприятие применяет современные и дорогостоящие основные производственные фонды (машины и оборудование), которые отличаются наибольшей производительностью, что в результате ведет к производственному росту организации.

3. Уменьшающаяся отдача от масштаба. Такая ситуация может возникнуть в том случае, когда слишком высокими оказываются совокупные затраты фирмы, например рост налоговой ставки, бухгалтерские издержки и пр. Кроме того, для наращивания производства необходимо привлечь дополнительные единицы рабочей силы, что связано с дополнительными расходами на оплату труда, и трансферты. Если организация и без того терпит убытки, такие меры значительно снижают эффективность ее производства.

В настоящее время широкое применение получило такое понятие, как отдача от фактора производства. Иными словами, данный показатель характеризуется динамикой объемов выпуска при соответствующем изменении какого-либо фактора или ресурса. Как следует из закона убывающей предельной производительности, чем больше единиц фактора вовлекается в хозяйственный оборот, тем меньше предельная производительность его каждой дополнительной единицы и выпуск готовой продукции.

5. Понятие износа основных производственных фондов

Любая фирма или организация в процессе своей деятельности имеет не только полезный результат в виде прибыли, но

и несет определенную долю издержек, т. е. затрат, необходимых для осуществления деятельности в соответствии со специализацией. Наибольшую часть всех расходов фирмы или предприятия составляют затраты на факторы производства (труд, капитал, земля, предпринимательство, информация и пр.), сырье и материалы (основные и вспомогательные), а также на приобретение и использование основных производственных фондов.

Основные фонды предприятия (ОПФ) представлены материальным капиталом, который воплощен в зданиях, различных сооружениях (мосты, тоннели), машинах и оборудовании и других производственно-полезных средств труда. Основные фонды имеют длительные сроки службы, как правило, они исчисляются несколькими годами, а если это здания и строительные сооружения — то десятилетиями. Этот тип ресурсов не расходуется за один цикл производства, а служит в течение длительного времени и, как следствие, подвергается износу (поломка, устаревание и пр.).

Оборотные фонды представляет собой тип капитала, который заключен в сырье (материальный капитал), денежных средствах (финансовый капитал), рабочей силе (трудовой капитал). Иными словами, это ресурсы, которые являются предметом труда, они способствуют осуществлению процесса производства, создают благоприятные условия для изготовления товаров и услуг путем ввода их в оборот. Например, материалы и сырье — это первичный источник готовой продукции, смазочные масла — необходимый продукт для непрерывной работы оборудования. В целом оборотные фонды применяются и полностью расходуются в одном производственном цикле, соответственно, они переносят свою стоимость на произведенный продукт целиком и сразу.

Износ — это процесс утраты основными производственными фондами первоначальной полезности и стоимости. В зависимости от степени воздействия и причины непригодности основных фондов выделяют два вида износов ОПФ.

1. **Физический износ** может быть представлен как потеря первоначальных полезных свойств теми основными производ-

ственными фондами, которые интенсивно используются в производственном процессе в зависимости от рациональности такого использования. Иными словами, в течение длительного или нерационального использования основные фонды имеют склонность изнашиваться, т. е. далее уже не могут быть использованы в производственном процессе и должны быть заменены. **Физический износ** можно также представить как процесс ухудшения технико-экономических характеристик основных фондов, который происходит под воздействием трудового процесса, природных сил (например, коррозия металла) или вследствие их неиспользования. **Физический износ первой степени напрямую** связан с темпами и объемами производства и рассчитывается как переменные издержки. Регулярное использование ОПФ в процессе производства со временем делает их малополезными. Этот тип износа — неизбежное явление, рано или поздно фирма вынуждена приобретать новое оборудование вследствие непригодности прежнего. **Физический износ второй степени** определяет степень разрушения тех производственных фондов, которые по какой-либо причине не были введены в производство (т. е. вследствие простаивания оборудования) либо использовались крайне нерационально. Получается, что данный тип износа характеризует суть производственного процесса, показывает степень его эффективности, рациональности и никак не связан с длительностью сроков использования. Это так называемые постоянные издержки фирмы, которые имеют отрицательную отдачу.

2. **Моральный износ** — определяется как снижение стоимости ОПФ, не связанное с окончанием срока службы. Такая ситуация может возникнуть по следующим причинам:

- 1) вследствие появления современных производительных и экономичных станков и машин, например, в процессе освоения продуктов НТП. С появлением новых технологий прежние средства труда утрачивают свою полезность и выходят из оборота, они просто не могут составить им конкуренцию. Если говорить о результатах, то, с одной стороны, это ведет к повышению эффективности производ-

ства в целом, а с другой стороны, вызывает рост издержек, что связано со списанием прежнего оборудования до конца срока его эксплуатации;

2) снижение цен на рынке факторов производства. Например, если на рынке недвижимости происходит падение потребительского спроса, это вызывает снижение относительной цены жилья. В этом случае строительным организациям и застройщикам оказывается крайне нерентабельно осуществлять строительство и вкладывать в этот процесс огромный капитал. В то же время оборудование, в данном случае — подъемные краны, утрачивают свои полезные свойства. Таким образом, моральный износ, как и физический износ второй степени, следует относить к постоянным издержкам, поскольку он также не зависит от объемов выпускаемой продукции.

6. Амортизация на предприятии

Как было сказано ранее, основные производственные фонды в процессе их участия в производственном процессе со временем утрачивают свои изначальные полезные свойства. Это происходит по ряду причин, но в любом случае говорит о том, что необходима замена прежнего оборудования новым, технологически более совершенным. Для того чтобы издержки, когда-то осуществленные на закупку основных фондов, не оказались безвозвратными, изначальная стоимость оборудования постепенно окупается посредством амортизации.

Амортизация — это процесс постоянного перенесения стоимости основными производственными фондами на вновь изготовленный продукт. Вырученные таким образом денежные средства идут на накопление капитала для осуществления будущих закупок.

Амортизация, с одной стороны, характеризует величину износа независимо от его типа, а с другой — определяет сумму денежных отчислений на покрытие этого износа или объем

амортизационного фонда. Методов начисления амортизации насчитывается множество, но каждая фирма в соответствии с законодательством выбирает свой, на основе данных о прибыльности и производственных характеристик. Линейный способ, наиболее простой, представляет собой равномерное перенесение стоимости капитального актива на весь комплекс затрат на протяжении всего срока эксплуатации. Годовая амортизация определяется по формуле:

$$A_{г} = \Phi_{б} / T_{сл},$$

где $\Phi_{б}$ — балансовая стоимость основных фондов;

$T_{сл}$ — их общий срок службы.

Данный метод применяется для начисления амортизации по зданиям, сооружениям, передаточным устройствам, непромышленному оборудованию (лабораторные измерительные приборы и пр.). Несмотря на удобство и простоту расчетов, линейный метод не всегда удобен в применении. Например, оборудование может находиться в обороте не весь срок службы, в связи с чем случаются его простои. Поэтому невозможно равномерно списывать его стоимость при неравномерном использовании.

Образование фонда амортизации является добровольным решением самих предприятий, однако государство все же регулирует данный процесс, самостоятельно устанавливая нормы амортизации. Это связано с тем, что от них напрямую зависит величина налога на прибыль, который очень важен для государственного бюджета (любой налог — доход государства). В принципе сам износ оказывается практически нереально достоверно исчислить, поэтому фирма или предприятие, завывсив норму амортизации в документах, соответственно, получает прибыль несоизмеримо меньшую с ее издержками. Таким способом предприниматель пытается уклониться от налогового бремени. В соответствии с этим государство оказывается явно заинтересованным в установлении границ амортизации, за пределы которых ни одна организация выйти не может. Это позволит

отрегулировать систему налоговых выплат и ограничить произвол «частников». Норма амортизации может быть выведена из предыдущей формулы:

$$НА = (A_r / \Phi_0) \times 100\%.$$

Заниженные нормы замедляют процесс замены средств производства, а завышенные, наоборот, сопровождаются ростом производительности и эффективности труда, регулярностью технологических разработок и нововведений и, как следствие, ростом затрат. Таким образом, любая фирма рано или поздно сталкивается с проблемой установления наиболее оптимальной величины нормы амортизации.

ЛЕКЦИЯ № 7. Рынок труда и его характеристики

1. Понятие труда и рабочей силы

Труд — это важнейшая качественная характеристика любого производственного процесса. От качества труда зависит качество произведенной продукции и спрос на нее. Это особенно важно, когда фирма ведет неценовую конкурентную борьбу.

Рабочая сила определяется как специфический товар, который непосредственно служит первоисточником производства товаров и услуг, поскольку способствует наилучшей организации ведения хозяйственной деятельности. Количество рабочей силы определяют такие понятия как занятость и безработица, и именно они характеризуют экономическую ситуацию в стране. **Рабочая сила** — это люди, вовлеченные в производство, с одной стороны, и совокупность способностей человека — с другой. Качество товара «рабочая сила» показывает степень эффективности рыночной экономики, насколько она конкурентна в этом отношении. С одной стороны, рабочая сила — это количественная характеристика трудового потенциала фирмы или предприятия, т. е. число людей определенного возраста и уровня образования и квалификации. С другой стороны, рабочая сила представлена комплексом всех способностей и навыков рабочего, которые он применяет для осуществления своей деятельности. Получается, что для принадлежности к определенной сфере или роду деятельности, человек должен как минимум обладать опытом, профессионализмом и определенными теоретическими знаниями.

Рабочая сила является элементом рынка труда, где становится объектом спроса со стороны предпринимателей, фирм, госу-

дарства, желающих осуществить дополнительный найм работников, и предложения, которое исходит от домашних хозяйств, индивидов, фирм-посредников и иных экономических субъектов. Биржа труда, решающая проблемы занятости и трудоустройства, является одной из разновидностей трудового рынка. Она содействует более рациональному и эффективному распределению рабочей силы по секторам экономики, поскольку делает это исключительно на основе трудовых характеристик самих работников.

Можно выделить следующие условия возникновения товара «рабочая сила»:

- 1) работник или любой экономически активный субъект должен обладать юридической свободой, правом распоряжаться своими знаниями, умениями и способностями, а также использовать имеющиеся возможности;
- 2) субъект труда должен сам быть лишен тех продуктов, средств труда или факторов, которые могут быть им получены в результате продажи собственного труда.

Рабочая сила обладает следующими качествами.

1. Работник, осуществляющий трудовые усилия, + знания, опыт, квалификация, образование = доход. Иными словами, рабочая сила в совокупности с собственником труда является неделимым целым и в результате приносит ему факторный доход в виде заработной платы.

2. Если труд работника долгое время не реализуется, то его эффективность со временем снижается. Трудовые способности — это навык ведения какой-либо деятельности. Со временем теоретические установки могут быть забыты, образование тоже утрачивает свою силу, и опыт пропадает. Для того чтобы эти характеристики не были утеряны, а могли приумножаться, работник должен регулярно пользоваться ими, в том числе пополнять знания за счет практических достижений.

Таким образом, в любой стране важной проблемой является повышение занятости трудовых ресурсов. Для этого государство как высший орган власти инвестирует, субсидирует и поощряет трудовую деятельность.

2. Рынок труда: его особенности и основные виды

Рынок труда представляет собой систему экономических отношений, которая возникает на договорной основе между предпринимателем, желающим увеличить штат служащих, и работником, который ищет работу и готов к ней приступить. В качестве основных элементов трудового рынка выступают извечные экономические категории спроса и предложения на товар под названием «рабочая сила». Кроме того, сюда включаются и сам тип конкуренции, и стоимость оплаты единицы труда (оклад + премии и надбавки), которые формируются на основании квалификационного разряда работника. Когда человек ищет работу, он обращается за информацией на рынок труда. Посредством этого он узнает, какие вакансии и специальности нуждаются в пополнении, какова заработная плата за выполнение определенной работы, соотносит полученные данные с собственными возможностями и желаниями и осуществляет свой выбор. Соответственно, рабочая сила является объектом рынка труда, который может быть охарактеризован следующим образом:

- 1) сам человек не является объектом купли-продажи, как это было в эпоху рабовладения. Индивид и его свобода юридически защищены, поэтому продаже подлежит только то, что человек может предложить работодателю, а именно: усердие, работоспособность, опыт, квалификацию, творческий потенциал и пр. Кроме того, сделка найма на работу осуществляется исключительно на добровольной договорной основе так, чтобы обе стороны остались довольны;
- 2) рабочие способности человека не могут быть отделены от него, поэтому они являются основным источником получения дохода или заработной платы. За определенный объем выполненной работы в соответствии с условиями договора работник получает заработную плату, оклад. В случае, если трудовая деятельность имела высокие качественные характеристики или результаты, существует премиальная система в виде дополнительного заработка-вознаграждения, что еще больше стимулирует индивида к достижению цели;
- 3) простой труда или его неиспользование в течение какого-либо времени неизбежно ведет к утрате полезных харак-

теристик. Например, работник, имеющий высшее образование, достаточно высокую квалификацию и опыт работы, но долгое время не работающий по своей специальности, теряет профессиональный навык и свои качественные характеристики. Поэтому, когда он возвращается к прежнему труду, то начинает по-новому приспосабливаться к его условиям и требованиям.

Спрос на трудовом рынке предъявляется со стороны тех организаций, фирм, государства, а иногда и сектора «заграница», которые нуждаются в пополнении штата служащих и готовы нанять за определенную плату определенное число рабочих. Предложение обеспечивается за счет того, что индивиды, фирмы-посредники, домашние хозяйства желают продать свои трудовые навыки и получить за это, по их мнению, справедливую денежную сумму. Не обязательно, что спрос всегда совпадает с предложением, но если такая ситуация возникает, наступает равновесие, т. е. ситуация, когда желание работодателей привлечь к деятельности новых сотрудников полностью компенсируется потребностью людей найти место работы. В результате формируется равновесная номинальная заработная плата. Однако для самих работников наиболее важна именно реальная ее величина, поскольку цены крайне динамичны и стоимость потребительской корзины регулярно меняется.

Зависимость трудового спроса от минимальной величины оплаты труда может быть выражена обратной связью, т. е. чем больше растет номинальная заработная плата, тем меньшему числу работников предприниматель решает предоставить рабочее место. Срабатывает закон убывающей предельной производительности. Иными словами, чем большая величина рабочей силы вовлекается в производство или иной вид деятельности, тем меньше становится полезность или производительность каждой дополнительно привлеченной единицы труда. Для организации наиболее рациональным является решение вопроса о численности и структуре работников, в соответствии с чем ее расширение будет производиться до тех пор, пока результат деятельности отдельно взятого работника будет полностью удовлетворять потребностям фирмы.

По-другому представлена кривая предложения на рынке, тут наблюдается обратная зависимость между количеством труда и его оплатой. Первоначально возникает эффект замещения, т. е. по мере роста ставки оплаты труда число желающих найти работу и применение своим трудовым способностям растет, поскольку большинство работников все же мотивирует высокий заработок. Однако при достижении определенного уровня дохода спрос на труд начинает сокращаться, поскольку фирмы не могут допустить увеличения постоянных издержек. Труд перестает быть приоритетным и замещается досугом, следовательно, возникает эффект дохода.

Таким образом, можно выделить следующие факторы, которые качественно влияют на величину и структуру предложения.

1. **Общая численность населения** данной территориальной единицы в какой-то степени отражает структуру экономически активной рабочей силы, а именно: занятость и безработицу. Чем больше, данный показатель, тем выше вероятность того, что предложение будет составлять большую величину и являться дифференцированным по направлению и роду деятельности.

2. **Доля трудоспособного населения** непосредственно является определяющим показателем при исчислении общего объема трудовых ресурсов, которые могут полностью или максимально удовлетворить потребности работодателей.

3. **Продолжительность рабочего дня и условия труда** влияют на осуществление выбора работника. Он автоматически пытается найти такое место, где для него были бы созданы все необходимые условия.

4. **Мобильность трудовых ресурсов** определяется тем, что рабочая сила может свободно перемещаться в пределах рынка труда. Мобильность подразумевает и переманивание кадров из одной организации в другую с предоставлением условий труда и его оплаты, что определяется общим понятием «утечка кадров».

Рынок труда является необходимой частью рыночной экономики и в широком смысле слова — совокупным рынком, который описывает величины совокупного спроса (организа-

ции или государство, принимающие решение о дополнительном найме сотрудников) и совокупного предложения (желающие найти работу и немедленно приступить к ней).

Если рассматривать рынок в более узком понятии в статичном состоянии, то он представляет собой место совершения текущих сделок между работодателями и в соответствии с количеством имеющихся на данный момент вакансиями. Текущий рынок труда может быть поделен на две части, или два типа. **Открытый рынок** характеризуется тем, что предложение охватывает тех экономических субъектов, которые сами или через посредников ищут работу, т. е. нуждаются в переподготовке или переориентации. Спрос в данном случае представлен всеми вакансиями и свободными рабочими местами. **Скрытый рынок труда**, помимо экономических субъектов открытого, включает и тех работников, которые на данный момент заняты в производстве, хозяйственной или иной деятельности, но в любое время могут быть освобождены от своих обязанностей без ущерба для организации. Иными словами, в будущем — это потенциальные безработные люди, которые впоследствии попадут в списки открытого рынка.

Важно заметить, что каждая отдельно взятая страна в соответствии со своими национальными, экономическими и технологическими особенностями формирует свой рынок труда.

Существуют такие страны, которые ориентированы как на внутренний, так и на внешний рынок труда, т. е. они практикуют привлечение к деятельности иностранцев, которые имеют на территории страны сферу экономических интересов. В то же время сегодня для России характерно то, что высококвалифицированные специалисты предпочитают переехать в страну с более развитой рыночной экономикой для участия в производстве ее ВВП (валовой внутренний продукт) на более выгодных условиях работы и оплаты труда. Поэтому важной задачей рынка труда любого уровня (международного, федерального, регионального или местного) является создание привлекательных рабочих мест, чтобы не просто существовал спрос на рабочую силу, а чтобы он удовлетворялся желанием экономических субъектов осуществлять тот или иной вид трудовой деятельности.

3. Государственная политика на рынке труда

Рынок труда подобно любому другому развивается на основе динамики спроса и предложения. Человек всегда имеет потребность в осуществлении трудовой деятельности: он стремится удовлетворить свои первичные биологические желания и найти свое место в системе хозяйственных отношений. Зачастую человеком движет потребность в самореализации, признании и уважении, в этом случае он ставит своей целью профессиональный рост.

Таким образом, все экономические субъекты, которые по самым различным причинам стремятся найти место работы для обеспечения собственных потребностей, составляют величину предложения труда. Они продают свои навыки, умения, знания, опыт и другие профессиональные способности и получают за это заработную плату, которая включает в себя не только оклад по тарифной ставке, но и систему премиальных и иных доплат. Спрос на рынке труда обеспечивается потребностями организаций, государства и иных лиц в приобретении дополнительных трудовых единиц в лице рабочих.

Государственная политика представляет собой совокупность мер, оказывающих самое непосредственное влияние на социально-экономическую структуру и состояние общества в целом и каждого отдельно взятого индивида. Такое влияние может иметь как активный, так и пассивный характер. **Активная государственная политика** есть не что иное, как комплекс правовых, экономических и трудовых норм, посредством которых происходит регулирование трудовых отношений между работодателем и наемными работниками. Данный тип политики позволяет повысить конкурентоспособность экономического субъекта в борьбе за лучшие трудовые места на рынке посредством создания системы профессиональной подготовки, переподготовки, переобучения и повышения квалификации. Высокая динамичность внешней среды требует постоянной корректировки трудовых отношений. Работник в соответствии с новыми сложившимися условиями и требованиями рынка должен совершенствовать свои профессиональные возможности и трудовые навыки. Пассивная полити-

ка основана на предположении, что каждый трудоспособный человек должен самостоятельно без чьей-то помощи зарабатывать средства для существования. Государству в этом случае отводится лишь роль посредника между работниками и работодателями, оно призвано обеспечить в стране соответствующий уровень занятости, чтобы спрос максимально совпадал с величиной предложения.

Таким образом, можно выделить основные цели, которые преследует государство, проводя тот или иной тип политики на рынке труда.

1. Вовлечение безработных в трудовой процесс должно занимать небольшое количество времени. Как только какое-либо рабочее место освобождается, на рынок поступает сигнал об изменении структуры спроса, что само по себе стимулирует работников предложить свои услуги. Это возможно благодаря существованию на рынке государственной биржи труда, которая контролирует этот процесс и автоматически направляет индивида на имеющиеся вакансии.

2. Государство должно обеспечить равенство всех субъектов, каждый, кто ищет работу, должен ее получить. Если на рынке нет необходимых мест или нужды в определенной специальности, государство может самостоятельно досоздать рабочие места, чтобы максимально выровнять уровень занятости и сократить число безработных.

Сегодня государственная трудовая политика направлена на решение насущных проблем экономико-социальной жизни страны. Прерогативой государства является социальная поддержка населения. Регулирование показателя занятости не только способствует наиболее эффективному распределению рабочей силы в экономике, но и повышению общего уровня жизни вследствие предоставления возможности заработка тем лицам, которые к этому стремятся. Кроме того, проведение политики на рынке труда способствует лучшему его правовому обеспечению и гибкости посредством регулирования равновесия спроса и предложения, занятости и безработицы. Таким образом, рынок получает способность наиболее быстро реагировать на любые изменения внешней среды или одного из элементов рыночного механизма.

Одним из наиболее эффективных методов проведения политики, стимулирующей предложения труда, является система налогообложения, от ставки которой напрямую зависят уровень дохода индивида и его желание осуществлять общественно полезный труд.

4. Занятость: ее принципы и виды

Занятость является очень важной экономической категорией. Она показывает степень распределения рабочей силы в экономике и уровень жизни в среднем по стране. Данный показатель можно изучать с точки зрения двух подходов: теоретического и практического. Теоретическая занятость представляет собой совокупность работ и трудовых затрат, которые осуществляет работник ради удовлетворения личных и общественных потребностей и получения за это заработной платы. Практическая занятость в свою очередь характеризует соотношение в величинах трудоспособного населения и общего уровня занятых, что позволяет в целом оценить использование трудового потенциала общества и проанализировать современную ситуацию на рынке труда.

К занятым относятся лица обоего пола в возрасте от 16 лет и старше, которые в данный момент выполняли работу по найму за вознаграждение, временно отсутствовали на работе вследствие болезни, отпуска, командировки или выполняли работу на семейном предприятии.

Основными принципами формирования и обеспечения определенного уровня занятости являются следующие.

1. Добровольность труда. Каждый трудоспособный субъект, который обладает всеми необходимыми трудовыми качествами, имеет право свободно распоряжаться своими возможностями и способностями к тому или иному роду деятельности. Кроме того, он может самостоятельно выбрать именно то место работы, которое его полностью устраивает или наиболее подходит по опыту работы, уровню квалификации и образованию. Каждый человек может действовать таким образом, чтобы реализовать себя в жизни, проявить свои навыки, умение или творческое начало.

Очень часто бывает так, что человек и не подозревает о своих потенциальных возможностях и работает «не на своем месте», поэтому не получает абсолютно никакого удовлетворения от своего труда. Экономический субъект, устраиваясь на определенную должность должен прежде всего руководствоваться своими предпочтениями, желаниями и способностями. Чем больше работа будет по душе, тем выше будет производительность труда и удовлетворение.

2. **Ответственность государство** за создание условий для реализации прав граждан на осуществление трудовой деятельности. Трудовое законодательство в первую очередь имеет своей целью предоставление гарантий трудовых прав и свобод субъекта, обеспечение максимально благоприятных условий для протекания трудового процесса, а также защиту интересов как трудящихся, так и самих работодателей. Таким образом, государство должно всячески содействовать и стимулировать индивида к приобретению профессии и карьерному росту.

Практическая сущность оценки трудоспособного населения требует деления занятости на три основных вида:

1) **полная занятость** может быть описана как состояние экономики, когда уровень вовлечения всего трудоспособного населения в производство и иные сферы деятельности максимален. С одной стороны это хорошо, поскольку исключает наличие безработных, а с другой — наносит ущерб не менее важным сторонам жизни человека: здоровью, воспитанию детей и пр. Состояние полной занятости ресурсов, в том числе и трудовых, было описано сторонниками классической школы. Они полагали, что такая ситуация возможна исключительно в долгосрочном периоде, когда цены крайне подвижны, а номинальная заработная плата без учета реальной покупательной способности и стоимости потребительской корзины фиксирована. Однако сами работники реагируют на изменение только реальной заработной платы с учетом динамики цен. А поскольку в долгосрочном релевантном периоде она является постоянной величиной, то трудящиеся сокращают предложение труда. Это вызывает изменения в спросе и способствует восстановле-

нию соответствия между величиной оплаты труда и общим уровнем цен, что уравнивает спрос и предложение и стабилизирует ситуацию на трудовом рынке;

2) **эффективная занятость** представляет собой часть полной занятости, которая обеспечивает достойный доход, здоровье работника, его профессиональный карьерный рост и пр., т. е. способствует улучшению общего уровня жизни и росту общественного благосостояния;

3) **социально-полезная занятость** представлена количеством трудоспособных лиц, занятых общественно полезной деятельностью, находящихся на военной службе или обучающихся на заочном отделении высшего учебного заведения или занимающихся домохозяйством.

5. Понятие безработицы, ее виды

Понятие безработицы является важнейшей характеристикой рынка труда, поскольку позволяет анализировать динамику и распределение трудового фактора, а также проследить изменения в равновесии спроса на рабочую силу и предложения трудовых услуг.

Безработица — экономическая категория, которая является составляющим элементом экономически активного населения страны и определяет общую величину трудоспособных лиц, которые по каким-либо причинам не смогли найти применение своим трудовым способностям. Безработными принято считать тех людей, которые хотят работать, но пока не относятся к занятым в производстве или иной сфере деятельности. В состав безработных входят также граждане, которые в настоящее время находятся на обучении по направлению служб занятости, студенты и пенсионеры, которые активно занимаются поисками работы и готовы в любой момент к ней приступить. Однако к безработным не относятся иждивенцы и те граждане, которые абсолютно не хотят работать. Они тем самым наносят большой урон трудовому потенциалу страны, поэтому не могут быть включены в состав рабочей силы.

Безработица и ее норма рассчитываются как для отдельной страны, так и для региона, области, города, т. е. любого населенного пункта. Данные о безработице рассчитываются по отдельным категориям: возрасту, полу, семейному положению, уровню образования и профессиональной принадлежности. Для того чтобы определить степень влияния безработицы на экономическую и хозяйственную жизнь страны, применяют такой показатель, как норма безработицы. **Норма безработицы** определяется как отношение общего числа безработных на данной территории в определенный временной промежуток к абсолютной численности экономически активного населения.

Каждая страна в соответствии с ее национальными и иными особенностями имеет собственную структуру и особенности безработицы, но в целом она может возникнуть вследствие проявления определенных факторов:

- 1) колебания спроса и предложения рабочей силы: число желающих работать превышает количество свободных мест, то рынок труда самостоятельно не может восстановить равновесие. В результате — безработица, которая отражает дисбаланс в формировании и распределении трудовых ресурсов;
- 2) экономические циклы, например сезонный цикл. Как известно, полевые работы сельскохозяйственной отрасли экономики приходятся главным образом на лето и осень. Соответственно, занятость достигает своего максимального значения. В остальное время года сезонные работники вынуждены искать другое применение своим трудовым способностям, что сделать крайне тяжело, так как рынок может быть полностью укомплектован;
- 3) технологические нововведения требуют новых знаний и навыков у рабочих, которые они могут приобрести только вследствие специального курса обучения;
- 4) нечестные методы конкурентной борьбы, т. е. несовершенная конкуренция, а также невысокая мобильность трудовых ресурсов;

5) стремление предприятий, желающих минимизировать издержки производства, избавиться от лишней рабочей силы и сократить штат служащих.

Можно выделить несколько основных видов безработицы:

1) **фрикционная** (естественная, добровольная). Характеризуется тем, что субъекты, которые ранее были заняты какой-либо деятельностью, вследствие неудовлетворенности ее условиями в настоящий момент не включены в состав рабочей силы. Например, они могут менять место работы;

2) **структурная**. Может быть вызвана коренными переворотами в экономике, какими-либо ее структурными изменениями, например, появлением новых отраслей специализации, когда прежние теряют свой вес в производстве ВВП. В результате работники таких предприятий фактически оказываются без работы. Изменения могут касаться технологических разработок, когда на смену старой организации производственной деятельности приходят новые, более совершенные и эффективные. В этом случае персонал оказывается неподготовленным (как теоретически, так и практически) к изменениям и приходится тратить дополнительное время на переобучение, либо поиск новой работы;

3) **циклическая**. Имеет место в кризисной экономике, когда невозможно обеспечить все экономически активное население рабочими местами. Такая ситуация может возникнуть, например, в связи с инфляцией, макроэкономической нестабильностью или падением объемов производства;

4) **скрытая**. Существуют случаи, когда индивид числится по трудовой книжке в составе рабочей силы конкретной организации или предприятия, но фактически не работает, не выполняет свои служебные обязанности и не получает заработную плату. Скрытая безработица опасна тем, что просто числящиеся в организации люди совсем не участвуют в производстве товаров и услуг и создании ВВП, тем самым подрывая экономику.

6. Заработная плата: сущность, принципы формирования, регулирование

Заработная плата — это факторный доход товара «рабочая сила», он определяет результативность затраченного труда и зачастую выступает в роли мотиватора рабочего к достижению более высокого результата. Оклад фактически составляет материальную основу существования человека.

Величина заработной платы или заработка (оклад + премии + социальные льготы и материальная помощь) зависит непосредственно от некоторых факторов:

- 1) **квалификационная степень и качество образования** персонала играет важную роль при начислении оклада (постоянная часть заработной платы) и выборе определенной тарифной ставки;
- 2) **стаж работника**. Он определяется длительностью срока службы работника на определенном рабочем месте. Стаж является составной частью разряда, как и образование (высшее, среднее, среднеспециальное и пр.). Эти показатели находятся в прямой зависимости;
- 3) **длина трудового дня**. Сейчас оптимальным трудовым временем, в течение которого может осуществляться общественно полезный труд, считается восемь часов. Организации или предприятия, которые практикуют 12-часовой рабочей день, учитывают это при расчете заработной платы. В связи с этим хорошо оплачиваемой является работа, связанная с вахтовым способом несения службы, и командировки;
- 4) **демографические характеристики трудящегося** являются определяющим фактором при приеме на работу. Самыми востребованными считаются молодые, творческие, способные брать ответственность и инициативу в свои руки личности;
- 5) **национальные и культурные особенности**. Несмотря на то, что национальная и иные виды дискриминации запрещены, некоторые организации устанавливают строгие рамки, в пределах которых осуществляется плановый набор персонала;

б) **географический и территориальный фактор.** Регионы с холодным климатом и неустойчивыми погодными и природными условиями (например, север, тайга и пр.) не столь привлекательны в отношении работы, как центральные части страны. Поэтому здесь средняя заработная плата в целом выше, она как бы компенсирует все существующие неудобства;

7) **развитость рынка труда и степень общего экономического развития страны.** Чем выше величина предложения на рынке труда, тем ниже оплачивается единица труда, и чем выше спрос, т. е. чем больше организации нуждаются в дополнительном найме рабочей силы, тем выше устанавливается уровень заработной платы.

В зависимости от способа начисления заработной платы, выделяют две ее основные формы.

1. **Повременная заработная плата** начисляется за определенный промежуток отработанного времени независимо от количественных и качественных показателей труда. Величина оплаты труда находится в зависимости от принципов и требований, которым должен следовать работник в процессе осуществления своей трудовой деятельности.

$$\text{Заработок} = \text{ТС} \times t,$$

где ТС — величина тарифной ставки;

t — количество часов, отработанных одним работником.

Таким способом рассчитывается заработок персонала, всех категорий работников, кроме рабочих, которые в течение положенного в месяц рабочего времени находились непосредственно на своих рабочих местах. Повременная форма заработной платы удобна для тех предприятий, которые специализируются на дифференцированной системе работ, важной задачей ставят решение проблем качества результатов трудовой деятельности, а не количества. В то же время при такой форме необходимо осуществлять строгий контроль над величиной отработанного времени, что необходимо для определения заработной платы персонала.

2. При **сдельной форме** заработная плата начисляется в соответствии с объемом выполненных работ. Данный способ опре-

деления величины заработной платы удобен для предприятий, ориентированных на массовое производство, для которых определяющим фактором является исключительно количество выпускаемой продукции. Важной проблемой такого производства является то, что в погоне за количеством организация постепенно начинает терять качество производства. Если данная схема все же применяется, то для эффективности, должна иметь следующие характеристики: четкое определение нужных количественных показателей результатов труда, наличие возможностей для непредвиденного расширения производства, а также осуществление строгого контроля над выпуском и качеством товаров и услуг. Сдельная заработная плата определяется непосредственно тарифными ставками и величиной окладов в соответствии с трудовыми договорами и нормами труда.

Существует два вида заработной платы:

1. **Номинальная заработная плата** — это денежная сумма, которую получает работник за свой труд. Она представлена в денежном выражении и не отражает реальную покупательную способность, поскольку не учитывает темпы инфляции и возможность приобретения определенного набора благ. Соответственно, по ней нельзя судить о доходности гражданина и благосостояния страны в целом. Для этих целей рассчитывается реальная заработная плата.

2. **Реальная заработная плата** — это товарная характеристика оплаты труда, т. е. она включает набор благ, который трудящийся может приобрести на полученную им номинальную заработную плату при данном уровне цен на определенный момент времени. Она находится в прямой зависимости от номинальной заработной платы и в обратной — от цен на товары и услуги. Динамика номинальной и реальной заработной платы не всегда совпадает, поскольку в краткосрочном периоде номинальная величина практически неизменна, а реальная вследствие непостоянства цен — крайне изменчива. Тот случай, когда цены растут более быстрыми темпами, чем заработная плата, говорит о том, что ее номинальная величина отстает и не соответствует реальной. Если говорить о длительном промежутке времени, то зависимость наблюдается обрат-

ная: номинальная величина динамичная, а реальная — более жесткая.

Заработная плата в пределах страны должна постоянно реформироваться. Она должна отвечать хотя бы минимальным потребностям трудящегося и соответствовать уровню цен, установленному на данный момент времени. Такие действия государства позволят сохранить экономическое благосостояние населения и поднять его заинтересованность в труде.

7. Тарифная система

Заработная плата является необходимым условием обеспечения работника и его семьи, а также фактором, стимулирующим более высокие производственные результаты. Важно, что система оплаты труда не может быть построена на принципе полного равенства, ведь каждый работник имеет собственные трудовые качества и индивидуальный результат. Согласно этому трудящийся должен получать в качестве заработной платы именно ту денежную сумму, которая реально соответствует затраченным трудовым усилиям, условиям организации трудовой деятельности и трудовому результату.

В условиях современной рыночной экономики предприятия, находящиеся в частной собственности, сами решают все проблемы структуры и организации производственной, хозяйственной и финансовой деятельности, систем нормирования и оплаты труда. Так, например, общепринятым является использование специальной тарифной системы, которая посредством совокупности градированных тарифов позволяет установить величину заработной платы и ее структуры по отношению к конкретному работнику.

Таким образом, **тарифная система оплаты труда** представляет собой целый комплекс взаимосвязанных правил и норм, что в совокупности обеспечивает осуществление дифференциации, начисления и регулирования величины заработной платы по каждой отдельно взятой группе и категории работников. Кроме того, необходимо учитывать всю степень сложности организации и протекания трудового процесса, а также такие важнейшие трудовые характеристики работника как, уровень образования,

производственная степень квалификации, опыт, стаж. Данная система оценки трудовых затрат при различных экономических условиях дает возможность обеспечения единства трудовой меры, оплаты единицы трудовых усилий, однородность заработной платы за абсолютно одинаковую величину результата труда. Данный метод тарификации оплаты труда способствует созданию дифференциации основной части заработной платы, которой является оклад, на основании данных, характеризующих структуру, качество и результат трудовой деятельности.

С экономической и финансовой точки зрения тарифная система есть совокупность взаимосвязанных элементов, которая гарантирует выполнение всех функций системы в целом.

1. **Тарифная сетка** — комплекс существующих на данном предприятии или в рамках конкретной организации квалификационных разрядов, каждый из которых имеет собственный тарифный коэффициент. Посредством данных показателей определяются ставки заработной платы, что в целом позволяет выявить функцию прямой зависимости величины оплаты труда от квалификационного уровня работника.

2. Для того чтобы определить оптимальный уровень оплаты труда в единицу затраченного времени (час, день, месяц) на предприятии (или в фирме), используются **тарифные ставки** и оклады в их денежном выражении. Каждая ставка соотносится с определенным разрядом трудовой квалификации, что позволяет обеспечивать строгое соответствие и контроль в системе организации заработной платы.

При определении тарифных ставок и окладов и формировании на предприятии система оплаты труда должна учитывать следующее:

- 1) заработная плата обязательно должна быть дифференцирована в зависимости от квалификационного разряда работника, условий его деятельности, а также сложности и результативности трудовых усилий;
- 2) персонал должен быть заинтересован (материально или нет) в осуществлении того или иного вида работ, поэтому для руководителей и менеджеров крайне важной задачей является решение проблемы мотивации. Иными словами,

организация всегда стремится к максимальному воспроизводству рабочей силы;

3) на предприятии должны быть созданы все необходимые условия для применения прогрессивных систем оплаты труда, т. е. она должна расти параллельно с ростом степени сложности или результативности трудового процесса. Важно поддерживать принцип «равному труду — равная оплата»;

4) работники с высокими трудовыми способностями, творческим потенциалом, инициативностью должны выделяться по уровню заработной платы.

3. **Тарифные справочники** состоят из списков рабочих мест и профессий, специальностей, которые имеют место на данном предприятии.

Несмотря на важность и достоинства существования тарифной системы оплаты труда, она имеет ряд существенных недостатков. Например, тарифная ставка и ее величина учитывают только постоянные факторы, такие как плановая оплата труда за выполнение намеченного объема работ. Однако она не берет во внимание степень интенсивности и эффективности трудового процесса и не вызывает дополнительных стимулов к проявлению работниками инициативности и творчества. Данную проблему можно решить только посредством создания дополнительной системы надбавок и премирования работников. Так появилась необходимость в создании бестарифной системы, которая помимо оклада учитывает разного рода поощрения за качественный и результативный труд.

ЛЕКЦИЯ № 8. Рынок капитала и земельных ресурсов

1. Понятие капитала. Рынок капитала

Капитал представляет собой ценный ресурс, фактор производства, который предопределяет протекание производственного процесса или иной деятельности. Кроме того, капитал приносит своему собственнику факторный доход в виде процентной ставки. Он имеет различные сферы применения: это и финансовая основа сделок, и материальные блага, призванные обеспечить человеку достойную жизнь (различные формы недвижимости и предметы роскоши). Капитал — это понятие многозначное, в связи с чем он может принимать различные формы:

- 1) **человеческий капитал** представляет собой все теоретические знания, которые на практике могут быть преобразованы в навык и профессиональный опыт. Данный показатель характеризует стабильность в развитии организации или страны в целом. Чем выше такая вынужденная мобильность ресурсов, тем ниже стабильность трудовых ресурсов в экономике. Утечка кадров может быть связана с неблагоприятными условиями труда или недостойным уровнем его оплаты, вследствие чего работник не получает удовлетворения от производимой им деятельности и ищет другое место работы. Для некоторых стран, как правило, для развивающихся, характерна международная «утечка умов». Они не могут высоко оплатить услуги ученых, технологов и пр., вследствие чего те вынуждены участвовать в производстве ВВП других стран, экономически более развитых;
- 2) **материальный капитал** воплощен в зданиях, оборудовании и сырье, необходимых для производства. Иными сло-

вами, это все производственные фонды независимо от того, участвуют они в производственной или хозяйственной деятельности или только создают для нее условия;

3) **информационный капитал** приобретает в настоящее время все большее значение. Он включает в себе ценные данные, касающиеся всех сфер жизни экономического субъекта, а также отношений по поводу производства, распределения, обмена и реализации товаров и услуг;

4) **денежный капитал** представляет собой все наличные и безналичные формы денег, посредством которых организации или государство рассчитывается по своим обязательствам, а также финансирует свою деятельность. Сегодня все большее значение приобретают электронные деньги: пластиковые банковские кредитные карты, депозитные счета и т. д.;

5) **ценные бумаги** в виде акций, долговых обязательств, чеков и облигаций, которые позволяют приобретать капитал в долг, под залог имущества. Имея на руках определенное количество акций, работник организации фактически становится ее совладельцем.

Соответственно, предложение капитала и его спрос находят отражение на рынке капиталных ресурсов, где они обращаются. Спрос на капитал зависит от его производительности и характеризуется обратной, отрицательной зависимостью от его стоимости, т. е. люди предъявляют все больший спрос на капитал при условии, что он выдается под более низкий процент. Чем ниже реальная процентная банковская ставка, тем выше будет величина спроса на деньги (материальные активы, которые население желает хранить на руках в виде кассовых остатков) и больше вероятность того, что эти активы будут вложены в приобретение облигаций. Таким образом, спрос на облигации связан обратной зависимостью с равновесием спроса и предложения на денежном рынке.

2. Номинальная и реальная ставки процента

Ставка процента — это экономическая категория, которая показывает реальную доходность того или иного актива. Она

является определяющим фактором при принятии решений, поскольку предприниматель заинтересован в получении максимальной выручки от своей деятельности при минимальных издержках. При этом каждый экономический субъект в отдельности в зависимости от его рода деятельности по-разному реагирует на динамику процентной ставки. Собственники капитала, например, работают исключительно под высокий процент, а заемщики готовы приобрести капитал в аренду только при низкой ставке процента. Это говорит о том, что крайне тяжело найти равновесие на рынке капитальных благ.

Процентная ставка по кредитам и депозитам устанавливается Центральным банком страны. Исходя из ее величины формируется реальная ставка, которая отражает реальную покупательную способность. Реальная процентная ставка также определяется на основании данных о темпах инфляции, в соответствии с этим может быть рассчитана по следующей формуле:

$$r = i - \pi,$$

где i — это номинальная ставка процента;

π — темп инфляции.

Соответственно, номинальная ставка процента имеет вид:

$$r = i + \pi.$$

Такая система равенств возможна в том случае, когда динамика инфляции составляет относительно небольшую величину, т. е. в стране наблюдаются низкие темпы инфляции.

Если экономическая ситуация нестабильна и инфляция набирает большие обороты, в этом случае реальную процентную ставку можно рассчитать следующим образом:

$$r = (i - \pi) / (i + \pi).$$

Чем выше темп инфляции в текущем периоде, тем выше должна быть реальная ставка процента, т. е. между данными величинами наблюдается строгая прямая зависимость.

Процентная ставка играет большую роль при осуществлении экономического выбора субъектами. Она направляет их к принятию наиболее рационального решения. Например, человек имеет возможность приобрести облигации. Зная,

какова их доходность и величина реальной ставки процента, он может определить текущий курс облигаций, который связан обратной зависимостью с процентной ставкой.

Сегодня, когда в России начался широкомасштабный процесс ипотечного кредитования, процентная ставка имеет большое практическое значение. Фактически она определяет величину денежной переплаты в результате получения кредитной услуги. В то же время она выступает в роли вознаграждения для коммерческих банков, которые сегодня отказываются от определенной суммы денег для выдачи текущих ссуд ради получения в дальнейшем прибыли.

Существует мнение, что брать ипотечный кредит на несколько лет очень выгодно. Темп инфляции регулярно меняется и в большинстве случаев растет. В результате часть долга просто «съедается» инфляционной волной, и заемщик платит в итоге меньше. Кредитный договор составляется один раз, и в нем указана конкретная величина процентной ставки. Поэтому независимо от экономической ситуации в стране и общего уровня цен начисления долговых сумм будут производиться по одной схеме, что при макроэкономической нестабильности может оказаться выгодным для клиента, а для банка — дополнительными издержками.

3. Дисконтирование и принятие инвестиционных решений

Процентная ставка является определяющим фактором не только на денежном рынке и рынке ценных бумаг, в частности облигаций, она играет большую роль и при принятии инвестиционных решений. Посредством этого инвестор может определить доходность инвестирования, т. е. тот объем денежной массы, который он получит при реализации проекта или программы, в которую был вложен капитал. Как известно, экономический субъект, осуществляющий долгосрочные капитальные вложения, отказывает себе в настоящее время в потреблении тех ресурсов, которые идут на финансирование, ради получения еще большей суммы. В связи с этим прибыль, полученная от осуществления какой-либо деятельности, должна

покрыть не только так называемый ущерб от недоиспользования, но и принести реальную прибыль и оправдать себя. Только в этом случае инвестиционная деятельность расценивается как эффективная.

Чтобы хозяйственная деятельность была успешна, а результаты высокими, предприниматель всегда должен ориентироваться на динамику рыночной ставки процента. Например, осуществляя долгосрочные капиталовложения, инвестор прежде всего обращает внимание на их доходность, т. е. насколько рациональным является принятое решение с точки зрения экономической эффективности. Если процентная ставка оказывается несколько выше, чем планируемая доходность, то проект считается нерентабельным. Таким образом, одной из важных ступеней принятия инвестиционного решения является анализ альтернативных вариантов вложения капитала. Всего существует три основных типа инвестирования: инвестиции в производственные фонды, запасы и жилищное строительство. Инвестиции в основные фонды организации (так называемый материальный капитал) растут при соответствующем снижении величины процентной ставки. Это связано с тем, что снижаются предельные затраты (т. е. издержки на единицу капитала), и в результате владение капиталом становится более выгодным. Инвестиции в товарно-материальные запасы также реагируют на динамику ставки процента, поскольку она представляет собой альтернативные издержки хранения запасов. Фирма, которая имеет на складах запасы готовой продукции и иных продуктов производства, отказывается от процента, который она могла бы получить при их текущем потреблении. Соответственно, чем выше оказывается процентная ставка сегодня, тем более дорогостоящим становится хранение запасов. Это побуждает фирму сокращать их, и, как следствие, поток инвестиций прекращается.

Вложения в жилищное строительство связаны с процентной ставкой также обратной зависимостью. Если банковский процент начинает снижаться, большее количество людей решают взять кредит или начать строить квартиру, иными словами, совокупный спрос на рынке жилья начинает расти. Это

вызывает повышение общего уровня цен, что становится более выгодным для застройщика (имеется в виду организация, которая организует или заказывает строительство), и масштаб инвестирования расширяется.

Инвестирование — это многоэтапный процесс, в некоторых случаях он может быть осуществлен одновременно. Также и прибыль от вложения капитала, или доходность проекта, не является абсолютно четкой величиной: она разбита на несколько частей, каждую из которых владелец фактора получает по истечении определенного промежутка времени. Таким образом, важным считается понятие дисконтирования. Данный показатель производит оценку будущей стоимости капитальных благ исходя из текущей с учетом экономических ожиданий и динамики процентной ставки. Иными словами, необходимо соотносить то, что мы затрачиваем сегодня и то, что можем получить в будущем. Если выручка в будущем не сможет покрыть текущих затрат, проект считается неэффективным и не подлежит осуществлению. Таким образом, принимая решение, очень важно рассчитать именно эти два показателя. Допустим, что перед кредитной организацией стоит выбор: выдать кредит юридическому лицу под 15% годовых по ежеквартальному начислению сложных процентов или же под 18% по полугодовому начислению сложных процентов. Сразу трудно однозначно и правильно ответить, но путем математических расчетов получается, что наиболее выгодной для банка окажется в результате сделка под 18% годовых. В противном случае банк будет нести потери, связанные либо с занижением ставки процента, либо с ее завышением, что может оттолкнуть дебитора.

Формула дисконтирования имеет следующий вид:

$$FV = \sum PV (1+r)^*$$

где FV — это будущая ценность вложения;

PV — сегодняшняя ценность;

r — ставка процента;

* — число лет.

Соответственно наиболее рациональным является то решение, при осуществлении которого будущая стоимость инвестиций оказывается наибольшей.

4. Фактор «земля», рынок природных ресурсов, ограниченность предложения земельных ресурсов

Земля сама по себе является уникальным и редким ресурсом, что связано с ее ограниченностью. В широком смысле слова земля есть не что иное, как площадь территории, в пределах которой имеются залежи полезных ископаемых. В целом же ценность земли состоит в том, что она выступает в роли объекта сельскохозяйственной деятельности, обеспечивает страну продуктами земледелия. В соответствии с этим полезность земли определяется ее плодородием, т. е. возможностью приносить как можно больше плодов и способностью к биологическому воспроизводству, т. е. земля при определенных условиях — возобновимый ресурс. В связи с этим все большие площади вводятся в оборот, осушаются болота и орошаются пустыни. Это значительно расширяет потенциал совокупного национального производства, валового внутреннего продукта. Таким образом, можно выделить два основных направления использования земельных ресурсов.

1. **Интенсивное использование** — получение наибольшей отдачи от наименьшего участка земли. Не расширяя площади возделываемых земель, можно реально улучшить структуру ее производительности путем применения новых технологий удобрения, более качественной техники для обработки, и, конечно, предоставлением времени для отдыха. Например, если пахотные угодья возделывались непрерывно в течение трех лет, то для восстановления их полезности и плодородности необходимо хотя бы год оставить эти площади без обработки. Такая система в целом позволит сэкономить земельные ресурсы и продлить срок их эксплуатации.

2. **Экстенсивное использование** — введение в оборот новых площадей. Этот способ является наименее эффективным, поскольку расширение объемов производства сельскохозяйственной продукции осуществляется без внедрения новых технологий, освоения достижений НТП и т. д. Наконец, может настать такой момент, когда не будет свободных земельных ресурсов, а страна будет нуждаться в дополнительной продукции. Таким образом, любое производство считается наиболее

эффективным только в том случае, когда оно осуществляется посредством интенсивного развития и совершенствования предметов труда и производственных фондов.

В рыночной экономике земля — это важнейший ресурс и фактор производства, который может выступать объектом купли-продажи. Одноименные сделки могут быть осуществлены на рынке земельных ресурсов, где спрос и предложение зависят от нескольких факторов. Величина спроса определяется в соответствии с законом убывающей предельной производительности: экстенсивное использование земли наименее эффективно, поскольку связано с введением в оборот дополнительных единиц земельных угодий. В то же время, чем больше единиц земли находится в обработке, тем меньше производительность и полезность каждой последующей. Этим и объясняется неэффективность экстенсивного способа использования земли. Спрос на земельный ресурс в данном случае определяется следующими условиями:

- 1) наличием показателя спроса на продукт, который дает земля при ее возделывании. Главным образом это характерно для земледелия: решается вопрос, сколько земли должно находиться в обработке и какой объем конечной продукции необходим для того, чтобы потребности субъектов и страны в целом были удовлетворены;
- 2) доходами населения, которые определяют покупательную способность индивида приобрести те или иные товары и услуги, в данном случае продукцию сельскохозяйственного производства;
- 3) ростом численности населения и его плотности на определенной территории. В этом случае спрос на землю инертно растет. Дело не только в том, чтобы получить от земли наибольшую отдачу как от фактора производства. Понятие «земля» ограничивается чисто территориальными рамками, т. е. она необходима в качестве места для строительных операций и пр.;
- 4) качеством земельного участка, его плодородием. Чернозем оценивается в несколько раз дороже, чем глинистые или серые лесные почвы, поскольку самое главное свойство земли — ее полезность;

5) местонахождением возделываемых земель: чем ближе к центру или к зоне мягкого климата они расположены, тем в большую стоимость они могут быть оценены.

Поскольку земля — это редкий ресурс как в количественном, так и в качественном отношении, ее предложение неэластично. То есть оно не реагирует на цены и определяется исключительно остающимся запасом земельных ресурсов. Земля в целом — не только объект владения, но и пользования, поэтому имеет смысл рассмотреть такие понятия, как «аренда» и «рента».

Аренда наделяет индивида правом пользования земельным участком и тем, что на нем расположено, например различными постройками. Это качественно новая форма товарных отношений: составляется договор, по которому обе стороны обязуются выполнять ряд условий.

Рента представляет собой факторный доход, который регулярно получает владелец земельных ресурсов. Ренты бывают нескольких типов: дифференциальная первой степени целиком и полностью зависит от природной полезности и плодородия почв; дифференциальная второй степени дает возможность оценить степень воздействия человека на земельный ресурс в процессе обработки; абсолютная рента характеризуется единоличным использованием участком земли.

ЛЕКЦИЯ № 9. Рынок совершенной конкуренции

1. Равновесие фирмы в краткосрочном периоде

На рынке совершенной конкуренции в одной отрасли существует множество фирм, которые имеют одну специализацию, но разные направления развития, масштабы производства и величину издержек. Если цена на товары и услуги начинает расти, это способствует появлению на рынке новых фирм, которые желают осуществлять здесь свою производственно-сбытовую деятельность, а также укрепляет положение уже существующих, которые занимают большую долю рынка. При снижении стоимости продукции, реализуемой на рынке товаров и услуг, слабые и мелкие фирмы вследствие чрезмерно высоких издержек не выдерживают конкуренции и исчезают с рынка. Учитывая величину предельных издержек, т. е. объем затрат на изготовление дополнительной единицы продукции, можно выделить три возможные характеристики конкурентной фирмы.

1. Организация получает нулевую прибыль. Иными словами, после реализации готовой продукции она получает такую величину дохода, что ее хватает только на покрытие минимальных расходов. Это значит, что производство само по себе неэффективно, возможно, используется устаревшее оборудование и технологии, а система качества развита слабо. В результате это не позволяет экономить на ресурсах и факторах производства, а показатели трудоемкости и материалоемкости очень высоки. В этом случае фирма является неконкурентоспособной.

2. Фирма получает сверхприбыль или квазиренду. Это возможно в том случае, когда средние затраты на производство меньше установленной рыночной цены, т. е. себестоимость

продукции имеет тенденцию к сокращению. Как правило, это обусловлено прогрессивным освоением достижений НТП и развитием в организации таких отделов, которые нацелены на разработку долгосрочных стратегий и освоение рынка.

3. Выручка фирмы не позволяет ей покрыть даже минимальные издержки, себестоимость продукции намного больше рыночной цены. В то же время организация не может просто так поднять цены, поскольку совершенная конкуренция подразумевает принадлежность системы образования к любому производству. Таким образом, фирма оказывается на грани банкротства, она разоряется и покидает рынок.

Если говорить в общем о точке оптимальной деятельности фирмы, можно сделать вывод о том, что средние издержки в принципе не позволяют охарактеризовать производство, так как предприниматель заинтересован в росте общей прибыли, а не ее среднего показателя.

Условие равновесия фирмы в краткосрочном периоде подразумевает совпадение величины предельных издержек и предельного дохода, который может быть получен от реализации на рынке каждой последующей единицы произведенных товаров и услуг. Любая организация старается наладить производство таким образом, чтобы это равенство достигалось. Следует также заметить, что рынок совершенной конкуренции сам по себе имеет одну особенность: на нем предельный доход всегда равняется цене. В соответствии с этим можно рассмотреть три типа рыночной ситуации.

1. Стоимость единицы продукции находится приблизительно на одном уровне с величиной средних издержек. В этом случае общий доход фирмы от ведения производственно-хозяйственной деятельности совпадает с общими издержками, что характеризует получение предпринимателем нормальной прибыли.

2. Совокупная прибыль, которая может быть получена по окончании производственного цикла и реализации продукции на рынке, превышает валовые издержки, которые пошли на производство, сбыт, рекламу и пр. Благодаря этому фирма име-

ет возможность получить квазиприбыль или максимальную ее величину.

3. Затраты фирмы на производство одной единицы продукции значительно выше, чем рыночная цена. Это говорит о том, что фирма терпит убытки. Возможно, причина заключена в нерациональном использовании факторов производства, материальных ресурсов или в технологически устаревшем оборудовании. В любом случае такое производство считается нерентабельным и требуется переспециализация либо реструктуризация.

2. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

Долгосрочный период и протекающие в нем процессы были описаны еще в трудах представителей классической экономической школы. Он характеризуется состоянием полной занятости всех ресурсов и факторов производства. Кроме того, равновесный валовой внутренний продукт равен потенциальному. Долгосрочный период имеет длительный временной промежуток, и в условиях крайней нестабильности экономики и динамичности внешней среды на рынке возникают различные структурные изменения. Во-первых, это связано с тем, что число действующих субъектов (фирмы, предприятия, индивиды и пр.) увеличивается, а во-вторых, все издержки становятся переменными и зависят от объема выпуска и масштабов производства. Следовательно, равновесие фирмы в данном случае просто не может быть постоянным, оно регулярно меняется, подстраиваясь под динамику элементов рыночного механизма.

Осуществляя планирование деятельности на длительный промежуток времени, организация не может опираться только на переменные издержки (изменение состава и численности рабочих, использование основных производственных фондов, которые непосредственно участвуют в производственном процессе или создают для его осуществления благоприятные условия). Если постоянные затраты считать всегда неизменными, это может привести к нарушению равновесного сочетания факторов производства и материальных ресурсов. Чтобы максимизировать валовую прибыль, организация должна контролиро-

вать и регулировать процесс формирования средних издержек. Иными словами, себестоимость продукции как один из важнейших показателей качества и эффективности производства должна неуклонно стремиться к нулю, т. е. по возможности быть минимальной. Поэтому в долгосрочном периоде она изменяет свои размеры пропорционально изменениям объемов производства.

Краткосрочные кривые средних издержек, наложенные на одну плоскость, дают возможность проанализировать долгосрочную кривую. С математической точки зрения она имеет вид параболы, т. е. по фигуре напоминает подкову, и проходит как бы по касательной по отношению ко всем первичным графикам. Левая часть параболы, когда она снижается по наклонной, характеризует возрастающую отдачу от факторов производства, что также свидетельствует и о снижении средних издержек. Правая часть, наоборот, описывается ростом затрат на единицу продукции, поскольку отдача от факторов снижается. Это говорит о том, что фирма может сама определять для себя оптимальную величину средних издержек. Расширяя или сужая производство, она переходит на новую кривую средних издержек, в то же время двигаясь относительно долгосрочной кривой. Только посредством ведения такой политики фирма реально может достигнуть финансового состояния, когда ее средние издержки будут превышать уровень цен и приносить прибыль.

Теперь рассмотрим положение фирмы, когда число конкурентов на рынке увеличивается, такая ситуация может быть описана тремя случаями.

1. Если рыночная цена продукции значительно превышает величину средних издержек, то фирма получает высокую прибыль. В этом случае в данную отрасль будут пытаться перейти как можно больше других фирм, стремящихся максимизировать прибыль и получить большую рыночную власть. Вследствие роста числа организаций, занимающихся в пределах одного рынка однородным типом деятельности, конкуренция ужесточается, что приводит к реальному росту производительности труда. Как только величина предложения достигает уровня потребительского спроса и опережает его, цена автоматически начинает

снижаться по закону убывающей предельной полезности от производства каждой сверхплановой единицы продукции, что приводит к исчезновению квазиаренды.

2. Когда цена оказывается ниже АС, фирма уходит с рынка, поскольку не может дальше финансировать собственную деятельность. Как результат, конкуренция ослабевает, и есть потенциальный шанс для более чем успешного развития.

3. Долгосрочное равновесие достигается в случае, когда средние издержки равняются цене продукции, а также предельным издержкам и, как следствие, долгосрочным средним издержкам. Здесь равенство предельных и средних издержек свидетельствует о том, что производство основано на экономии ресурсов, что может быть достигнуто лишь при изменении в технологиях.

Таким образом, фирма в долгосрочном и краткосрочном периодах оказывается в совершенно разных условиях, поэтому и ведет себя альтернативно. Самое главное — помнить о структуре издержек и стремиться к получению наиболее достоверной информации о механизме и изменениях рыночной системы.

3. Излишек потребителя и излишек производителя

Предельная полезность представляет собой ценность каждой последующей единицы потребления. По закону убывающей предельной полезности самая последняя единица продукции наименее важна для потребителя. Посредством практического анализа данной теории мы можем определить понятие «**излишек потребителя**». Экономический субъект, приобретая все необходимые ему товары и услуги, платит за каждый из них одну и ту же цену (если, конечно, товары однородны по структуре и применению). Вследствие этого получается, что покупатель получает абсолютно одинаковую выгоду от потребления всех товарных единиц потребительской корзины за исключением самой последней.

Предположим, что экономический субъект принимает решение приобрести определенное количество благ. За первую единицу продукции он готов заплатить 200 долларов, за вторую — чуть меньше, 150 долларов, а за третью — всего лишь

100 долларов. При этом исходя из вышеизложенного получается, что общий уровень рыночных цен по данному типу товара устанавливается непосредственно на уровне 100 долларов. Благо имеет собственную полезность, в данном примере, они равняются 200, 150 и 100 долларам, что в сумме дает 450 долларов. Однако потребитель за все три единицы товара готов заплатить только 300 долларов, в соответствии с их рыночной оценкой. Таким образом, налицо несовпадение величины общей полезности (в денежном выражении) потребительской корзины и ее реальной стоимости в соответствии с потребительскими предпочтениями. Получается, что **излишек потребителя** составляет ту самую разницу, которая образовалась между суммой денег, реально затраченных на покупку, и той суммой, которую он фактически готов был уплатить. В данном случае этот показатель равен 150.

Аналогично **излишек производителя** представлен разницей между величиной предельных издержек организации в процессе ее функционирования и осуществления одного производственного цикла и его стоимостью на рынке товаров и услуг. Любая фирма, планируя и организовывая производственный процесс, непременно должна учитывать структуру и величину средних издержек, которые необходимы для изготовления одной единицы продукта. Чтобы условие максимизации прибыли было выполнимо, данный вид затрат должен находиться на уровне гораздо более низком, чем выручка от реализации этой же единицы. Это говорит о том, что каждая фирма в отдельности на основании данных о качестве, интенсивности и иных особенностях производства, устанавливает строго определенную величину, в пределах которой она желает и готова произвести дополнительную единицу товара и поставлять ее на рынок. Главным определяющим фактором здесь является динамика рыночной цены, по которой продукт на рынке находит своего потребителя. Таким образом, цена товара должна быть несколько выше, чем величина предельных издержек. Только в этом случае фирма может говорить об эффективности развития и организации производства.

Излишки потребителя и производителя находят свое практическое применение, когда необходимо произвести

анализ государственной политики, направленной на регулирование рыночного ценообразования. Это позволяет избежать установления монополизма. Однако, если государство в лице министерства финансов устанавливает цену на тот или иной товар ниже равновесной, это может вызвать ажиотажный спрос: он начнет расти. В то же время фирмы не хотят продавать свою продукцию по такой цене, она просто не окупит произведенных затрат, в результате масштабы производства начнут сокращаться и предложение на рынке снизится, что вызовет товарный дефицит. Производители теряют прибыль и терпят убытки, их потенциальный излишек теряется в результате снижения цены на продукцию и общего сокращения масштаба производства. Потребители приобретают продукт по более низкой цене, в сравнении с той, какую они фактически ожидали, поэтому потребительский излишек растет, и субъект рыночной сделки полностью удовлетворяет свою потребность, не осуществляя при этом излишних затрат. Соответственно, потребительский излишек теряется теми покупателями, которые по каким-либо причинам не могут приобрести данный вид товара или услуги, например вследствие ограниченности его предложения.

Таким образом, что потери производителей превышают излишек потребителей, что свидетельствует об их прямой зависимости.

4. Издержки производства. Виды издержек

Затраты организации или ее издержки представляют собой величину расходов, которые просто необходимы для обеспечения ее функционирования и осуществления производственной и сбытовой деятельности. Издержки хозяйственной деятельности — это неизбежное явление, с ними сталкивается абсолютно каждая фирма. Но в то же время они различны для каждой в отдельности и зависят от экономической грамотности руководства и финансовых отделов (бухгалтерия, маркетинг и пр.), которые планируют объем деятельности и величину затрат.

Классификация затрат может быть составлена посредством следующих критериев.

1. Во-первых, затраты играют разную роль в формировании себестоимости продукции, работ, услуг, они неоднородны для каждого отдельно взятого типа товара или его ассортимента. **Основные затраты** имеют непосредственную связь с технологическим и производственным процессом, посредством которого изготавливается определенный объем товаров и услуг общественного и иного потребления. Например, к таковым можно отнести расходы на заготовку сырья, материалов, топлива, выплаты заработной платы (оклад + премии) работникам организации. **Накладные расходы** связаны с обеспечением процесса производства и его организации, создания благоприятных условий трудовой деятельности. Это так называемые цеховые и общезаводские расходы.

2. По степени однородности затраты делят на простые, т. е. однородные, и комплексные. Простые осуществляются в соответствии со специализацией фирмы, направлением деятельности предприятия и включают все расходы по покупке и поставке необходимых факторов производства на склады предприятия и непосредственно в производственные подразделения, а также по оплате фактора «рабочая сила». **Комплексные затраты** — расходы всех производственных подразделений и отделов организации в их совокупности, например расходы цехов, отделов по осуществлению деятельности в соответствии с производственным назначением.

3. По времени возникновения все затраты организации можно выделить текущие, которые осуществляются непосредственно в настоящем периоде, т. е. на тот момент времени, когда реально происходит процесс производства или осуществления других видов деятельности. Данный тип затрат является непосредственной основой для дальнейшего планирования работ. Будущие расходы — это те расходы, которые предстоит в будущем понести организации. Для удобства составляются экономические модели деятельности: они на основании группировки ранее полученных данных (т. е. анализа всех предыдущих расходов) представляют прогноз, благодаря которому организация может предполагать структуру предстоящих расходов и принимать те или иные решения.

Для принятия решения по поводу организации производства, затрат и распределения ресурсов и факторов производства необходимо учитывать все потенциальные возможности, особенно те, которые с точки зрения выгоды и прибыли кажутся наиболее приемлемыми. Кроме того, необходимо учитывать возможности более рационального или альтернативного использования ресурсов, что в целом может помочь фирме при планировании ее финансовой деятельности.

Все издержки можно классифицировать таким образом.

1. **Бухгалтерские издержки** — это все расходы фирмы в текущем периоде по приобретению сырья, а также основных производственных фондов и факторов производства, среди которых одно из главных мест занимает труд.

2. **Внутренние издержки** с экономической точки зрения — это та величина дохода, которая могла бы быть получена в результате более экономного и рационального потребления в производственном процессе всех необходимых материальных ресурсов и факторов производства.

3. **Экономические издержки** = бухгалтерские + внутренние.

4. **Возвратные издержки** — это расходы фирмы, которые рано или поздно она возвращает обратно. Как правило, это происходит по окончании одного производственного цикла, либо в результате ухода фирмы с рынка и сворачивания деятельности. Например, затраты, связанные с самим производством: сырьевые, факторные и пр. В результате реализации товаров и услуг эти затраты полностью покроются (конечно, если производство было грамотно построено).

5. **Невозвратные издержки** — это единовременные затраты по созданию фирмы или предприятия, ее регистрации, страхованию, и пр. Данный тип издержек не может быть использован альтернативно.

Если за основу анализа брать непосредственно объем выпуска, то для краткосрочного периода можно выделить две группы издержек:

1) **постоянные издержки**, которые никак не связаны с производством товаров и услуг. Например, арендная плата, оплата услуг электроэнергетики и газовой компании плюс оклад рабочих — это регулярные ежемесячные затраты;

2) **переменные издержки** определяются непосредственно масштабами производства, т. е. количеством продукции, которое было изготовлено за определенный промежуток времени. Изначально эти расходы связаны с затратами на приобретение сырья и материалов, факторов производства и иных средств труда. Чем больше масштабы производства, тем больше ресурсов и факторов производства необходимо для осуществления процесса производства.

Постоянные и переменные издержки в своей совокупности представлены **валовыми**, т. е. в них включается и потребление основного капитала — амортизация. Если брать издержки фирмы на производство одной единицы продукции, в среднем можно рассчитать **средние издержки**. **Предельные** же определяют себестоимость каждой дополнительно произведенной единицы продукции по закону убывающей отдачи.

ЛЕКЦИЯ № 10. Теория организации

1. Понятие фирмы, ее функции

Фирма — это вполне самостоятельный, имеющий юридическую основу, экономический субъект, целью которого является осуществление коммерческой и производственной деятельности для создания общественно необходимых товаров и услуг. Любая фирма имеет обособленное, целиком находящееся в ее собственности имущество.

Фирму от других экономических субъектов, действующих на рынке, отличает наличие следующих признаков. Во-первых, она представляет собой экономически обособленную, самостоятельную хозяйственную единицу, которая способна независимо от других экономических субъектов принимать решения, связанные с ее функционированием. Во-вторых, легальная фирма всегда юридически зарегистрирована и в этом плане относительно независима, т. е. имеет собственный бюджет, устав и бизнес-план, в соответствии с которым она развивается. В-третьих, фирма — производственный посредник. Для осуществления производственного цикла по производству материальных и нематериальных благ она закупает на рынке факторов производства необходимые ресурсы, которые по достижению стадии готовности реализуются на рынок товаров и услуг. В-четвертых, финансовой целью фирмы является получение прибыли и минимизация издержек.

Однако сегодня существуют фирмы, которые работают не ради прибыли, они имеют несколько иные задачи и методы конкурентной борьбы, например повышение объема продаж и увеличение собственной доли на рынке, а также максимальный контроль ценообразования и потребительского спроса. Любая фирма стремится к монопольной власти, разве что

антимонопольное законодательство препятствует этому. Каждая организация в условиях нестабильности трудового рынка ставит своей задачей сохранение штата служащих, что можно осуществить посредством совершенствования системы оплаты труда, а также путем разработки системы мотивации, это в целом создает дополнительные стимулы для осуществления работниками наиболее производительной деятельности. Неопределенность внешней среды сегодня заставляет руководство организации задуматься над вопросом выживания в случае наступления кризиса. Для этих целей создаются отделы по стратегическому планированию, которые разрабатывают долгосрочные стратегии развития и соответствующие программы для их реализации. Для того чтобы создать своего потребителя, фирма должна освоить производство качественно новых товаров, чтобы они могли завоевать расположение и доверие покупателя. Этого можно достигнуть, внедряя на производстве достижения науки и техники, что позволяет экономить время и исключает дополнительные затраты.

Фирма в соответствии с ее предназначением в рыночной экономике выполняет ряд важнейших функций.

1. **Производственная функция** подразумевает изготовление товаров и услуг, которое обеспечивает рыночное предложение. Производство должно быть основано на данных о структуре спроса, в противном случае фирма рискует остаться вовсе без прибыли с непокрытыми издержками.

2. **Коммерческая функция** подразумевает материально-техническое снабжение (налаживание связей с поставщиками ресурсов и инвесторами), сбыт готовой продукции, а также маркетинг и рекламу для успешного продвижения товаров на рынок и роста его конкурентоспособности. Самофинансирование, самокупаемость и самостоятельность — это основные характеристики сильной фирмы, которая способна завоевать большую долю на рынке и оказывать значительное влияние на процесс ценообразования и распределения доходов.

3. **Финансовая функция** заключается в привлечении долгосрочных инвестиций и получении кредитов, которые, несомненно,

позволят фирме осуществить нововведения и ориентироваться на дальнейшее развитие. Сюда могут быть включены и расчеты, осуществляемые как внутри фирмы, так и с партнерами: выпуск ценных бумаг, уплата налогов, а также получение прибыли, управление рисками и создание системы страхования.

4. **Счетная функция** подразумевает составление бизнес-плана, балансов и смет, проведение инвентаризации, калькулирование себестоимости, оформление отчетов и сдачу их в органы государственной статистики и налогов.

5. **Административная функция** — это функция управления. Она включает четыре составные части: непосредственно организацию для создания гибкой к изменениям внешней среды структуры, мотивацию как процесс стимулирования работников к достижению качественно более высоких результатов, планирование, включающее постановку целей и пути их достижения, и контроль над деятельностью фирмы в целом.

6. **Правовая функция** осуществляется через соблюдение юридически закрепленных законов, норм и стандартов, а также через выполнение мер по охране факторов производства и окружающей среды с точки зрения этичности организации.

2. Понятие предприятия

Предприятие — это самостоятельный хозяйственный субъект, созданный предпринимателем или группой предпринимателей и предназначенный для осуществления производственной деятельности, т. е. призванный удовлетворять потребности общества в товарах и услугах. Своей целью предприятие имеет получение прибыли, завоевание крупной доли на рынке и удовлетворение потребностей разного уровня всех экономических субъектов. Предприятие представляет собой более узкое понятие фирмы, поскольку оно в совокупности со многими другими различными по специализации и направлению деятельности обеспечивает эффективное функционирование фирмы, выполняя ее заказы. Иными словами, в состав одной фирмы может входить целая группа предприятий, на которых она ведет хозяйственную деятельность.

Основными особенностями предприятия можно считать следующие.

1. Организационное единство — создание эффективного механизма деятельности, который позволяет грамотно принимать все решения, касающиеся производства и распределения изготовленных благ и в целом функционировать в рамках нестабильной рыночной экономики. Кроме того, крайне важным является наличие на предприятии штата организованных и высококвалифицированных работников, которые являются необходимым условием успешного развития и продвижения предприятия на рынке.

2. Совокупность всех необходимых для производства готовой продукции ресурсов и факторов производства. Это так называемые первичные исходные материалы товарной продукции:

1) природные ресурсы, которые, в процессе обработки превращаются в готовые товары. Иными словами, они представлены оборотными фондами предприятия под общим названием сырье и материалы;

2) материальные ресурсы, прежде всего капитал. Он может быть как собственным, так и заемным, взятым под определенную ставку процента. Любое финансирование, будь оно целевое государственное или инвестиционное частное, способствует качественному и всестороннему развитию предприятия, позволяет решить все проблемы, которые возникают в связи с финансовой недостаточностью. Одной из главных характеристик предприятия на рынке должна является его инвестиционная привлекательность;

3) трудовые ресурсы являются самым главным фактором производства на предприятии. Именно кадровый трудовой потенциал определяет интенсивность трудовой деятельности. Численность персонала, его состав, движение рабочей силы, уровень образования, опыт работы, квалификация — все это в совокупности характеризует трудовой комплекс предприятия;

4) предпринимательский ресурс или способность к предпринимательству. Руководитель предприятия должен иметь определенные навыки, опыт и личные способности для управления предприятием, принятия важных решений и ведения предпринимательской деятельности в целом.

3. Обособленное имущество. Крайне важно наличие экономической самостоятельности: предприятие само определяет, что производить, где и в каких количествах. Однако наряду с самостоятельностью предприятие не должно забывать об экономической ответственности: она может быть представлена как заботой о человеке-работнике или окружающей среде, что определяет степень этичности организации, так и обязательствами предприятия перед инвесторами, потребителями по погашению кредитов и займов, осуществлению поставок и пр.

4. Собственный баланс, бизнес-план, а также счет в банке. При осуществлении всех рыночных сделок предприятие выступает исключительно от своего имени.

В соответствии с вышеизложенным основными задачами предприятия являются:

- 1) стабильное получение прибыли, что дает возможность дальнейшего развития и преобразования, осуществления нововведений на производстве в виде замены используемых технологий и производственных фондов, а также привлечения дополнительной рабочей силы и расширения масштабов деятельности в целом;
- 2) гарантия высокого качества и достаточного количества произведенной продукции, работ, услуг. Предложение на рынке товаров и услуг всегда должно максимально соответствовать величине спроса, они должны находиться в равновесном состоянии;
- 3) создание эффективной и прогрессивной системы оплаты труда. Работники должны быть обеспечены своевременной и достойной заработной платой в соответствии с тем объемом работы, который необходимо было выполнить. Инициатива, сверхплановое выполнение заданий должно

поощряться посредством системы надбавок и премий, а также предоставлением персоналу возможности профессионального роста. Все это качественно стимулирует работника, мотивирует его к достижению наилучшего результата, что, в конечном итоге, идет на благо предприятию;

- 4) ответственность за состояние окружающей среды — стремление снизить уровень вредного воздействия на нее;
- 5) строгая система контроля, что позволяет предотвратить срывы поставок, выпуск бракованной продукции и сбои в самом производстве в целом.

3. Внутренняя и внешняя среда организации

Любая организация имеет две стороны: внутреннюю, которая характеризует ее состояние, механизм и структуру, и внешнюю, под воздействием которой развивается первая. Столь подробный анализ организации позволяет определить ее возможности на текущий период и предотвратить разного рода неудачи на будущее.

Внутренняя среда организации представлена целым комплексом встроенных элементов, которые определяют ее организационно-финансовую систему, а также способность и степень интеграции организации во внешнюю среду. Внутреннюю среду можно рассматривать как в статичном состоянии, выделяя состав элементов и культуру, так и в динамике, изучая процессы, протекающие под действием ряда факторов, которые главным образом воздействуют извне.

К элементам внутренней среды можно отнести оперативные и тактические цели и задачи организации, стремления самих работников и применяемые в производстве технологии, финансовый и информационный ресурсы, а также организационная культура, т. е. совокупность норм, традиций ведения дел, поведения работников и руководства. Кроме того, понятие «культура» включает в себя и наличие системы организационных условий труда, и имидж, и стиль фирмы, которые определяют направление ее деятельности.

Особое место во внутренней среде занимают люди — творческий потенциал организации. Их способности, уровень образования и квалификации, опыт работы, образ мышления, мотивация и преданность определяют конечный результат работы организации. Как известно, основным фактором производства и ресурсом в организации является труд сам по себе. Таким образом, персонал и отношения, характеризующиеся горизонтальными и вертикальными коммуникациями, в целом определяют социальную подсистему организации.

Производственно-техническая подсистема представлена основными производственными фондами (машины, оборудование), различными видами сырья и факторами производства, вспомогательными материалами, например инструментами. Главной составляющей производственной подсистемы является электроэнергия: она обеспечивает работу оборудования и служит единственным источником освещения. Свет — одно из необходимых условий для успешного выполнения работы. Элементами, характеризующими данную подсистему, являются:

- 1) Используемые технологии. Их влияние имеет большое практическое значение для всей деятельности организации. Для того чтобы эффективно развиваться, фирме необходимо постоянно, в зависимости от темпов динамики НТП осваивать последние достижения науки и техники, внедрять на производстве новые системы контроля и планирования и пр.;
- 2) Производительность труда и его эффективность определяются величиной трудовых затрат в единицу времени для производства единицы продукции или услуги, а также условиями, в которых данное производство осуществляется. Чем выше данный показатель, тем лучше функционирует организация и интенсивнее развивается;
- 3) Издержки производства — совокупные расходы предприятия на покупку необходимых ресурсов и оборудования (пр. инвестиции в основные фонды), хранение запасов (инвестиции в товарно-материальные запасы), на оплату труда работников (заработная плата + премии). Кроме того, к издерж-

кам также относят налоговые отчисления, арендные выплаты и уплату услуг сбытовой, рекламной и других посреднических организаций;

4) **Качество продукции** — совокупность свойств, делающих ее пригодной к потреблению в соответствии с назначением. Данный показатель непосредственно зависит от качества исходного сырья, способов его обработки и квалификации работников. Качество товара — фактор конкурентоспособности организации на рынке.

Финансовая подсистема внутренней среды — это движение и использование денежных средств в организации. Так, создание инвестиционных возможностей, поддержание рентабельности требуют определенных затрат. Важной составляющей финансовой подсистемы является маркетинговая, которая получила свое название вследствие работы с рынком и его элементами. Таким образом, ее деятельность направлена на установление связей организации с внешней средой.

Внешняя среда — совокупность элементов, условий, факторов и сил, которые воздействуют на организацию извне, тем самым меняя ее поведение. Внешняя среда имеет большое практическое значение. В рыночной экономике она крайне динамична, непредсказуема и требует пристального внимания. Изучение внешней среды и ее изменений позволяет организации перестраивать свою внутреннюю структуру, подстраивая ее под меняющиеся условия. Только так организация может поддерживать свою конкурентоспособность на рынке. В связи с этим для нее крайне важным является обладание информационным ресурсом, который способствует восприятию изменений и направляет фирму на достижение высокого результата. Если начинают меняться потребительские предпочтения, это оказывает сильное воздействие на величину и структуру рыночного спроса. В соответствии с этим фирма, чтобы сохранить своего потребителя, должна переориентировать производство в сторону изменения его потребностей.

Сама по себе внешняя среда может быть как прямого, так и косвенного воздействия. Среда прямого воздействия вклю-

чает элементы, которые непосредственно определяют возможности организации. Это самая динамичная составляющая внешней среды.

1. **Потребители**, т. е. потенциальные покупатели и клиенты. Схема их влияния на производство была представлена выше. В целом следует сказать, что посредством установления новых требований к производимой продукции экономические субъекты регулируют структуру предложения. Это связано с тем, что организация, заинтересованная в своем развитии, готова принять любые условия потребителей, лишь бы они соответствовали ее возможностям.

2. **Конкуренты** также оказывают немалое воздействие на деятельность фирмы, они «подстегивают» развитие производства и его совершенствование. Пожалуй, ничто иное не способно так быстро переориентировать деятельность и наладить производство, как боязнь потерять долю на рынке. В роли конкурентов могут выступать фирмы, которые реализуют аналогичный продукт на тех же самых рынках или их секторах. Соперничество идет, как правило, за рыночную власть, потребителя и за его «рубль». Исторически сложилось мнение, что конкурент — это только соперник, с которым нужно непременно бороться. Однако рыночная экономика доказала неверность этой гипотезы. В условиях крайней неопределенности внешней среды именно сотрудничество с конкурентами позволяет адаптироваться к ней и достигнуть поставленной цели.

3. **Поставщики** выступают в роли собственников материальных и природных ресурсов, которые необходимы для ведения хозяйственной деятельности организации. Поэтому они могут подобно монополисту неоправданно завысить цены на ресурсы, тем самым создав ресурсную зависимость. А для любой фирмы важно, чтобы ни одна поставка не была сорвана, чтобы ресурсы были доставлены в срок в достаточном количестве и при небольших издержках.

4. **Рынок труда** предоставляет организации товар «рабочая сила». Изменение равновесия, главным образом предложения

труда, может лишить организацию возможности пополнить штат работников. В то же время посредством регулярного изучения рынка труда, например через деятельность отдела маркетинга или сотрудничество с биржами, организация способна определить именно тот контингент рабочих, который обладает всеми необходимыми трудовыми качествами (образование, квалификация, возраст и т. д.) для работы в данной фирме.

4. Неопределенность внешней среды

Рыночная экономика наряду со всеми преимуществами имеет ряд отрицательных аспектов. Во времена существования плановой командно-административной системы предложение и распределение произведенной продукции осуществлялось исключительно под контролем государства. Столь жесткая система не учитывала реальных потребностей общества, зато она была четко структурирована. Полной противоположностью ей оказалась рыночная система экономических отношений. Она работает на основании анализа потребительских предпочтений, но характеризуется тем, что никто не знает и не может предугадать, как например изменятся рыночные элементы завтра, каковы будут рыночные цены и пр. Поэтому внешняя среда, представленная совокупностью рыночных институтов и факторов, очень непредсказуема и динамична.

Неопределенность внешней среды заключается в том, что не все экономические субъекты могут иметь доступ к ценной информации рыночной системы. Как правило, такими данными располагают в основном фирмы-гиганты, которые имеют огромные средства для создания информационной системы и проведения работ по изучению и анализу рынка. Для мелких фирм, которые сильно ощущают любые изменения в структуре издержек, такая практика практически недоступна, информацию они получают из вторых рук и, само собой, не успевают вовремя отреагировать на рыночные изменения. Кроме того, информация должна быть достоверной и максимально точной, что сегодня встречается достаточно редко.

Например, реклама как фактор воздействия производителя на структуру потребительского спроса постепенно начинает терять свою эффективность, поскольку принцип ее существования не соответствует основному принципу — правдивости. В результате фирма теряет контакт с потребителями, что приводит к разрушению связи с рынком. Таким образом, внешняя среда тем и опасна, что возможность встроиться в нее и действовать с ней как единое целое практически отсутствует.

Однако фирма реально может позволить себе разработать систему адаптации к внешней среде, благодаря чему она сможет установить с ней контакт и получать информацию о любых ее изменениях.

1. Создание информационной системы является первостепенной задачей организации, функционирующей в нестабильной рыночной среде. Это позволяет значительно снизить неопределенность на входе и выходе организации и максимально повысить степень ее защиты от непредвиденных обстоятельств. Сегодня практически все организации имеют собственные источники получения информации. Кроме того, этому способствует и создание на месте системы маркетинга, которая на основе рыночных данных строит план по реализации готовой продукции на рынке.

Следует заметить, что информационная система способствует не только адаптации организации к внешней среде, но позволяет и воздействовать на нее. Например, если организация разработала новые механизмы деятельности, задумала создать качественно новый товар или предложить на рынке новый вид услуги, она непременно должна сообщить об этом потребителю. Это, конечно, возможно путем сотрудничества с рекламной компанией, и самое главное, чтобы рекламная акция включала все необходимые свойства предложенного товара или услуги и выглядела реальной и достоверной.

2. Прогнозирование возможных изменений может быть осуществлено посредством создания отдела стратегического планирования. В результате организация может самостоятельно или путем привлечения независимых специалистов-аналитиков раз-

работать стратегию достижения поставленных целей, которые соответствуют ее внешнему окружению. Это позволяет в целом значительно снизить степень риска.

3. **Слияния и поглощения организаций**, создание стратегических альянсов. Такая тактика позволяет организациям укрепить свои позиции на рынке, стать более гибкими, адаптивными, стабильными, особенно если соединяются две сильные и крупные фирмы. С другой стороны это выход для тех организаций, которые не способны противостоять натиску и агрессии внешней среды. Хорошим, проверенным способом является объединение с конкурентами. Это способствует расширению зоны влияния и стабильности, что вызывает снижение неопределенности внешнего окружения. Кроме того, это удобно в том случае, когда одна организация сильна в одном, вторая способна решать другие задачи, соответственно вместе они составляют огромную тактическую силу.

4. **Создание гибкой организационной структуры** подразумевает органичность построения внутренней структуры. Иными словами, фирма начинает функционировать как живой организм, она реагирует на любые проявления динамики внешнего окружения и старается выработать «иммунитет». Такая организация имеет неформальный тип культуры, иными словами, она не связана никакими нормами, традициями, которых придерживаются механические структуры. В результате фирма имеет возможность за минимальный промежуток времени переориентироваться, изменить направление развития и наконец, если того требует экономика, кардинально поменять специализацию. Кроме того, преимуществом гибких структур является то, что они легко осваивают разработки и достижения НТП, внедряют новые технологии, осваивают новые рынки, создают качественно новые виды услуг и сами могут вести исследования в области перспектив развития.

Как уже было сказано, персонал, трудовой ресурс — основа успешной организации. Если ко всему прочему между работниками и руководством сложились дружественные доверительные отношения, это во многом может помочь организации при при-

нятии решений и осуществлении тех или иных действий. Этим же определяется и гибкость организации, ее способность действовать как единое целое. Вообще, говоря о типах организационных структур, следует отметить, что в условиях высокой степени неопределенности внешней среды наиболее эффективной является «бейсбольная команда» (рекламные агентства, кинопроизводство, производство программных продуктов и пр.). Здесь работают «звезды» — способные, талантливые, инициативные и творческие личности, работники, способные генерировать идеи. В то же время такие организации характеризуются агрессивной внутренней структурой вследствие высокой конкуренции внутри рабочего коллектива, зато каждый работник имеет возможность выделиться и, как следствие, получить более высокую должность.

5. Дифференциация бизнес-единиц в экономике

Частная собственность и предпринимательство как таковое получили свое развитие в России в итоге реформ начала 90-х гг. XX века. С тех пор предприятия и организации начали эффективно развиваться, расти в количественном и качественном отношении. Сегодня фирмы — это основные экономические субъекты, которые так или иначе обеспечивают общество и государство всеми необходимыми товарами и услугами.

Существует несколько классификаций фирм, но основная из них — деление организаций по размерам, доли прибыли, рынка, масштабам деятельности, степени доверия и рыночной власти. Каждая фирма является уникальной и неповторимой, однако все они обладают в одинаковой степени общими чертами. Классификация позволяет выделить крупные (корпорации, концерны и пр.), средние и мелкие (индивидуальное частное предприятие) фирмы. Это значит, что они отличаются не только штатом сотрудников и размером активов, но и валовым выпуском и соответствующим размером выручки.

Существует мнение, что мелкие фирмы вследствие их недостаточной капитализации и организационной слабости

не могут стать конкурентами более крупным, сильным и преуспевающим организациям. В связи с этим прерогативой государства становятся осуществление контроля над рыночной динамикой, структурой и конкуренцией, оказание помощи и финансовая поддержка слабых фирм, а также сдерживание монополизма сильных. Помощь государства может быть выражена например в целевом финансировании, когда средства из государственного бюджета поступают на счета предприятия и затем распределяются на его нужды. Кроме того, очень эффективной считается практика предоставления субсидий и налоговых льгот, благодаря чему фирма имеет возможность инвестировать свое развитие и совершенствование. Крупная фирма сама по себе наиболее устойчива в бизнесе. Она не покинет рынок в результате нарушения равновесия спроса и предложения, резкого отклонения уровня цен от равновесного значения, колебаний процентной и налоговой ставок и курса валют. Как правило, такая фирма организационно развита, имеет огромное число филиалов иногда даже в других странах и действует в различных отраслях, а на случай непредвиденных обстоятельств имеет в наличии некоторое количество товарно-материальных и денежных запасов. В соответствии с вышеизложенным, можно перечислить основные преимущества, которыми обладает крупная организация по сравнению со средними и самыми небольшими.

1. Крупная фирма, как правило, имеет меньшие средние издержки на единицу изготовленной продукции или услуги.

2. Крупные фирмы имеют все возможности, главным образом финансовые, чтобы осуществить коренные изменения, внедрить в производство или в оборот более новые механизмы и технологические разработки и даже поменять специализацию, если того требует сложившаяся экономическая ситуация. Они даже могут приглашать независимых экспертов и разработчиков новых технологий, оплачивать научные исследования и разработки, могут позволить себе длительные сроки окупаемости без ущерба потери прибыли и доли рынка, а также содержать такие специализированные отделы, как

отдел маркетинга, стратегического планирования, инноваций и т. д. Соответственно в неопределенной рыночной среде такие организации имеют больше шансов выжить. В этом случае получается, что с увеличением темпов НТП, доля мелких фирм начнет сокращаться, так как они порой не способны даже покрыть издержки ведения деятельности, не говоря уже о получении прибыли и финансировании дальнейшего развития. Все это значительно ослабляет конкуренцию на рынке.

В то же время и у крупных фирм бывают свои проблемы. По мере расширения размеров и масштабов деятельности начинается рост издержек контроля. Сама организация уже характеризуется снижением степени управляемости и скорости реагирования на рыночные изменения, особенно если организация имеет жесткую регламентированную механическую структуру. Это может привести к тому, что она вследствие отсутствия горизонтальных коммуникационных связей не сможет вовремя среагировать на изменения внешней среды. Что касается малых фирм, то они более гибки и реагируют даже на малейшие экономические изменения, им гораздо проще переориентироваться, и даже в этом случае издержки будут незначительными. Кроме того, именно мелкие организации на рынке труда сегодня составляют спрос, т. е. способствуют решению проблемы занятости в стране. Для небольших организаций выходом может стать программа слияний и поглощений, что позволит им объединить свои усилия и быстрее освоиться на рынке.

6. Прибыль: функции и основные виды

Прибыль представляет собой результат производственной и коммерческой деятельности фирмы, главный фактор, стимулирующий предпринимательство. Она образуется путем вычета из общего дохода организации за определенный промежуток времени той части денежных средств, которая может покрыть издержки производственно-хозяйственной деятельности. Иными словами, это чистый доход. Прибыль также

можно рассматривать как двигатель производства, поскольку посредством нее финансируются нововведения и внедряются новые технологии. В принципе прибыль — это явление постоянное, поскольку в рыночной экономике сильна конкуренция и общая экономическая ситуация нестабильна. Вследствие этого условия получения прибыли регулярно меняются и могут быть обусловлены динамикой конкуренции, ценообразования, потребительских предпочтений и других рыночных процессов.

Прибыль — экономическая категория, сущность которой может быть проявлена только через ее функции.

1. **Регулирующая.** Прибыль позволяет регулировать денежные потоки в организации, она распределяет все денежные средства по различным направлениям развития и фондам, среди которых основными являются: фонд накопления, который создает запасы для будущего использования, фонд потребления, необходимый для удовлетворения текущих нужд фирмы, а также валютный, фонд развития производства, фонд материальных поощрений и пр.

2. **Стимулирующая.** Получение прибыли дает организации возможность осуществления изменений, инноваций и внедрения последних достижений научно-технического прогресса. Если фирма в достаточной степени обеспечена финансовыми ресурсами, это значит, что она стимулирована на развитие, расширение сферы деятельности.

3. **Контролирующая** — представляет собой не что иное, как характеристику экономического эффекта деятельности предприятия. Прибыль позволяет наблюдать и анализировать внутренние процессы в организации, поскольку характеризует структуру потребления и сбережения, величину издержек и потенциальные возможности на перспективу.

4. Прибыль — источник финансирования расширения масштаба производства. Фирмы, которые получают прибыль, имеют возможность осуществлять воспроизводственный процесс, т. е. вести непрерывную производственную деятельность. Они обладают инвестиционным запасом и могут направ-

вить его снова в производство, при этом не только для расширения его масштаба, но также и в целях совершенствования предприятия.

Как было уже сказано, прибыль рассчитывается в результате уменьшения величины валовой выручки на величину издержек или затрат. В соответствии с этим в зависимости от того, какие издержки берутся за минусом, и определяется тот или иной вид прибыли. Затраты на сырье, оборудование, все производственные фонды, факторы производства, заработную плату и т. п. называются неявными, или бухгалтерскими издержками, которые повторяются с определенной периодичностью. На основании этого бухгалтерская прибыль представляется как валовой доход фирмы — постоянные затраты, которые ни коим образом не зависят от производственных показателей. Для осуществления грамотного контроля и оценки финансовой ситуации в организации работает бухгалтерия. Если по мнению данного отдела организация регулярно получает прибыль, то это вовсе не означает, что прибыль здесь — величина положительная. Иными словами, она может оказаться меньше нуля, что является свидетельством нерационального и неэффективного вложения капитала и использования всех факторов производства. В данном случае фирма не учла альтернативных возможностей и выбрала тот род деятельности, который принес ей гораздо меньшую прибыль, чем могли бы принести другие.

Можно однозначно сказать, что **экономическая прибыль** образуется путем вычитания из текущих затрат издержек упущенных возможностей, т. е. тех, которые могли быть, если бы фирма имела иную специализацию. Таким образом, важной задачей бизнеса является определение альтернативных возможностей и затрат. Если в отдельной отрасли прибыль превышает среднее значение, это свидетельствует о том, что на данный товар существует высокий спрос, т. е. он абсолютно отвечает потребностям и желаниям потребителей. Результатом является стремление каждого производителя перейти

именно на этот сегмент рынка, поскольку он становится более привлекательным и характеризуется высокой отдачей от вложений капитала и труда. Посредством ужесточения конкуренции и расширения предложения данного вида услуг спрос начинает снижаться, и прибыль падает.

Экономисты выделяют еще и **нормальную прибыль**. Получение нормальной прибыли — это самая благоприятная ситуация для фирмы, она по своему значению есть нечто среднее между бухгалтерской и экономической.

ЛЕКЦИЯ № 11. Неопределенность экономики

1. Сущность рисков и их виды, страхование

Современная экономика основана преимущественно на рыночных началах. Она построена на взаимодействии спроса и предложения товаров и услуг, факторов производства и других материальных ресурсов. В то же время рыночная экономика настолько непредсказуема, что заниматься производственной деятельностью крайне тяжело, поскольку невозможно с достаточной степенью точности предугадать, как поведут себя завтра все экономические субъекты. Кроме того, сам процесс ценообразования, который является определяющим фактором при осуществлении экономического выбора, крайне динамичен, как и вся внешняя среда. Вследствие такой неопределенности и возникло понятие риска. Риск в экономике определяется как боязнь будущего решения осуществлять какую-либо деятельность даже в условиях крайней динамичности внешней среды. Производитель всегда стремится продать товар по более высокой цене, а покупатель инстинктивно выбирает товар по более низкой. Вследствие этого неизбежно возникает риск неравновесия на рынке, что может привести к шаткости всей экономической системы.

Что касается производителей тех или иных товаров и услуг, то они всегда ищут наиболее прибыльные отрасли хозяйственной деятельности для вложения капитала и иных ресурсов. В противном случае велика опасность потери доли и власти на рынке.

Таким образом, современная экономика характеризуется множеством рискованных ситуаций, которые могут возникнуть в любой момент времени. Для потребителя — это боязнь не найти тот товар, который в максимальной степени может удовле-

творить его потребности, или недостаток финансовых средств для его приобретения. Производитель рискует произвести не соответствующую потребительскому спросу продукцию, что неизменно приведет к убыткам. В зависимости от сферы деятельности, где риск может возникнуть, и от степени его влияния специалисты выделяют несколько видов экономических рисков.

1. По характеру деятельности:

1) **производственный риск**, который определяется масштабом производства и объемом выпускаемой продукции. Любая организация имеет своей целью завладеть источником информации, который бы обеспечивал ее всеми необходимыми данными о любых рыночных изменениях. Производство должно быть основано не только на зависимости от величины и структуры потребительских предпочтений, но также и от общего уровня цен. Ведь самое главное, чтобы себестоимость не была выше установленной отпускной цены единицы продукции. В то же время, если издержки производства будут слишком высоки, фирма не сможет установить свою товарную цену, поскольку она строго регламентирована органами высшей власти. Если фирма не имеет возможности для своевременной переспециализации, расширения или сокращения производства (в зависимости от динамики потребительского спроса) она теряет свои позиции и конкурентоспособность на рынке, теряет своего потребителя и не может более воздействовать на динамику рыночных механизмов и процессов;

2) **коммерческий риск**. Фирма может опасаться того, что необходимые для производства ресурсы могут быть не вовремя доставлены на предприятие, вследствие чего возникнут простои рабочего времени и основных производственных фондов. Поэтому для осуществления контроля за соблюдением контрактов и договоров с поставщиками, подрядчиками и иными хозяйствующими субъектами организации начали создавать систему материально-технического обеспечения;

3) **финансовый риск** появился в результате развития торгово-экономических, кредитных, ипотечных отношений с банками, ипотечными корпорациями и иными кредитно-финансовыми институтами. Например, к таковым рискам можно отнести риск потери части прибыли на фондовом рынке, бирже и пр. Достаточно упомянуть о том, как рухнула в 90-х гг. финансовая пирамида МММ и насколько неустойчивы сегодня такие структуры, как сетевой маркетинг и различные организации, которые призывают общество к вложению крупной суммы денег с целью получить в будущем в несколько раз больше.

2. Если делить риски по источнику опасности, получаем:

1) **природные риски** обусловлены сбоями в деятельности фирмы в результате непредвиденных природных катастроф, а не по вине руководства или иных лиц рыночной системы;

2) **политические риски** или те, которые связаны с политической нестабильностью, сменой правящего строя, революциями, сменой власти, различными политическими конфликтами. Они впоследствии так или иначе оказывают давление на экономику и могут ввести ее в состояние кризиса;

3) **экономический риск** связан с динамикой курса валют на финансовом рынке и курсом облигаций на фондовом рынке, а также определяется динамикой процентной ставки, неоправданным ростом темпов инфляции и пр.

Риски можно снизить посредством привлечения квалифицированных специалистов, которые могут спрогнозировать на будущее изменения в том или ином экономическом показателе. Риск полностью предотвратить нельзя, однако любой экономический субъект может снизить его разрушающее воздействие посредством страховки имущества, бизнеса и т. д. независимо от результатов деятельности, и организация всегда будет иметь шансы на восстановление, даже если она оказалась в глубоком кризисе. Таким образом, страхование дает возможность компенсации ущерба в случае непредвиденных обстоятельств различного характера.

Сущность данного понятия проявляется через его экономические функции.

1. **Создание страхового фонда**, который формируется путем отчислений, производимых физическими и юридическими лицами, которые желают застраховать себя и свое имущество от экономической, политической и природной неопределенности. Страховой фонд включает совокупность денежных резервов, которыми в случае непредвиденных обстоятельств может воспользоваться каждый участник страховых операций, т. е. застрахованное лицо.

2. **Восполнение ущерба** подразумевает следующее: страховая компания в случае возникновения риска материально поддерживает своих клиентов. Таким образом, страховая компания и лицо, которое нуждается в ее услуге, составляют двухсторонний договор, по которому страховая компания обязуется выплачивать застрахованным лицам сумму, соразмерную с их вкладами.

3. **Минимизация потерь**. Страховые компании, выплачивая субъектам страховую компенсацию, тем самым спасают их от банкротства и признания неплатежеспособными.

4. **Контрольная функция** заключается в том, что страховой фонд и его денежные средства используются самым рациональным образом. Кроме того, страховая компания осуществляет общий контроль над проведением страховых операций, процессов взноса и распределения средств между вкладчиками.

2. Инфляция и ее виды

Командно-административная экономика характеризовалась в достаточной степени устойчивым предложением благ, цены на них диктовались исключительно государством, поэтому также были относительно устойчивы. В рыночной экономике, с ее неопределенной внешней средой и склонностью к рискам цены относительно свободны. Во-первых, они зависят от равенства спроса и предложения на рынке товаров и услуг, финансовых услуг, факторов производства и пр. и под воздействием государ-

ственной политики, направленной на предупреждение монополии. Во-вторых, уровень ценообразования складывается посредством соотношения предельного дохода организаций и их предельных затрат. Изменение уровня цен, отклонение их от равновесного значения — первый признак назревающего в экономике кризиса или наличия каких-либо экономических проблем. Когда цены начинают неуклонно расти, в стране происходит падение котировок отечественной валюты по отношению к резервной (для России сегодня резервной валютой является американский доллар). Инфляция может быть вызвана чрезмерным наращиванием денежной массы, увеличением предложения денег, что характеризует наличие **открытой инфляции**.

Инфляция очень часто становится первопричиной дефицита на рынке товаров и услуг, причем он создается искусственным путем. Предприятия намеренно не поставляют на рынок готовую продукцию. Это так называемая **скрытая инфляция**. Такая ситуация может возникнуть прежде всего в централизованной экономике, когда все решения по поводу производства, обмена, реализации, распределения готовой продукции, факторов производства и материальных ресурсов принимаются в центре, а товары поставляются на рынок без учета интересов и потребностей потребителей. В связи с динамикой ценообразования и его различиями по разным отраслям и секторам экономики возникает **несбалансированная инфляция**. Она определяется прежде всего тем, что цена на единицу продукции различного производства и назначения неоднородна. Если рассматривать инфляцию с точки зрения темпов развития, можно выделить следующие ее виды:

- 1) **умеренная** инфляция составляет порядка 10% годовых. Это незначительное изменение общего уровня цен, поэтому особых сбоев в экономике и кредитно-денежной системе не наблюдается. В связи с этим реальная процентная ставка рассчитывается по стандартной формуле:

$$r = i - \pi,$$

где i — это номинальная ставка процента;

π — темп инфляции;

2) инфляция, которая насчитывает темпы роста порядка 10—100%, называется **галопирующей**, она стремительна по скорости развития. В итоге очень трудно совершать рыночные сделки, поскольку цены меняются крайне быстро, поэтому их рассчитывают с учетом ожидаемого уровня инфляции на определенный момент времени. Национальная валюта быстро обесценивается, и экономика уже не способна отвечать потребностям общества и государства. Производство «замораживается», поскольку факторы производства, которые предприятия запасают для производственной деятельности, также быстро изменяют свою стоимость;

3) **гиперинфляция** — это разновидность инфляции, которая характеризуется темпами роста, превышающими 100%. Это наиболее опасный момент для всей экономики.

Следует знать, что не всегда, когда уровень цен растет, возникает инфляция. Ведь, например, существуют сезонные колебания спроса и предложения, поэтому по динамике данных показателей невозможно однозначно судить о возникновении кризиса, равно как и по росту цен вследствие повышения величины минимальной ставки номинальной заработной платы. Это говорит о том, что для определения реального темпа инфляции необходимо полностью исключить показатели неинфляционных колебаний.

3. Источники возникновения инфляции, ее последствия

В долгосрочном периоде, когда экономика находится в состоянии полной занятости всех имеющихся в стране ресурсов и факторов производства, изменению подвержены только цены, поскольку объем производства не может расширяться без вовлечения дополнительных средств производства. Таким образом, можно предположить, что увеличение общественного производства и ВВП происходит посредством инфляции, которая связана с ростом платежеспособного спроса. По знаменитому принципу «расходы одних субъектов

в экономике всегда становятся доходами других» получается, что любая экономика может наращивать доходы в одних секторах только посредством перераспределения их из других отраслей. При этом величина платежеспособного спроса никак не изменится. Тогда налицо тот факт, что динамичность платежеспособности может возникнуть только вследствие расширения предложения денежной массы, т. е. эмиссии денежных средств. Право выпуска денег всецело принадлежит государству в лице Центрального банка, это его монопольная функция, которой он порой злоупотребляет. В результате государство получает от этого процесса определенный доход, который называется **сеньораж**.

Эмиссия может быть вызвана прежде всего необходимостью государства в покрытии государственного долга, который образуется за счет суммы накопленных бюджетных дефицитов за определенный промежуток времени. Однако такая практика, как известно, ведет к нарушению рыночного равновесия спроса и предложения за счет увеличения совокупного спроса, происходящего по следующим причинам.

1. Из-за бюджетного дефицита. Иными словами, превышение расходов государственного бюджета над его доходами может быть компенсировано монетизацией либо выпуском государственных облигаций. Первый способ считается наиболее простым, однако он в большинстве случаев и становится причиной возникновения инфляционных колебаний в экономике.

2. Инфляция может быть увеличена и за счет расширения государственного сектора экономики. В этом случае реальная заработная плата начинает расти только для того, чтобы привлечь наибольшее число работников, а не за счет роста производительности труда. Получается, что номинальный доход субъектов растёт, а масштабы производства неизменны.

3. Военно-промышленный комплекс производит специфичный товар по индивидуальным и государственным заказам. Данная продукция не пользуется спросом у потребителей, поскольку не входит в состав его потребительской корзины.

В то же время сам ВПК для собственного производства закупает все необходимые ресурсы и факторы производства, выступая на рынке капитала, труда, товаров и услуг. Таким образом, происходит как бы давление на цены, в результате чего они начинают расти. Это связано с тем, что денежная сумма, оплаченная за военные заказы, автоматически увеличивает объем денежной массы, поскольку они не подкрепляются товарной ее частью. Иными словами, инфляция спроса развивается постепенно, так как сначала растет величина денежной массы в обращении, а затем — совокупный спрос.

Параллельно с ростом совокупного спроса под воздействием инфляции наблюдается тенденция к снижению предложения и сокращению масштабов производства. Дело в том, что предельные издержки на производство дополнительной единицы продукции начинают увеличиваться, и это происходит по ряду причин:

- 1) на рынке несовершенной конкуренции всегда наблюдается несоответствие предельной производительности факторов производства их оценке. Это связано с тем, что монополия, в собственности которой находятся все ресурсы, злоупотребляет своей рыночной властью и позволяет себе сильно завышать их стоимость по сравнению с действительной предельной отдачей. Таким образом, фирма-монополист сдерживает производство, создает искусственный дефицит товаров и услуг, что позволяет повышать цену на готовую продукцию уже на рынке промежуточного и конечного производства. В итоге в экономике появляется тенденция к завышенному ценообразованию в сравнении с тем, каким оно должно быть на самом деле при данной степени технологического развития. Искаженные ценовые сигналы проникают во все сферы и приводят к инерционному завышению цен и, как следствие, к инфляции;
- 2) структура импорта искажает объемы национального потребления. В результате того, что потребители увеличивают долю импортной продукции в структуре собственного потребления, образуется своеобразная зависимость

совокупного спроса нашей страны от процесса ценообразования и инфляционных ожиданий стран-экспортеров. Если в какой-либо стране население отдает предпочтение импортным товарам, то в случае их резкого подорожания трансакционные издержки по доставке начинают расти, что в конечном итоге приводит к росту цен на национальном рынке;

3) сдерживающая бюджетно-налоговая и кредитно-денежная политика государства вызывает возникновение инфляции издержек. Так, например, при запаздывающих административных решениях разработанные инструменты экономического влияния применяются уже к новой, изменившейся ситуации, вследствие того, что за время анализа текущих процессов динамичная рыночная система успела поменяться. Можно конечно представить, что правительство стремится стимулировать деятельность производителей без раскручивания инфляции и одновременно финансировать бюджетный дефицит. Тогда важно не ухудшать условий кредитования: не повышать ставки процента. Но в этом случае бюджет не сможет быть финансируемым. Если же пойти на изменение налоговой ставки, это вступит в противоречие с первой целью. В данном случае для правительства существует единственный альтернативный выход: выбрать цель, решение которой наиболее важно на краткосрочную перспективу. И тем не менее любая из вышеназванных политик ведет к повышению инфляции спроса или издержек.

Заметим, что инфляция спроса отличается от инфляции издержек источником воздействия. Первая зависит от эмиссионной деятельности ЦБ РФ, вторая же определяется динамикой ценообразования. В этом случае можно установить между ними логическую зависимость. Увеличение издержек производства приводит к падению величины предложения, что в свою очередь способствует росту цен, а эмиссия вызывает рост платежеспособного спроса и его **инфляцию**.

С понятием инфляции напрямую связаны инфляционные ожидания экономических субъектов. Если инфляция — это

реальная категория, то ожидания ее представлены в виде попытки предугадать ее механизм и момент наступления. В соответствии с этим и происходит формирование рыночных цен. Предприниматели, осуществляя производственную деятельность, учитывают инфляционные ожидания и включают их в стоимость товарной продукции, предназначенной к реализации. Это своеобразная страховка возможной выручки от риска инфляции. Долговременный непрерывный рост цен способствует возникновению устойчивых инфляционных ожиданий, инфляция приобретает инерционный, самоподдерживающийся характер. Инфляционная спираль набирает обороты, потребители, действуя по принципу рационального предпочтения, начинают закупать товары оптом, опасаясь еще большего роста цен. Производители в ответ на это повышают стоимость товаров и услуг, кредитные организации увеличивают ставку процента на предоставляемые услуги. Инфляция совершает новый виток, что приводит к складыванию новых и более сложных инфляционных ожиданий.

Таким образом, подводя итоги рассмотрения и анализа процесса инфляции в рыночной экономике, можно выделить ее основные социально-экономические последствия.

1. Инфляция значительно искажает относительные цены. В результате распределение доходов и ресурсов в экономике деформируется, и каждая единица труда вознаграждается все меньшей долей национального дохода.

2. В условиях инфляции возвращение кредитных долгов осуществляется в уменьшенном по сравнению с исходной величиной варианте. За определенный промежуток времени инфляция «подъедает» часть долга, поскольку процентная ставка по договору остается в любом случае неизменной, что крайне выгодно для заемщика.

3. Инфляция вызывает диспропорцию в распределении национального дохода между государственным и частным сектором в пользу первого, а также лишает получателей трансфертных платежей дохода. Национальный доход перераспределяется соответственно участникам производства и растет

пропорционально индексу роста цен. Доход в виде пенсий, пособий и т. п. не связан с динамикой цен, поэтому его покупательная способность уменьшается быстрее.

4. *Налоги и их виды*

Налоги являются необходимым условием достаточности государственного бюджета. Если расходы на содержание бюджетных организаций, социальные выплаты составляют государственные расходы, то налоги — доход в казну государства.

Налоги — это регулярные отчисления от дохода всех экономических субъектов, которыми выступают индивиды, домашние хозяйства и фирмы. Необходимым условием процесса налогообложения является процесс определения ставки налога, т. е. его размер на единицу облагаемого объекта. Налоги, как правило, связаны с производственно-хозяйственной или коммерческой деятельностью субъектов. В соответствии с этим выделяют акцизы, налоги на прибыль, и на недвижимость и пр. Налоги изымаются на основании ст. 57 Конституции РФ и классифицируются следующим образом.

1. **Прямые налоги** подлежат уплате теми экономическими субъектами, которые являются владельцами какой-либо налогооблагаемой собственности (движимое или недвижимое имущество). Например, подоходный налог, налог на прибыль коммерческих и производственных организаций, налог на имущество, а также налог на полученное наследство. С налогом на прибыль тесно связано понятие теневой экономики. Очень часто предприниматели, дабы избежать уплаты налога, скрывают доходы организации. Это позволяет им большую часть выручки пустить на дальнейшее развитие и нужды фирмы. Долю теневого производства можно рассчитать, используя показатель совокупного потребления всех экономических субъектов.

Косвенный налог платит конечный потребитель товаров и услуг, которые подлежат налогообложению. Таким образом,

данный налог заранее входит в стоимость реализуемой на рынке продукции, тем самым определяя розничную цену продаж. Бремя налога в итоге ложится на потребителя, а производитель избавляет себя от излишних затрат. Таможенные пошлины, налог на добавленную стоимость (НДС), налог с продаж — все это примеры косвенных налогов. Налог на добавленную стоимость представляет собой изъятие части вновь созданной стоимости, разницу между суммой налога, полученной предприятием посредством реализации товаров и услуг, и суммой налога, которую он был вынужден заплатить за приобретение необходимых сырья и материалов.

2. Прогрессивные налоги непосредственно связаны с величиной объекта налогообложения. Иными словами, налоговая ставка растет пропорционально увеличению данного показателя. Например, чем выше доход, тем большую сумму налога в относительном выражении должен выплатить его владелец. Если средняя заработная плата составляет около 25 тыс. руб., то предельная налоговая ставка составляет общепринятые 13%. Когда заработная плата или иные источники дохода начинают расти, экономический субъект, помимо 13%, платит дополнительный процент от той суммы сверхприбыли, которая получается в результате вычета из текущего дохода прежних 25 тыс. руб. Сбор налогов данным способом позволяет добиться более эффективного распределения и перераспределения доходов в экономике, однако опять же существует риск не учесть все доходы вследствие наличия теневого бизнеса.

Регрессивный налог составляет наиболее оптимальную величину абсолютно для всех экономических субъектов, из дохода которых регулярно производятся отчисления в государственную казну. Получается, что люди с высокими доходами платят меньше, чем положено, а с низкими — наоборот, большую часть собственного бюджета. Это касается, как правило, косвенных налогов, например НДС. Это связано с тем, что товар, продаваемый на рынке, имеет одинаковую стоимость независимо от покупательной способности потребителя и факта, к какому слою населения он относится. В результате

покупатели по-разному в процентном отношении расходуют имеющиеся в наличии денежные средства.

Пропорциональный налог состоит из денежных отчислений, которые производятся исключительно в равной степени со всех облагаемых налогом объектов, различающихся ценовыми показателями. Сюда, к примеру, можно отнести все налоги на имущество как физических, так и юридических лиц.

Таким образом, налоги являются своеобразным регулятором экономической активности и других процессов в экономике. В зависимости от того, какая система налогообложения развита, государство может проводить либо ограничительную, сдерживающую политику, либо, наоборот, стимулировать экономический рост.

5. Налоговая политика, принципы и функции налогообложения

Налогообложение — один из главных источников обеспечения доходом государственного бюджета. Данная функция может быть реализована только путем целенаправленной налоговой политики, которая в зависимости от общей экономической обстановки в стране, способствует либо росту налоговой ставки, либо ее сокращению.

Стимулирующая политика оказывается эффективной в том случае, когда бюджет государства составляет величину отрицательную, иными словами, наблюдается бюджетный дефицит. В этом случае для преодоления экономического спада, создания возможности для роста объемов производства до потенциального значения (когда все ресурсы в экономике заняты) необходимо увеличить ставку налогообложения. Предельная налоговая ставка может быть представлена в виде:

$$t = T / Y,$$

где T — сумма налоговых отчислений за определенный период времени;

Y — объем национального производства, соответственно сумма налогов может быть рассчитана как произведение ставки налога на ВВП.

Сдерживающая налоговая политика актуальна в период интенсивного роста деловой активности для снижения чрезмерных темпов предложения товаров и услуг, факторов производства на рынке, а также с целью ограничения циклического подъема. В этом случае получается, что объем денежной массы в экономике растет, и это может вызвать инфляцию. Поэтому наиболее рациональным решением является повышение налоговой ставки, чтобы «лишняя» часть денег была удалена из обращения. В этом случае реальные доходы (за вычетом налогов) экономических субъектов значительно сокращаются, потребительский спрос снижается, и структура потребления в целом выравнивается.

Сегодня в России применяются 28 видов налогов, и такая дифференциация отнюдь не упрощает процесс их изымания, напротив, он становится крайне трудоемким. Помимо этого, размер всех налогов в экономике, если взять их в процентном отношении, распределен неравномерно: наибольшая их часть приходится на налог на добавленную стоимость и налог на прибыль. Таким образом, важной задачей системы налогообложения является создание справедливого и эффективного процесса сбора налогов. В соответствии с этим можно выделить основные принципы налогообложения.

1. Принцип получаемых благ. Все экономические субъекты независимо от их экономического статуса (юридические или физические лица) обязаны регулярно выплачивать налоги, также как и государство обязано предоставлять им субсидии и выплачивать трансфертные платежи. Кроме того, величина взимаемого налога должна быть пропорциональна структуре полезностей и предпочтений субъектов и выгодам, которые они получают от соответствующих объектов налогообложения. Например, налог на бензин, дизельное топливо должен браться только непосредственно с автомобилистов, поскольку средства от него идут на поддержание дорог и трасс в хорошем состоянии. С другой стороны, почему данный налог взимается только с автовладельцев, ведь хорошие дороги — это обще-

ственное благо, а получается, что платят за него индивиды или группа лиц. Кроме того, просто нереально измерить степень использования блага и полезности, которую оно приносит. Если следовать такому принципу налогообчисления, то аналогично пособие по безработице, которое выплачивает государство, должно возвращаться ему в виде налога (то же пособие) с самих безработных.

2. **Принцип платежеспособности.** Налог должен начисляться в соответствии с уровнем дохода, которым располагает экономический субъект, в противном случае он просто не будет считаться платежеспособным. Иными словами, по принципу равноправных налоговых ставок более обеспеченные слои населения должны платить в государственную казну ровно настолько большую сумму денег, насколько их доход превышает среднедушевой. Здесь нужно брать во внимание закон предельной полезности каждой дополнительной единицы дохода и в соответствии с этим установить такой размер налогового бремени, чтобы он составлял одинаковую величину (в процентах от дохода) для всех субъектов хозяйственных отношений. Однако добиться этого на практике практически невозможно, поскольку реально может возникнуть проблема снижения экономической активности обладателей высокого дохода или расширения границ теневого бизнеса, который полностью искажает результаты рыночной деятельности.

Функции налогообложения заключены в следующем:

1. **Фискальная.** Налоги регулярно отчисляются в государственный бюджет. Иными словами, налоги увеличивают государственный доход и позволяют обеспечить его превосходство над расходами, т. е. способствуют установлению бюджетного профицита. Кроме того, эти же деньги финансируют и всю экономику в целом, поскольку они впоследствии расходуются на обеспечение ее секторов и сфер.

2. **Регулирующая.** Позволяет государству осуществлять комплексный контроль за развитием экономики, рынка, производства и т. д. Изменяя величину налоговой ставки, государ-

ство в лице налоговых органов может как стимулировать экономический рост, так и ограничить его в случае необходимости.

Таким образом, роль налоговой структуры в экономике велика. Посредством налогов государство регулирует права собственности, ограничивает прогрессивный экономический рост крупнейших предприятий и защищает рынок от проявлений монополизма.

6. Инвестиции и их типы

Важной особенностью любой экономики является ее инвестиционная привлекательность, иными словами, способность привлекать долгосрочные капиталовложения для обеспечения устойчивого экономического роста. Ни одна экономика не может быть обеспечена исключительно за счет собственных средств. Так или иначе приходится привлекать иностранных инвесторов под гарантии возвратности и платности вложенного капитала. Если говорить об экономике регионального или локального уровня, т. е. о деятельности экономических субъектов, то можно заметить, что инвестиции здесь также играют далеко не последнюю роль. Во-первых, когда организация планирует осуществить какие-либо нововведения или закрепить сложившуюся структуру, она нуждается в дополнительном финансировании, соответственно та часть денежных средств, которой не имеется в бюджете, должна быть привлечена извне. Во-вторых, инвестиции выступают эффективным стимулятором экономической активности. Дело в том, что вкладывая капитал в какое-либо дело, инвестор автоматически становится лицом, заинтересованным в его прибыльности. Даже с самого начала, принимая решение о долгосрочных инвестициях, субъект анализирует все альтернативные варианты их осуществления и выбирает тот или те, которые максимально отвечают его интересам и являются наиболее доходными.

Таким образом, **инвестиции** — это финансирование экономической деятельности и ее отношений, направленное на

достижение высокого результата. Являясь фактором развития предпринимательства и экономики в целом, инвестиции способствуют повышению уровня общественного благосостояния и национального дохода страны. Инвестиции обеспечивают производство дополнительными возможностями и перспективами, что стало особенно актуально с развитием рыночной экономики и появлением частной собственности. Например, строительство жилых зданий, предприятий, развитие технологий, производства, коммерции, рынка нуждается в серьезной материальной основе.

В зависимости от того, на что направлены инвестиции и в какую область экономических отношений, они бывают трех типов. **Инвестиции в производственные фонды** предприятия представлены в виде приобретения нового оборудования, внедрения новейших технологий и пр. **Инвестиции в товарно-материальные запасы** предназначены для создания на предприятиях складов для накопления факторов производства, материальных ресурсов, а также готовой продукции для осуществления непрерывного производственного процесса или на случай непредвиденных обстоятельств (изменение структуры рыночного спроса). **Инвестиции в жилищное строительство** дают возможность приобретения домов или квартир теми лицами, которые собираются в них жить или сдавать в аренду.

Инвестиции формируются в зависимости от структуры индивидуальных доходов. Любой доход в его простом варианте может быть представлен как сумма потребления и сбережения. Именно последняя составляющая и является основным источником инвестирования. Формирование инвестиционных способностей и климата происходит под воздействием следующих факторов.

1. **Норма ожидаемой прибыли предполагаемых капиталовложений.** Экономический субъект, который принимает решение по поводу вложения собственных средств в какое-либо производство или сферу, ведет себя рациональным образом. Иными

словами, он соотносит все возможные потери и результаты и рассматривает все альтернативные возможности исключительно с этой точки зрения. Повинуясь принципу максимизации полезности и прибыли, он желает получить вознаграждение за то или иное действие. Однако здесь, конечно, важно учитывать степень риска. Экономика и ее среда непредсказуемы, и поэтому невозможно однозначно рассчитать результаты планируемой деятельности.

2. Величина реальной процентной ставки. Инвестиции напрямую зависят от данного показателя, поскольку он изначально содержит в себе и темп инфляции на конкретный момент времени. Инвестиции в основные фонды связаны со ставкой процента обратной зависимостью: при ее снижении издержки на единицу капитала планомерно уменьшаются, что активизирует инвесторов. Что касается строительства жилых помещений, то, чем ниже процентная ставка, тем большую величину составляет спрос на рынке жилья. В то же время цены начинают расти, и предложение расширяется посредством дополнительных вложений капитала в строительство. Такой же эффект вызывает рост процентной ставки, когда инвестор собирается осуществить вложения в запасы. Поступая таким образом, экономический субъект фактически отказывается от того процента, который мог бы получить от текущего потребления хранимых благ.

3. Уровень налогообложения. Долгосрочные капиталовложения, как правило, напрямую зависят от налоговой ставки. Чем она выше, тем меньшая часть может быть отпущена на сбережения и соответственно инвестирование. Это говорит о том, что при принятии инвестиционных решений всегда нужно в первую очередь обращать внимание на налоговый климат в стране и ее регионах.

4. Изменения в технологиях производства заставляют фирму, которая нацелена на эффективное развитие, финансировать инновации и внедрение новой техники, технологии и т. д.

5. **Экономические ожидания** субъектов связаны прежде всего с анализом потенциальных возможностей и прибыли от принятия того или иного решения. Они бывают адаптивные и рациональные.

6. **Темп инфляции** закладывается непосредственно в структуру процентной ставки, что позволяет заранее предотвратить возникновение рискованной ситуации и спланировать процесс инвестирования.

Таким образом, инвестиции являются важным фактором обеспечения экономического роста. Они дают реальную возможность экономическим субъектам расширять ту сферу деятельности, где они непосредственно заняты, а с другой стороны способствуют их активизации.

Содержание

ЛЕКЦИЯ № 1. Общая характеристика рыночной экономики	3
1. Спрос: его факторы и закон	3
2. Предложение: факторы предложения, закон	5
3. Понятие эластичности, эластичность спроса	7
4. Эластичность предложения	9
5. Равновесие спроса и предложения на рынке. Равновесная цена	11
ЛЕКЦИЯ № 2. Теория потребительского поведения	14
1. Потребление, потребность и полезность	14
2. Предельная полезность, закон убывающей предельной полезности	16
3. Теория потребительского выбора	18
4. Общая модель поведения потребителя	19
5. Эффект дохода и эффект замещения	21
6. Бюджетное ограничение и понятие потребительской корзины	23
7. Кривые безразличия	25
8. Производственные возможности и Парето-эффективность	27
9. Функции полезности. Количественная и порядковая полезность	28
ЛЕКЦИЯ № 3. Товарно-денежная характеристика экономики	31
1. Организация натурального хозяйства	31
2. Понятие товарного хозяйства	33
3. Товар и его свойства	35
4. Понятие денег и их эволюция	37
5. Денежные агрегаты, функции денег	39
6. Закон денежного обращения	41

ЛЕКЦИЯ № 4. Рынок	44
1. Понятие рынка, условия его возникновения	44
2. Функции рынка	46
3. Рыночная власть фирмы, ее индексы	48
4. Ценовая дискриминация на рынке несовершенной конкуренции	50
5. Положительные и отрицательные аспекты существования рыночной системы	52
6. Необходимость государственного регулирования	55
ЛЕКЦИЯ № 5. Рынок несовершенной конкуренции, его механизм	57
1. Монополия	57
2. Естественная монополия	59
3. Антимонопольное регулирование экономики	61
4. Олигополия	63
5. Монополистическая конкуренция	65
ЛЕКЦИЯ № 6. Теория производства	68
1. Понятие производственной функции, масштаб производства	68
2. Основные факторы производства современной экономики	70
3. Взаимозаменяемость ресурсов	72
4. Отдача от масштаба производства	74
5. Понятие износа основных производственных фондов	76
6. Амортизация на предприятии	79
ЛЕКЦИЯ № 7. Рынок труда и его характеристики	82
1. Понятие труда и рабочей силы	82
2. Рынок труда: его особенности и основные виды	84
3. Государственная политика на рынке труда	88
4. Занятость: ее принципы и виды	90
5. Понятие безработицы, ее виды	92
6. Заработная плата: сущность, принципы формирования, регулирование	95
7. Тарифная система	98

ЛЕКЦИЯ № 8. Рынок капитала и земельных ресурсов . . .	101
1. Понятие капитала. Рынок капитала	101
2. Номинальная и реальная ставки процента	102
3. Дисконтирование и принятие инвестиционных решений	104
4. Фактор «земля», рынок природных ресурсов, ограниченность предложения земельных ресурсов	107
ЛЕКЦИЯ № 9. Рынок совершенной конкуренции	110
1. Равновесие фирмы в краткосрочном периоде	110
2. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде	112
3. Излишек потребителя и излишек производителя . . .	114
4. Издержки производства. Виды издержек	116
ЛЕКЦИЯ № 10. Теория организации.	120
1. Понятие фирмы, ее функции	120
2. Понятие предприятия	122
3. Внутренняя и внешняя среда организации	125
4. Неопределенность внешней среды	129
5. Дифференциация бизнес-единиц в экономике	132
6. Прибыль: функции и основные виды	134
ЛЕКЦИЯ № 11. Неопределенность экономики.	138
1. Сущность рисков и их виды, страхование	138
2. Инфляция и ее виды	141
3. Источники возникновения инфляции, ее последствия	143
4. Налоги и их виды	148
5. Налоговая политика, принципы и функции налогообложения	150
6. Инвестиции и их типы	153

Тюрина А. Д.

**МИКРОЭКОНОМИКА
КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ**

Заведующая редакцией менеджмента и маркетинга:

Хаймульдинова Д. И.

Формат: 84 × 108/32

Гарнитура: «Ньютон»

