

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Башкирский государственный аграрный университет»

Лукманов Д. Д., Исмагилов К. Р., Юмагужина Д. Р.

МИКРОЭКОНОМИКА

Учебное пособие

Уфа 2013

УДК 330 (07)
ББК 65.012

Микроэкономика: Учебное пособие. Лукманов Д.Д, Исмагилов К.Р., Юмагужина Д.Р. / Под ред. д-ра экон. наук Д.Д. Лукманова. – Уфа: ФГБОУ ВПО БГАУ, 2013. – 250 с.

Учебное пособие составлена коллективом преподавателей кафедры экономической теории Башкирского государственного аграрного университета для студентов, обучающихся по направлению подготовки 080100 Экономика (бакалавр) в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта Высшего профессионального образования третьего поколения. Пособие содержит курс лекций, вопросы для самопроверки, тесты, глоссарий и список рекомендуемой литературы. Учебный материал разделен на три модуля. Особое внимание, в учебном пособии, уделяется взаимосвязи разработанных в экономической теории теоретических положений и функциональных взаимосвязей с современной практикой хозяйствования.

Учебное пособие предназначено для студентов и магистров, обучающихся в высших учебных заведениях по экономическим направлениям подготовки, а также может быть полезен аспирантам и докторантам.

Авторы:

- Модуль 1 - Проф., д.э.н. Лукманов Д.Д. (т. 1.1, 3.1)
Преп. Юмагужина Д.Р. (т. 2.1)
- Модуль 2 - Проф., д.э.н. Лукманов Д.Д. (т. 4.1., 5.1)
Доц., к.э.н. Исмагилов К.Р. (т. 6.2)
Преп. Юмагужина Д.Р. (т. 4.2., 6.1)
- Модуль 3 - Проф., д.э.н. Лукманов Д.Д. (т. 8.1, 9)
Доц., к.э.н. Исмагилов К.Р. (т. 7.1, 7.2, 8.1)
Преп. Юмагужина Д.Р. (т. 8.1, 10.1)

Рецензенты:

А.М. Мухамедьяров, доктор экономических наук, профессор кафедры финансов и экономического анализа ФГБОУ ВПО Уфимский государственный авиационный технический университет, член-корреспондент АН РБ, заслуженный деятель науки РБ.

А.А. Аскарлов, доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой организации аграрного производства ФГБОУ ВПО Башкирский государственный аграрный университет.

(с) Коллектив авторов, 2013

(с) Издательство «БГАУ», 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	3
МОДУЛЬ 1.....	6
Тема 1.1. Микроэкономика: предмет, метод исследования. Базовые понятия в микроэкономике: экономические блага и агенты.....	6
1.1.1. Предмет микроэкономического анализа. Методы исследования микроэкономики.....	7
1.1.2. Базовые понятия в микроэкономике: экономические блага и агенты.....	13
1.1.3. Потребности как движущий мотив человеческой деятельности и ресурсы: экономический выбор на уровне микроэкономики.....	14
Тема 2.1 Собственность и хозяйствование в микроэкономике. Формы использования объектов собственности.....	23
2.1.1 Экономическое и правовое содержание категории «собственность». Экономические функции и проблема владения, пользования, распоряжения объектом собственности.....	23
2.1.2 Реализация прав собственности и формы использования объектов собственности. Доходы от собственности.....	30
Тема 3.1 Виды экономического образа мышления и поведения. Рациональный выбор. Кривая производственных возможностей. Альтернативные и вмененные издержки.....	38
3.1.1.Экономическое мышление и рациональный выбор.....	38
3.1.2. Виды экономического поведения. Оппортунизм.....	40
3.1.3. Кривая производственных возможностей. Альтернативные (вмененные) издержки выбора.....	41
МОДУЛЬ 2.....	46
Тема 4.1 Рыночная система: закон спроса и закон предложения. Ценовые и неценовые факторы спроса и предложения	46
4.1.1. Рыночная система: закон спроса и закон предложения. Ценовые и неценовые факторы спроса и предложения	47
4.1.2. Установление рыночного равновесия. Последствия совместного и раздельного изменения спроса и предложения.....	58
4.1.3. Виды равновесия и неравновесия.....	60
4.1.4. Восстановление равновесия по Л. Вальрасу и по А.Маршаллу. Паутинообразная модель равновесия.....	63
Тема 4.2 Излишек потребителя и излишек производителя. Эластичность спроса и предложения, виды эластичности.....	69
4.2.1. Излишек потребителя и производителя.....	70
4.2.2. Эластичность спроса, факторы, виды эластичности (по цене, по доходу, перекрестная эластичность).....	72
4.2.3. Эластичность предложения, факторы, степени эластичности.....	74
Тема 5.1. Основы теории поведения потребителя. Полезность. Кардиналистская и ординалистская концепции. Равновесие потребителя....	79

5.1.1. Кардиналистская концепция поведения потребителя. Максимизация полезности и количественная оценка полезности блага потребителем. Закон убывающей предельной полезности. Равновесие потребителя	80
5.1.2 Ординалистская концепция поведения потребителя. Модель поведения потребителя, основанная на гипотезах порядкового измерения полезности (удовлетворенности) индивида. Карта безразличия. Бюджетная линия. Равновесие потребителя. Линии «доход-потребление» и «цена-потребление». Эффект замены и эффект дохода.....	83
Тема 6.1. Фирма как экономический субъект. Производство экономических благ. Закон убывающей предельной производительности.....	93
6.1.1 Экономическая природа фирмы. Фирма и предприятие. Основные формы деловых предприятий.....	93
6.1.2 Производственная функция. Закон убывающей предельной производительности. Предельная норма замещения.....	101
6.1.3 Изокванта и изокоста. Предельная норма замещения. Равновесие производителя.....	104
6.2. Издержки фирмы понятие, виды. Прибыль фирмы. Равновесие фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде	111
6.2.1. Издержки фирмы: природа, виды. Постоянные и переменные факторы производства.....	112
6.2.2 Издержки производства в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи. Технологический оптимум краткосрочного производства	117
6.2.3 Издержки производства в долгосрочном периоде. Эффект масштаба производства (положительный, постоянный, отрицательный).....	123
6.2.4 Прибыль фирмы и условия её максимизация	126
МОДУЛЬ 3.....	135
Тема 7.1 Виды рыночных структур. Особенности ценообразования в условиях совершенной и монополистической конкуренции.....	135
7.1.1. Структура рынка. Основные черты рыночных структур: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия (монопсония).....	136
7.1.2. Критерии анализа: количество фирм (степень концентрации производства Герфиндаля-Гиршмана), тип продукта, рыночная власть (коэффициент рыночной власти А. Лернера), барьеры входа и выхода....	142
7.1.3. Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции. Максимизация прибыли совершенно конкурентной фирмой: равенство цены и предельных издержек ($P=MC=MR=AR$).....	147
7.1.4. Поведение фирмы в условиях монополистической конкуренции. Условие равенства предельного дохода предельными издержками ($MC=MR$).....	151
Тема 7.2. Особенности ценообразования в условиях олигополии и чистой монополии. Антимонопольное законодательство.....	156

7.2.1. Модели олигополий: модель дуополии Курно; модель ломаной кривой спроса (некооперированные олигополии), модель ценового лидерства, модель картеля.....	157
7.2.2. Поведение монополиста в краткосрочном и долгосрочном периоде. Условие максимизации прибыли монополистом: равенство предельного дохода предельным издержкам ($MC=MR$, где $MR<P$).....	164
7.2.3. «Потери мертвого груза». Положительные и отрицательные последствия существования монополий.....	169
7.2.4. Регулирование деятельности монополий. Антимонopolная политика.....	170
Тема 8.1. Рынки факторов производства: рынок труда, земли, капитала. Специфика взаимодействия спроса и предложения.....	175
8.1.1. Особенности спроса и предложения факторов производства. Факторные доходы: рента, заработная плата, процент, прибыль.....	176
8.1.2. Рынок труда: спрос и предложение труда в условиях совершенной конкуренции и монополии. Роль профсоюзов.....	177
8.1.3. Рынок земли: особенности спроса и предложения. Цена земли.....	190
8.1.4. Земельная рента, ее виды: абсолютная рента, дифференциальная рента I, дифференциальная рента II. Рента и арендная плата.....	193
8.1.5. Особенности капитала как фактора производства. Износ и амортизация. Равновесие на рынке основного капитала. Процент. Дисконтирование.....	208
Тема 9.1. Особенности ценообразования на с/х продукцию в условиях свободного рынка (ВТО).....	218
9.1.1 Особенности аграрного сектора экономики. Экономическая сущность и виды цен в АПК.....	218
9.1.2. Методы ценообразования (затратный, рыночный), механизм ценообразования в АПК. Элементы цены, ее структура.....	221
9.1.3. Ценовая политика и регулирование цен в АПК.....	224
9.1.4. Особенности ценообразования на сельскохозяйственную продукцию в условиях свободного рынка (ВТО).....	226
Тема 10.1 Несовершенство рыночного механизма: общественные блага и внешние эффекты (экстерналии).....	234
10.1.1. Провалы (фиаско) рынка.....	235
10.1.2. Общественные блага. Проблема безбилетника.....	238
10.1.3. Внешние эффекты: положительные и отрицательные. Теорема Коуза.....	244

МОДУЛЬ 1

Тема 1.1. Микроэкономика: предмет, метод исследования. Базовые понятия в микроэкономике: экономические блага и агенты

1.1.1 Предмет микроэкономического анализа. Методы исследования микроэкономики.

1.1.2 Базовые понятия в микроэкономике: экономические блага и агенты.

1.1.3 Потребности как движущий мотив человеческой деятельности и ресурсы: экономический выбор на уровне микроэкономики.

Основная литература (электронные учебники):

1. Журавлева Г. П. Экономическая теория. Микроэкономика: Учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 440 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
3. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
4. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
5. Басовский Л. Е. Микроэкономика: Учебник / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 224 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Дополнительная литература (книги):

6. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.
7. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.
8. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – Спб.: Питер, 2012. – 608с.

1.1.1 Предмет микроэкономического анализа. Методы исследования микроэкономики.

Микроэкономика (от *греч.* слов “микро” – маленький и “ойкономия” – управление хозяйством) как наука рассматривает хозяйственную деятельность первичных субъектов экономики (фирм, потребителей, наемных работников, собственников капитала, землевладельцев, отдельных предпринимателей). Она объясняет, как и почему принимаются те или иные экономические решения на уровне этих субъектов, например, изучает как фирмы распределяют свои ресурсы на разные цели; как рабочие решают, где и сколько им необходимо работать; как потребители принимают решения о покупке товаров и как на их выбор влияют изменения цен на рынке и величина их доходов.

Микроэкономика исследует экономические отношения (экономические интересы) между предпринимателями и наемными работниками, между самими предпринимателями (конкуренцию), а также между продавцами и покупателями. Все эти экономические отношения реализуются через цены на факторы производства и экономические блага. Поэтому в центре микроэкономического анализа находится механизм рыночного ценообразования.

Важным аспектом микроэкономической теории является изучение взаимодействия хозяйствующих субъектов в процессе образования более крупных структур – рынков конкретных товаров или, как их еще называют, отраслевых рынков (зерна, автомобилей, образовательных услуг и т.п.).

Микроэкономика помогает понять закономерности развития той или иной отрасли производства и сферы услуг, то, как взаимодействуют между собой производители и потребители на рынках отдельных товаров. Она объясняет, как устанавливаются цены на одежду и автомобили, нефть и зерно, услуги адвоката и биржевого маклера; как определяется и от чего зависит уровень зарплаты; какие средства инвестируются предпринимателями в производство тех или иных товаров; сколько и почему выпускается в экономике различных благ и кто их получает.

В целом микроэкономика формулирует и объясняет целый ряд экономических законов, которые регулируют процесс использования редких ресурсов, взаимодействие спроса и предложения, процессы убывающей предельной полезности и убывающей отдачи от факторов производства и т.д.

Все эти знания необходимы практически любому грамотному человеку для понимания существования экономических интересов хозяйствующих

субъектов на уровне микроэкономики, возникающих между ними экономических и хозяйственных отношений и механизмов, институтов (правил) их регулирующих. Микроэкономика также анализирует процесс формирования у субъектов экономического образа мышления и формы ее реализации в условиях существования в практике хозяйствования различных вариантов выбора.

В экономической науке разработаны различные определения микроэкономики, которые сводятся к следующему:

- 1) микроэкономика изучает процессы принятия экономических решений отдельными экономическими субъектами;
- 2) задачей микроэкономики является анализ взаимодействия экономических субъектов на отдельных рынках;
- 3) в микроэкономике исследуются конкретные экономические единицы: отдельная отрасль, фирма или экономические показатели их деятельности для того, чтобы рассмотреть специфические компоненты экономической системы.

Обобщая данные определения, мы даем следующее определение понятию микроэкономика. Микроэкономика – это часть экономической теории, исследующая формы экономического мышления и поведение отдельных экономических субъектов в процессе осуществления ими процесса производства, обмена, распределения и потребления в условиях существования экономического выбора различных способов использования ограниченных (редких) ресурсов. Теоретическая экономика учит понимать сложный экономический мир, вырабатывает экономический тип мышления. Экономическое мышление означает принятие рациональных решений на основе сопоставления издержек и выгод.

Структура экономической теории состоит также из курса макроэкономики. Чтобы рассмотреть отличие этих курсов приведем здесь общепринятое определение понятия макроэкономика и сравним эти два теоретического подхода.

Макроэкономика – раздел учебного курса экономики изучающая закономерности функционирования и тенденции развития национального хозяйства в целом и вырабатывающая методы борьбы с инфляцией, безработицей, экономическим спадом и другими социально-экономическими проблемами. Предметом исследования макроэкономики является система экономических интересов субъектов народного хозяйства и разработка механизмов (институтов) их согласования. На макроуровне решаются вопросы нахождения равновесия между сбережениями и инвестициями,

доходами и расходами госбюджета, совокупным спросом и совокупным предложением.

Таким образом, как видим, «микроэкономика» отличается от макроэкономики объектами исследования и уровнем анализа, если первая изучает экономические интересы отдельных производителей (фирмы) и потребителей (домашних хозяйств, в том числе и фирм) на индивидуальных и отраслевых рынках. Тогда как «макроэкономика» рассматривает экономическое поведение субъектов фирм, домашних хозяйств, государства и внешних производителей (заграницу) на обобщенном (агрегированном) рынке экономических благ и ресурсов на уровне всего народного хозяйства. Если экономику, то есть хозяйственную деятельность людей по производству и продаже экономических (ограниченных) благ рассматривать как лес, то можно условно считать, что микроэкономика изучает отдельные деревья, а макроэкономика весь лес.

Основными субъектами микроэкономики являются потребители, производители, организации бизнеса (фирма) и домашние хозяйства.

Основная цель экономических субъектов – потребителей (домашних хозяйств) повышение своего благосостояния и наиболее полное удовлетворение своих потребностей, а производителей, организаций бизнеса (фирм) производство экономических благ (товаров и услуг) с целью получения прибыли (выгоды) путем эффективного использования ограниченных ресурсов. Поскольку ресурсы, имеющиеся в распоряжении общества, ограничены, отдельно взятые экономические единицы должны совершать четыре фундаментальных экономических выбора:

- что следует производить и в каком количестве?
- как следует производить?
- кто и какую работу должен выполнять?
- для кого должны быть предназначены результаты производства (экономические блага)?

Выбор совершается среди ограниченных ресурсов, которые могут альтернативно использоваться для производства разных товаров и услуг и распределяться затем для потребления в настоящем и будущем.

Микроэкономика обладает не только специфическим предметом, но и особыми методами исследования. Слово “метод” в переводе с греческого означает “путь к чему-либо”, способ и метод изучения того или иного экономического явления. Применительно к микроэкономике методы изучения – это путь познания мотивов поведения хозяйственных субъектов и закономерностей их экономической и хозяйственной деятельности.

В зависимости от подхода к объяснению поведения экономических субъектов микроэкономическая теория подразделяется на позитивную и нормативную. Позитивная микроэкономика изучает реальные факты и зависимости между этими фактами, она опирается на методы позитивного анализа.

Нормативная микроэкономика предлагает рецепты действий, определяет, какие конкретные условия или аспекты экономики желательны или нежелательны. В основе методов исследования данной микроэкономики лежит нормативный анализ. Если основными способами познания позитивной микроэкономики являются приоритет потребностей экономических субъектов, предельный анализ и равновесный подход, то нормативная микроэкономика использует, прежде всего словесное, математическое и графическое моделирование экономических ситуаций с выработкой рекомендаций и предложений по согласованию экономических интересов.

Выделяются общенаучные и специальные методы познания.

Общенаучные методы – это методы научной абстракции; анализа и синтеза; единства исторического и логического подхода; индукции и дедукции; метафизический; диалектический. Анализ – это мысленное расчленение изучаемого явления на составные части и исследование каждой из этих частей отдельно. Синтез – это мысленное обобщение полученных в результате анализа теоретических знаний об изучаемом явлении и воссоздание единого целостного представления об изучаемом явлении.

Метод единства логического и исторического представляет собой следование логического (теоретического) исследования изучаемых экономических явлений с отражением реального исторического процесса ее возникновения, развития. Индукция (наведение) представляет собой такой способ изучения экономических явлений, который предполагает исследование единичных фактов развития данного процесса и осуществление на этой основе общих выводов и положений. Дедукция (выведение) делает возможным переход от разработанных наиболее общих выводов и положений об исследуемом экономическом явлении к частным заключениям. Метафизический подход используется для исследования экономического явления и процессов в состоянии покоя и не подвижности. Этот метод применяется для изучения отдельных элементов системы, выявления внутренней структуры системы и экономических отношений, классификации экономических явлений (типы собственности, виды рынок). Диалектический метод – это изучение хозяйственных процессов в движении и в развитии.

Этот метод позволяет выявлять взаимообусловленность, взаимозависимость экономических явлений, вскрывать противоречия между экономическими интересами различных субъектов и групп, находить пути их разрешения. Исследовать и теоретически обосновать происходящие в экономике количественные изменения и предвидеть возникновение нового экономического качества.

Специальные методы анализа: позитивный и нормативный; экономического эксперимента; синергетика; математические и статистические приемы, в том числе метод экономико-математического моделирования. Абстракция, т.е. отвлечение от всего того, что не соответствует природе изучаемого явления. На основе абстрактного анализа получают экономические категории («товар», «цена», «прибыль»). Категории составляют логический «скелет» экономической теории.

Позитивный анализ – это исследование экономики и экономических явлений и процессов такими, какими они есть на самом деле. Позитивные утверждения не обязательно должны быть верными, но любой спор относительно позитивного утверждения можно решить проверкой фактов.

Нормативный анализ основан на исследовании того, как и что должно быть, в этом смысле он противоположен позитивному анализу. При нормативном анализе выносятся оценки – например, эффективно или неэффективно используются имеющиеся ресурсы, правильно принимаются ли государством пути решения социальных проблем. Позитивный и нормативный анализ, качественно отличаясь друг от друга, тесно взаимосвязаны, так без проведения позитивного анализа невозможно реализовать нормативный анализ..

Экономический эксперимент – это искусственное воспроизведение тех или иных экономических институтов (правил) и форм хозяйствования на практике с целью выявления социально-экономической эффективности их дальнейшего применения в масштабах всей страны.

Синергетика – метод исследования самоорганизации систем в условиях нарастания нелинейных процессов развития, неустойчивых и неравновесных состояний; приемы изучения ситуаций сложения усилий (элементов, субъектов, факторов) дающий больший эффект, чем просто сумма элементов [1]. Экономические явления характеризуются количественными изменениями, выявлению этих изменений способствует математические и статистические приемы. Эти приемы позволяют выявить, в том числе использованием вычислительной техники, количественную сторону

хозяйственных процессов и явлений, их функциональную зависимость и прогнозировать их переход в новое качество.

Статистические методы включают использование средних и относительных величин, индексный метод, корреляционный и регрессивный анализ, построение вариационных рядов, статистическую группировку и др. Коэффициентный метод, широко применяемый в экономическом анализе наряду с факторным анализом, представляет собой систему относительных показателей, определяемых по данным бухгалтерской отчетности, главным образом – по данным баланса и отчета о прибылях и убытках.

Индексный метод экономического анализа основывается на относительных показателях, выражающих отношение фактического уровня анализируемого показателя в отчетном периоде к его уровню в базисном периоде (либо к плановому или по другому объекту).

В практике вертикального анализа бухгалтерского баланса и прочей отчетности предприятия применяются также такие относительные величины, как проценты и удельный вес. Средние величины, исчисляемые на основе данных о качественно однородных явлениях, позволяют определять общие закономерности в развитии экономических процессов. Горизонтальный анализ отчетности использует средние величины для нахождения темпов роста и прироста. Метод корреляционного и регрессионного (стохастического) анализа широко используется для определения тесноты связи между показателями, не находящимися в детерминированной функциональной зависимости. Данный метод является пограничным между статистическими и математическими методами.

Особую роль здесь играет методы экономико-математического моделирования, которая позволяет в формализованном виде объяснить причины, закономерности и последствия изменения экономических явлений, а также делает реальным прогнозирование будущих изменений в экономике.

Экономико-математические модели – это способ абстрактного представления экономической действительности и их функциональных взаимодействий в виде математических функций, формул и уравнений. Графики – наглядное пространственное изображение зависимости между двумя (и более) экономическими переменными [2].

Методологии и методы исследования экономики как науки взаимосвязаны и взаимообусловлены, в современных условиях исследование экономических проблем осуществляется с использованием различных методологий это так называемый методологический плюрализм. Методологический плюрализм предполагает возможность использования

многообразия применяемых методологий и методов, характерной чертой указанного направления стало взаимодействие различных научных теорий, научных школ, а также применение различных специфических методов исследования в одном проекте [1]. Поиск новых методологических подходов и методов исследования экономической науки, позволяющих наиболее полно исследовать и раскрывать причины возникновения современных социально-экономических проблем, безусловно, будет продолжаться.

1.1.2 Базовые понятия в микроэкономике: экономические блага и агенты

Понятие блага. Блага - это всё то, что удовлетворяет естественные потребности людей. Средства, удовлетворяющие потребности, называются благами. Существуют различные классификации благ. Блага делятся на экономические и неэкономические, созданные человеком или природой, замещаемые и не замещаемые в потреблении с другими благами, главные и второстепенные блага и т.д. Одни имеются почти в неограниченных масштабах (например, воздух, в некоторых регионах вода), другие в ограниченном, последние называются экономическими благами. Первые блага - это нерыночные, вторые - рыночные блага. Рыночные и нерыночные формы благ – созданные блага, которые люди первоначально использовали для своих собственных нужд, в том числе продукты питания для внутреннего потребления, такая система экономики называлась натуральным хозяйством (традиционной экономикой). Экономические (рыночные) блага – это материальные и нематериальные предметы, точнее, свойства этих предметов удовлетворять экономические потребности, при этом количество этих предметов ограничено. Постепенно ей на смену пришло товарное хозяйство, когда в ходе разделения и специализации труда люди начали обмениваться благами, причем не только излишками, но и специально изготовленными для продажи. В результате возникла специфическая разновидность экономических благ – товар. Товар - это продукт, созданный не для внутреннего потребления, а для обмена (продажи). Экономические блага это все то, что удовлетворяет естественные потребности людей, количество которых ограничено и соответственно является товаром. Неэкономические блага – это все то, что количественно не ограничено и как следствие не может стать товаром.

Особая разновидность благ – это услуги, которые являются объектом отдельного сектора экономики – сферы услуг. Услуги – вид человеческой

деятельности, не имеющий хозяйственной (натуральной) формы, но удовлетворяющие потребности человека. Современный мир имеет тенденцию к переходу от экономики предложения к экономике спроса, от экономики, производящей товары на рынок, к экономике, оказывающей услуги и производящей товар по заказу.

1.1.3 Потребности как движущий мотив человеческой деятельности и ресурсы: экономический выбор на уровне микроэкономики

Под экономическими потребностями обычно понимается недостаток чего-либо, необходимого для поддержания и развития личности, фирмы и общества в целом. Экономические потребности являются побудителем экономических отношений [3].

Неудовлетворенные потребности являются для человека побудительным мотивом, стимулом к трудовой деятельности, к собирательству, по созданию или приобретению или сбору недостающих ему благ. У каждого человека есть потребности, их можно разделить на две части: духовные и материальные. Образование относится к первым. Экономика имеет дело с экономическими потребностями. Экономические потребности (economic needs) – это недостаток чего-либо необходимого для поддержания жизнедеятельности и развития личности, фирмы и общества в целом, или это внутренние мотивы, побуждающие к экономической деятельности.

Существуют многочисленные классификации человеческих потребностей, различают материальные, духовные и социальные потребности. Потребности в восходящем порядке разложил американский экономист Абрахам Маслоу.

Потребности Маслоу распределил по мере возрастания, объяснив такое построение тем, что человек не может испытывать потребности высокого уровня, пока нуждается в более примитивных вещах. В основании — физиология (утоление голода, жажды, сексуальной потребности и т. п.). Ступенью выше разместилась потребность в безопасности, над ней — потребность в принадлежности какой-либо социальной группе. Следующая ступень — потребность в уважении и одобрении, над которой последняя ступень пирамиды, наивысшая,— стремление к раскрытию внутреннего потенциала (она и есть самоактуализация). Важно заметить, что каждая из потребностей не обязательно должна быть утолена полностью - достаточно частичного насыщения для перехода на следующую ступень [4].



Рисунок 1.1. Пирамида социальных и человеческих потребностей по А. Маслоу

Закон возвышения потребностей. Потребности людей безграничны, хотя возможность удовлетворения потребности отдельного человека в конкретном благе вполне реальна. С развитием общества и ростом доходов каждого ее члена происходит возрастание и постоянное изменение потребностей по их структуре, качеству и количеству. Появляются не только новые потребности, но и отмирают старые, изменяется соотношение между видами потребностей и т.д. Это находит отражение в законе возвышения потребностей [1].

Так потребности человека, общества, коллектива, государства постоянно растут с ростом новых видов товаров и услуг. При этом производство не только удовлетворяет потребности, но и на основе развития науки и техники создает новые виды материальных благ (сотовые телефоны, компьютеры, принтеры, видеокамеры, роботы и т.д.).

Удовлетворение этих потребностей в условиях ограниченности ресурсов возможно путем разработки и внедрения во все отрасли народного хозяйства новых инновационных (ресурсосберегающих) технологий производства экономических благ.

Потребности и потребление. Потребление – это процесс удовлетворения потребностей людей. Потребности могут быть производственными и непроизводственными, то есть личными. Результатом производственного потребления благ являются продукты, товары. Личное

потребление воссоздает самого человека. Личное потребление зависит от величины доходов индивидов и измеряется такими показателями, как структура потребления, средний уровень потребления, потребления на душу населения. Существуют многочисленные классификации человеческих потребностей, различают материальные, духовные и социальные потребности. Таким образом, потребности безграничны, в связи с этим возникает вопрос, как удовлетворить всевозрастающие потребности человечества?

Экономические ресурсы – это все то, чем располагает общество для производства товаров и услуг с целью удовлетворения потребностей людей. Общая величина ресурсов свидетельствует о реальных и потенциальных возможностях развития экономики той или иной страны. Под экономическими ресурсами понимают все виды ресурсов используемых в процессе производства товаров и услуг. Экономические ресурсы в процессе производства превращаются в факторы производства.

К ресурсам относят: природные (естественные, в том числе и земля, куда относят, полезные ископаемые, руда, недра водные, лесные и биологические, климатические); материальные (в форме построенных зданий, сооружений); человеческие (в форме трудовых ресурсов, труд, как затраты физических и умственных способностей людей); финансовые в виде денежных средств населения фирм, бюджета государства (капитал); информационные (знания) в форме цифр, фактов, сведения, характеризующих состояние экономики.

Некоторые выделяют предпринимательские способности людей, этими способностями обладают не более 5-10 % населения той или иной страны. Эти способности можно отнести в понятие труд. Существуют различные квалификации факторов производства. Более 200 лет назад французским экономистом Ж.Б. Сэем, была выдвинута теория трех факторов производства (труд, земля, капитал) и доходов по ним (заработная плата, земельная рента, прибыль и ссудный процент). В настоящее время эти факторы дополняются предпринимательской деятельностью, технологией, энергией, информацией и экологией. Структура ресурсов представлена в рисунке 1.2.

Ресурсы отличаются от экономических благ тем, что первые используются для производства других, при этом необходимо иметь в виду, что рост потребностей в экономических благах приводит к использованию все большего количества ресурсов.

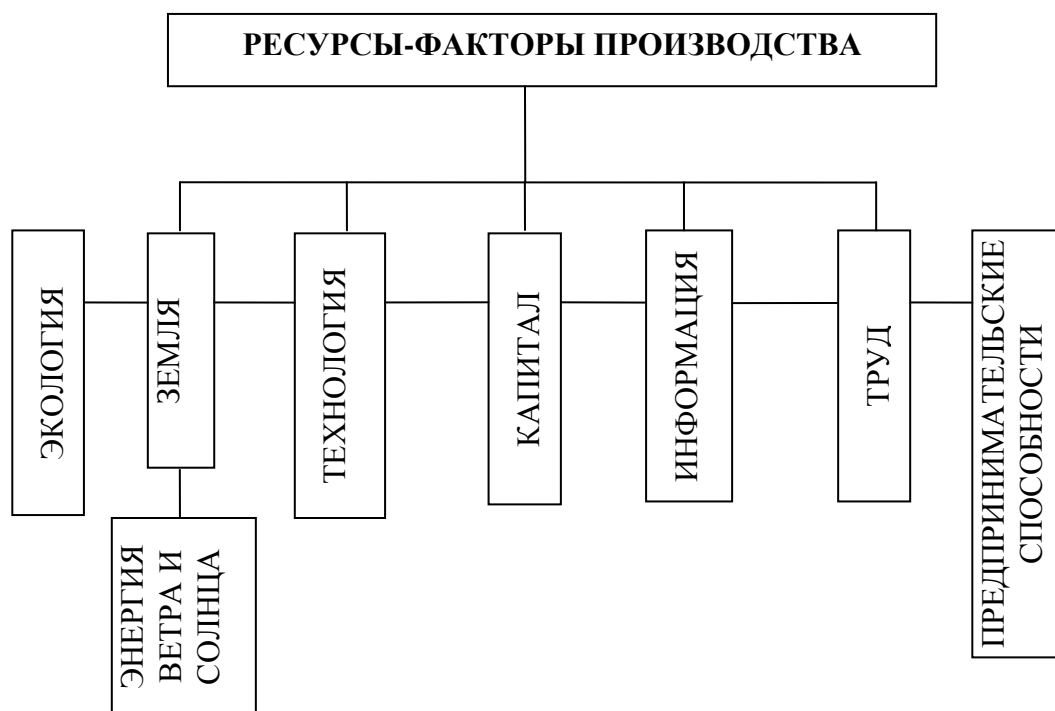


Рис. 1.2 Структура ресурсов-факторов производства

Проблема ограниченности ресурсов. Неэкономические блага (солнце, воздух, вода, ветер, приливы, отливы) доступны всем - это свободные и доступные ресурсы. Остальные ресурсы ограничены – это экономические блага. Ограниченность этих ресурсов бывает относительным и абсолютным. Трудовые ресурсы в России ограничены абсолютно, так трудоспособное население страны в настоящее время составляет не более 74 млн. человек. Причем идет постепенное сокращение трудовых ресурсов нашей страны, в начале 1990-х годов трудовые ресурсы страны составляли около 80 млн. человек. Трудовые ресурсы временно могут компенсироваться эмигрантами из других стран мира, в большинстве случаев из стран членов социалистического сотрудничества.

Земля для сельскохозяйственного производства в экономике нашей страны составляет более 222 млн. га. Для производства продовольствия используется более половины этой площади. Земля также является абсолютно ограниченным ресурсом, но в нашей стране она имеет относительную ограниченность. В настоящее время около 30 млн. гектар земель сельскохозяйственного назначения выведено из активного процесса использования. Экономика нашей страны остро нуждается в финансовых ресурсах, их нехватка приводит к значительным проблемам и сдерживает развитие процесса производства экономических благ. Нехватка одного ресурса приводит к недоиспользованию других, в результате трудно становится вовлечь в процесс создание товаров и услуг другие ресурсы, что

не способствует росту экономического благосостояния людей. Таким образом, использование ресурсов страны взаимосвязано и взаимообусловлено, нехватка одних ресурсов ограничивает использование других. Подводя итог данной лекции необходимо отметить, что проблемы рационального использования таких ресурсов как труд, земля и капитал более подробно рассмотрим в следующих лекциях.

Список использованной литературы:

1. Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: Учеб. пособие / Рук. авт. коллектива и науч. ред. А. В. Сидорович; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва.: Дело и Сервис, 2007. – С.63.
2. Экономическая теория: учебник. – Изд. испр. и доп./Под общей ред. акад. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С.669–670.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики: Учебник: допущено М-вом образования РФ Р. М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. – 560 с.
4. Макклелланд, Д. Мотивация человека / Пер с англ. ООО "Питер Пресс"; научн. ред. проф. Е. П. Ильина. — СПб.: Питер, 2007.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое метод исследования микроэкономики, какого содержание таких методов как анализ и синтез?
2. Объясните такой метод исследования как экономико-математическое моделирование?
3. Объясните, почему потребности безграничны?
4. Чем отличаются ресурсы от экономических благ?
5. Объясните, что такое экономический ресурс и когда ресурсы превращаются в факторы производства?
6. В каких ресурсах нуждается экономика нашей страны?
7. Чем отличается микроэкономика от макроэкономики?
8. Какие ресурсы нашей страны недостаточно используются?
9. В чем различие и общие черты между экономическими и неэкономическими благами?
10. В чем отличие между позитивной и нормативной микроэкономикой?

Тесты

1. Синтез это:

- а) соединение отдельных частей в единое целое;
- б) расчленение целого на составные части;
- в) упрощенное описание явления;
- г) метод умозаключений от частных фактов к общему выводу.

2. Что не относится к методам экономической теории:

- а) научная абстракция;
- б) финансовая стабилизация;
- в) индукция;
- г) моделирование.

3. Мысленное разложение явлений на составные части и выделение отдельных его сторон с целью выявить то специфическое в них, что отличает их друг от друга, есть:

- а) экономический эксперимент;
- б) анализ;
- в) дисконтирование;
- г) гипотеза.

4. Упрощенное формальное представление о взаимосвязях между экономическими переменными называется экономической ...

- а) моделью;
- б) теорией;
- в) категорией;
- г) гипотезой.

5. Что изучает микроэкономика?

Укажите не менее двух вариантов ответа

а) изучает закономерности функционирования и тенденции развития национального хозяйства в целом и вырабатывает методы борьбы с инфляцией, безработицей, экономическим спадом и другими социально-экономическими проблемами;

б) систему экономических интересов субъектов народного хозяйства и разработка механизмов (институтов) их согласования;

в) вопросы нахождения равновесия между сбережениями и инвестициями, доходами и расходами госбюджета, совокупность спросом и совокупным предложением;

г) экономические интересы, возникающие у субъектов на индивидуальных рынках и механизмы их согласования;

д) формы поведения отдельных фирм – производителей и потребителей, а также вырабатываются предложения и рекомендации по эффективному использованию ограниченных ресурсов.

6. Критерием деления экономической теории на микроэкономику и макроэкономику является...

а) масштаб изучаемого объекта;

б) отсутствие или наличие оценочных суждений;

в) степень связи с экономической политикой;

г) особенности применяемых ограниченных ресурсов.

7. Соотнесите с группами ресурсов:

а) трудовые;

б) природные;

в) капитальные.

Укажите соответствие для каждого нумерованного элемента задания

1) экскаватор

2) метеоролог

3) пахотные земли

8. Метод познания, основанный на соединении в единое целое отдельных частей явления, называется:

а) анализом;

б) научной абстракцией;

в) дедукцией;

г) синтезом.

9. Соотнесите с группами ресурсов:

а) трудовые;

б) природные;

в) капитальные.

Укажите соответствие для каждого нумерованного элемента задания

- 1) геодезист
- 2) угольный бассейн
- 3) производственное здание

10. Что изучает микроэкономика?

Укажите не менее двух вариантов ответа

- а) изучает закономерности функционирования и тенденции развития национального хозяйства в целом и вырабатывает методы борьбы с инфляцией, безработицей, экономическим спадом и другими социально-экономическими проблемами;
- б) систему экономических интересов субъектов народного хозяйства и разработку механизмов (институтов) их согласования;
- в) вопросы нахождения равновесия между сбережениями и инвестициями, доходами и расходами госбюджета, совокупность спросом и совокупным предложением;
- г) экономические интересы, возникающие у субъектов на индивидуальных рынках и механизмы их согласования;
- д) формы поведения отдельных фирм – производителей и потребителей, а также вырабатываются предложения и рекомендации по эффективному использованию ограниченных ресурсов.

Глоссарий:

Микроэкономика – это часть экономической теории, исследующая формы экономического мышления и поведение отдельных экономических субъектов в процессе осуществления ими процесса производства, обмена, распределения и потребления в условиях существования экономического выбора различных способов использования ограниченных (редких) ресурсов.

Макроэкономика – раздел учебного курса экономики изучающая закономерности функционирования и тенденции развития национального хозяйства в целом и вырабатывающая методы борьбы с инфляцией, безработицей, экономическим спадом и другими социально-экономическими проблемами.

Основная цель экономических субъектов – потребителей (домашних хозяйств) повышение своего благосостояния и наиболее полное удовлетворение своих потребностей, а производителей, организаций бизнеса

(фирм) производство экономических благ (товаров и услуг) с целью получения прибыли (выгоды) путем эффективного использования ограниченных ресурсов.

Анализ – это мысленное расчленение изучаемого явления на составные части и исследование каждой из этих частей отдельно. Синтез – это мысленное обобщение полученных в результате анализа теоретических знаний об изучаемом явлении и воссоздание единого целостного представления об изучаемом явлении.

Метод единства логического и исторического представляет собой следование логического (теоретического) исследования изучаемых экономических явлений с отражением реального исторического процесса ее возникновения, развития.

Индукция (наведение) представляет собой такой способ изучения экономических явлений, который предполагает исследование единичных фактов развития данного процесса и осуществление на этой основе общих выводов и положений.

Дедукция (выведение) делает возможным переход от разработанных наиболее общих выводов и положений об исследуемом экономическом явлении к частным заключениям.

Позитивный анализ – это исследование экономики и экономических явлений и процессов такими, какими они есть на самом деле. Позитивные утверждения не обязательно должны быть верными, но любой спор относительно позитивного утверждения можно решить проверкой фактов.

Нормативный анализ основан на исследовании того, как и что должно быть, в этом смысле он противоположен позитивному анализу.

Блага – это всё то, что удовлетворяет естественные потребности людей.

Товар – это продукт, созданный не для внутреннего потребления, а для обмена (продажи). Экономические потребности (economic needs) – это недостаток чего-либо необходимого для поддержания жизнедеятельности и развития личности, фирмы и общества в целом, или это внутренние мотивы, побуждающие к экономической деятельности.

Экономические ресурсы – это все то, чем располагает общество для производства товаров и услуг с целью удовлетворения потребностей людей.

Тема 2.1 Собственность и хозяйствование в микроэкономике.

Формы использования объектов собственности

2.1.1 Экономическое и правовое содержание категории «собственность». Экономические функции и проблема владения, пользования, распоряжения объектом собственности.

2.1.2. Реализация прав собственности и формы использования объектов собственности. Доходы от собственности.

Основная литература (электронные учебники):

1. Журавлева Г. П. Экономическая теория. Микроэкономика: Учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 440 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 553 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>
3. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 395 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>
4. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>
5. Басовский Л. Е. Микроэкономика: Учебник / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 224 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>

Дополнительная литература (книги):

6. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. – 576 с.
7. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.
8. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – Спб.: Питер, 2012. – 608с.

2.1.1. Экономическое и правовое содержание категории «собственность». Экономические функции и проблема владения, пользования, распоряжения объектом собственности.

В основе любой хозяйственной деятельности человека лежит явление собственности. Этот феномен привлекал внимание мыслителей и государственных деятелей с давних времен. С развитием человечества вопросы, связанные с владением и распоряжением тем или иным ресурсом или благом, постоянно усложнялись, а следовательно повышалось их

значение в организации экономической, политической и социальной деятельности общества.

Поэтому сегодня вопросы сущности собственности, закономерностей развития форм собственности, проблемы связанные с реализацией прав собственности занимают представителей самых различных гуманитарных дисциплин – юридических, экономических, философских, исторических и пр. Как следствие, в современной литературе встречаются различные трактовки категории собственности.

В XIX веке, К. Маркс, внесший значительный вклад в развитие экономической теории, определял собственность как «отношение человека к его природным условиям производства как к <...> предпосылкам, данным вместе с его собственным существованием» [4]. По Марксу, в каждую историческую эпоху собственность развивалась «при совершенно различных общественных отношениях». Соответственно «определить буржуазную собственность» означает «дать описание всех общественных отношений буржуазного производства» [3].

На современном этапе преобладают подходы, в которых содержание собственности раскрывается через феномен *присвоения* субъектом экономической деятельности какого-либо объекта из окружающего мира. *Субъектом присвоения выступает* индивид, присваивающий благо, а *объектом присвоения является* то, что присваивается субъектом.

Так, например, собственность понимается как «отношения между людьми по поводу пользования материальными и духовными благами и условиями их производства или исторически определенный общественный способ присвоения благ» [8]. Или же собственность представляется как «институционализированные на общественном уровне и воспроизводящиеся отношения, возникающие между субъектами экономической деятельности по поводу присвоения и обеспечения принадлежности ценностей» [7].

Российский экономист Лоскутов В.И. также указывает, что «собственность есть общественное отношение, выражающее процесс присвоения вещей посредством труда» [13].

Присвоение предполагает, отчуждение или обособление объекта из внешнего мира в пользу кого-либо. Присвоение это действие, направленное на «получение человеком потребных благ, (полезностей, потребительных стоимостей) посредством какого-либо вида деятельности» [12].

Очевидно, что основной и изначальной формой присвоения выступает труд, направленный на создание продукта. Существуют и другие способы присвоения, имеющие исторический характер, к которым можно отнести:

- освоение свободной территории и добыча готовых продуктов природы;
- насильственный захват продуктов чужого труда и самих людей (например, захват рабов, сбор дани в древности или современный рэкет);
- захват земли путем завоевания и последующей защиты;
- освоение залежной земли и присвоение бесхозных объектов;
- приобретение благ посредством обмена (купля-продажа);
- приобретение благ вследствие дарения или наследования;
- производительное использование чужих средств производства (например, на условиях аренды).

Процессом, обратным по своему содержанию процессу присвоения, выступает отчуждение. В этом случае происходит ***изъятие объекта собственности из владения одних лиц другими лицами***.

В условиях ограниченности ресурсов любое присвоение благ одним лицом обозначает отчуждение этого блага от других лиц. Если этот процесс «присвоения–отчуждения» предполагает движение эквивалентного количества благ от одной стороны к другой, то он приобретает форму обмена. Если же, происходит движение благ только в одну сторону или навстречу благам движется неэквивалентный поток, то этот процесс носит форму безвозмездного отчуждения или неэквивалентного обмена.

Например, в условиях свободного рынка у продавца земельного участка отчуждается участок в пользу покупателя в обмен на ту сумму денежных средств, которая, по его мнению, компенсирует ему текущие и будущие потери тех выгод, которые он мог бы получить от использования этого участка.

В качестве примера неэквивалентного обмена можно привести отношения между крестьянином–арендатором и землевладельцем в эпоху феодальных отношений. В обмен на возможность проживания и ведения хозяйства на земле крестьянин отдавал большую часть урожая (иногда почти весь) владельцу земли, или же отрабатывал в пользу землевладельца до 5–6 дней в неделю.

Итогом процесса присвоения выступает фактическое обладание объектом собственности или документально подтвержденное право обладать им. Это влечет за собою возникновение прав владения, пользования и распоряжения объектом собственности, отражающее формирование юридических отношений между субъектами и характеризующее собственность как юридическую категорию.

С экономической точки зрения, собственность реализуется полностью

только тогда, когда эксплуатация объекта собственности приносит доход или какую-либо выгоду ее субъекту, который может *распорядиться ими по своему усмотрению*.

Такой доход представляет собой весь *вновь созданный продукт или его часть, которые получены благодаря соединению труда и средств производства* [1]. Именно получение дохода является мотивом функционирования и конечным результатом использования объекта собственности. Собственник объекта может переуступить часть прав относительно объекта другим лицам, но он никогда не уступит права на доход.

В зависимости от формы использования объекта собственности этот доход может принимать разные формы – прибыли, ренты, предпринимательского дохода, доход от аренды.

Прибыль выступает формой дохода, в которой отражается конечный результат производства и реализуется непосредственно право собственников средств производства. При этом собственник предприятия может и не участвовать непосредственно в производстве. Если же собственник принимает участие в производстве (управляет деятельностью предприятия), то он получает предпринимательский доход, который включает прибыль собственника и вознаграждение за предпринимательский труд.

Рента как форма дохода предполагает обособление собственника от объекта собственности и получение постоянного дохода абсолютно без участия в непосредственном использовании собственности в экономической деятельности. Это доход, приносимый собственнику объекта, выступающего фактором производства, в долговременном периоде, в силу его ограниченности.

Доход от аренды предполагает передачу в аренду какое либо имущество, выступающее объектом собственности и получение дохода за использование этого имущества другим субъектом в экономической деятельности.

Следовательно, результат экономической реализации собственности, выраженный в разных формах получаемого дохода, может существенно различаться в зависимости от принадлежности объекта собственности к классу факторов производства или потребительских благ. Так, в условиях крупного частного землевладения монопольные права собственности на землю, которая является ключевым фактором производства в сельском хозяйстве, дают землевладельцу особый социальный статус и *власть* над

экономически зависимыми землепользователями, что позволяет ему присваивать значительную часть получаемого дохода.

В качестве еще одного примера можно привести обладание редкой, уникальной информацией, дающее ее собственнику определенную власть. Ведь именно владелец решает с кем и за какую выгоду он готов ею поделиться. Так, информация о решении правительства установить «потолок» цены на какой-либо вид товаров ниже текущей имеет большую ценность для продавцов этих товаров. Те из них, которые завладеют этой информацией, быстрее реализуют свои товары по существующей цене, и получают выгоды, пока к решению правительства не имеют доступа большинство продавцов.

Очевидно, что вопросы собственности лежат в основе всех экономических отношений в процессе производства, распределения, обмена и потребления благ и услуг, т.к. они неразрывно связаны с экономическими интересами людей, главным из которых выступает максимально полное удовлетворение своих потребностей. Но в условиях ограниченности ресурсов экономические агенты в своем стремлении максимизировать собственную выгоду, неизбежно вступают в конфликт по поводу присвоения тех или иных объектов, будь то ресурсы или товары, средства производства или потребительские блага. Поэтому особое значение исследователями придается и социальному аспекту собственности, т.к. отношения собственности это отношения одновременно между людьми, группами, классами и т.д., регулируемые самим обществом через определенные институты. Причем не только общественные отношения регулируют отношения собственности, но и отношения собственности формируют отношения как между отдельными лицами, так и группами лиц. Например, собственник может стать таковым, только будучи признанным не отдельными людьми, а обществом в целом, которое, используя соответствующие институты и организации, регламентирует, санкционирует и обеспечивает безопасность реального присвоения благ. Разрешать конфликты и предотвращать появление новых конфликтов призваны государство и созданные обществом правовые институты посредством регулирования поведения участников экономических отношений.

В научной литературе собственность объясняется преимущественно с юридической точки зрения, где понятие собственности рассматривается, сквозь призму имущественных отношений. Термин «собственность» здесь отражает принадлежность определенного объекта в установленном объеме какому-либо лицу (физическому или юридическому), или проще говоря,

показывает *что, кому и в каком количестве принадлежит*. Особое значение отводится легитимности такой принадлежности, отражающей юридические основания приобретения права собственности.

Основания приобретения права собственности перечисляются в соответствующих нормативно-правовых актах, основной задачей которых является регулирование оборота имущества и упорядочивание тех отношений, которые складываются между экономическими агентами по поводу присвоения тех или иных материальных благ.

В правовой науке исследователями рассматривается не собственность как таковая, а право или права собственности. При этом принято различать два подхода к изучению прав собственности – в рамках романо-германской и англо-саксонской правовых систем (гражданское право и общее право).

Романо-германская (континентальная) правовая традиция, сформировавшаяся на основе римского права, характерна для стран континентальной Европы (Германия, Бельгия, Франция, Россия и пр.). Здесь право собственности рассматривается как единая и неделимая триада прав владения, пользования и распоряжения.

Право владения означает возможность фактического физического обладания вещью, ее удержания в своей власти.

Право пользования вещью и извлечения из нее полезных свойств предполагает возможность эксплуатации вещи и получения от нее выгод и доходов.

Право распоряжения вещью подразумевает возможность собственника по своему усмотрению совершать действия, определяющие юридическую судьбу вещи – продавать, закладывать, а также уничтожать вещь.

Собственником того или иного объекта в рамках романо-германского подхода может выступать только одно лицо, у которого эти правомочия концентрируются. Рассредоточение прав собственности на один и тот же объект у нескольких лиц выступает как пережиток феодализма, когда, например, король как верховный собственник земли делегировал часть своих прав вассалам в обмен на несение службы в его пользу.

В Российской Федерации содержание права собственности раскрывается в Гражданском Кодексе, согласно которому *«собственнику принадлежат права владения, пользования и распоряжения своим имуществом»* [11, Гражданский кодекс РФ, ст. 209].

Англо-саксонская правовая традиция действует в таких странах как Великобритания, США. Здесь право собственности выступает как сложный пучок правомочий. Причем правомочия на один и тот же ресурс могут

рассредоточиваться у нескольких лиц.

На стыке англо-саксонского подхода и институционального направления экономической мысли сложилась так называемая теория прав собственности, известный представитель которой Г. Демсетц в своей работе «The property rights paradigm» высказал следующее: *«Не ресурс сам по себе является собственностью; пучок или доля прав по использованию ресурса – вот что составляет собственность»* [10].

Чаще всего этот пучок прав собственности связывают с набором прав А. Оноре, состоящего из 11 элементов [5]:

- 1) право владения, т. е. физического контроля над вещью;
- 2) право пользования, т. е. личного использования вещи;
- 3) право управления, т. е. решения, как и кем вещь может быть использована;
- 4) право на доход, т. е. на блага, проистекающие от предшествующего личного пользования вещью или от разрешения другим лицам пользоваться ею (иными словами – право присвоения);
- 5) право на «капитальную ценность» вещи, предполагающее право на отчуждение, потребление, проматывание, изменение или уничтожение вещи;
- 6) право на безопасность, т. е. иммунитет от экспроприации;
- 7) право на передачу вещи по наследству или по завещанию;
- 8) бессрочность, т.е. неограниченность обладания правомочиями во времени, если иное не оговорено в контракте;
- 9) обязанность воздерживаться от использования вещи вредным для других способом;
- 10) ответственность в виде взыскания, т. е. возможность отобрания вещи в уплату долга;
- 11) остаточный характер, т. е. ожидание «естественного» возврата переданных кому-либо правомочий по истечении срока передачи или в случае утраты ею силы по любой иной причине.

Очевидно, что чем шире набор прав, связанный с объектом, тем больший интерес он представляет для потенциальных собственников. Но для действующего собственника не менее важное значение имеет то, насколько четко и ясно определены, или специфицированы, его правомочия относительно объекта.

Под спецификацией права собственности понимается создание режима исключительности для отдельного индивида посредством определения субъекта права, объекта права, набора правомочий, которыми располагает данный субъект, а также механизма, обеспечивающего их соблюдение [7]. Иными словами, доступ всех других агентов к правомочиям, которые

закреплены за этим индивидом, должен быть если не исключен, то хотя бы максимально ограничен. Существует процесс обратный спецификации – размывание прав собственности, что может происходить потому, что права неточно установлены или плохо защищены со стороны государства.

Российский представитель институционализма Р. Капелюшников так видит права собственности:

«С точки зрения выполняемой социальной функции права собственности предстают как определенные «правила игры», регулирующие взаимоотношения между людьми по поводу ограниченных (редких) ресурсов, а с точки зрения их внутреннего содержания – как «пучки правомочий», имеющиеся у каждого агента» [14].

Таким образом, права собственности предстают не только как набор определенных правомочий, закрепленный неким гарантом за признанным обществом субъектом в отношении объекта, но и как ***«совокупность властных прав, санкционированных поведенческих отношений, складывающихся между людьми по поводу использования ими экономических благ»*** [5].

2.1.2 Реализация прав собственности и формы использования объектов собственности. Доходы от собственности.

С точки зрения распределения прав собственности различают следующие режимы прав собственности:

- частная собственность, когда исключительными правами пользуются отдельные индивиды;
- государственная (муниципальная) собственность, когда исключительные права принадлежат государству (муниципалитету);
- коммунальная собственность, где исключительные права принадлежат некоему сообществу людей, которые контролируют доступ к ресурсу;
- общая собственность (или режим свободного доступа).

Очень часто выделяют три основные формы собственности – частную, общую (кооперативную) и государственную.

Как уже говорилось, частная форма собственности подразумевает концентрацию всех правомочий у отдельного лица. В условиях частной собственности трудиться могут и наемные рабочие, а управляют и распоряжаются объектом будут другие. Подвидом частной собственности выступает индивидуальная собственность, когда трудится, управляет и распоряжается объектом собственности и получает доход один человек.

Термин «коммунальная собственность» близок к понятию «общая собственность», которая образуется объединением лиц, имеющих права частных собственников. Общая собственность может быть долевой (когда объект собственности поделен на доли, которые распределены между участниками) или совместной (объект собственности принадлежит всем участникам на равных условиях без выделения долей).

Государственная собственность подразумевает, что абсолютные права собственности находятся не у отдельных частных лиц и их объединений, а у государства как института политической и экономической власти. Государство здесь является верховным распорядителем имущества, а управляют имуществом назначенные государством руководители (например, директора государственных предприятий или главы соответствующих ведомств), деятельность которых регламентирована специальными нормативно-правовыми актами.

Отличие муниципальной формы собственности заключается в том, что верховным распорядителем муниципального имущества являются органы местной власти, и управляют они либо непосредственно муниципальными органами, либо назначенными руководителями.

Вследствие того, что современная экономика динамично изменяется и усложняется, также динамично развиваются и указанные формы собственности. Они смешиваются, комбинируются, перенимают черты друг друга, что особенно характерно для переходного периода экономики.

Под приватизацией понимается **«процесс передачи государственной собственности частным экономическим субъектам»** [8], т.е. происходит смена формы собственности из общенародной, государственной в частную форму.

Приватизация выступает одной из форм разгосударствления (денационализации) экономики. В этом случае преобразование государственной формы собственности в иные формы подразумевает передачу объектов государственной собственности гражданам, коллективам физических или юридических лиц и пр.

Объектами приватизации могут быть земельные участки, предприятия торговли и сферы услуг, жилищный фонд, жилищное строительство, мелкие, средние и крупные предприятия промышленности и сельского хозяйства.

Цель приватизации состоит в повышении эффективности функционирования народного хозяйства, увеличения уровня благосостояния населения и решения социальных задач. Для этого посредством передачи государственной собственности в частный сектор формируется слой частных

собственников–предпринимателей, которые призваны повысить эффективность работы предприятий различных отраслей за счет действия рыночного механизма.

Однако не всегда в процессе проведения приватизации поставленные цели реализуются в полном объеме. Так, например, приватизация в промышленности, в Российской Федерации, проведенная в начале 90-х годов привела к резкому спаду производства и снижению уровня благосостояния населения. Государство также не получило ожидаемой выгоды от продажи имущества в виде доходов бюджет. В условиях высокой инфляции приватизация по остаточной стоимости основных средств, привела к потерям из-за низкой, не соответствующей реальной цене продажи активов государства.

Процесс реформирования отношений собственности на землю в конце прошлого столетия также не прошел гладко. Как известно, основной целью ставилось разгосударствление земли и создание условий для возникновения рынка земли и формирования субъектов этого рынка – владельцев земли на праве частной собственности. Предполагалось, что введение частной собственности на земельные участки вкупе с их свободным рыночным оборотом приведет, согласно одному из постулатов экономической теории, к тому, что эти участки в итоге окажутся в руках наиболее эффективных собственников, обладающих наиболее оптимальным сочетанием качеств (предпринимательская способность, ориентированность на рыночное хозяйство и пр.) и средств (в т.ч. финансовых средств и предприятий). В результате действия рыночного механизма те собственники земель, которые не смогли приспособиться к рыночному сельскому хозяйству, должны были бы просто покинуть отрасль, продав (или сдав в аренду) эти участки более успешным предпринимателям. А те, будучи заинтересованными в ведении агробизнеса (а точнее в получении максимальной прибыли от него), конкурируя друг с другом по цене и качеству товаров, должны были вывести аграрный сектор из застоя.

Для реализации этой концепции предложено было разделить земли между бывшими работниками колхозов и совхозов в форме условных долей, которыми те могли распорядиться по своему усмотрению – организовать фермерское хозяйство, вступить в кооперативы, акционерные общества, товарищества и пр. В итоге обладателями земельных долей стали около 11,8 млн. граждан, из которых лишь 1,7 млн. зарегистрировали свои права в установленном порядке [15]. Распределение приватизированных земель показано на рисунке 2.

В итоге в основе функционирования вновь созданных хозяйств остались кооперативные начала: бывшие работники колхозов просто объединили выделенные им пай и продолжают работать в том же хозяйстве, которое просто «сменило вывеску». Те же хозяйства, что на свой страх и риск решили оформиться в крестьянские фермерские хозяйства, просто не смогли приспособиться к условиям рыночной экономики, и большая их часть была ликвидирована из-за убыточности.



Рисунок 2.1.1 Распределение приватизированных земель, по форме собственности и собственникам [15]

Для того чтобы приватизация привела к решению поставленных социально-экономических целей необходимо соблюдение следующих условий:

- наличие надежной правовой базы проведения приватизации, гарантирующая защиту интересов государства;
- создание развитой рыночной инфраструктуры (прежде всего фондового рынка);
- отработанная процедура продажи государственных предприятий, обеспечивающая равный конкурентный доступ покупателей;
- предварительная оценка величины спроса на денационализируемый сектор (или отрасли) экономики.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение понятия «собственность» и раскройте его содержание.
2. Что понимается под терминами «присвоение» и «отчуждение»?
3. Какие виды присвоения вы можете перечислить?

4. В каких случаях процесс «присвоение–отчуждение» носит эквивалентный и неэквивалентный характер? В каких случаях присвоение происходит безвозмездно?
5. Как происходит экономическая реализация собственности?
6. Дайте определение понятия «права собственности».
7. Перечислите основных представителей теории прав собственности?
8. Перечислите правомочия собственника в романо-германской правовой традиции.
9. Перечислите правомочия собственника в англо-саксонской правовой традиции.
10. Перечислите, в каких странах действует романо-германская правовая традиция? Англо-саксонская?
11. Что понимается под спецификацией прав собственности?
12. Перечислите основные формы собственности.
13. Дайте характеристику частной формы собственности. В чем разница между индивидуальной собственностью и частной собственностью?
14. Дайте характеристику общей собственности. В чем разница между общей долевой и общей совместной собственностью?
15. Дайте характеристику государственной и муниципальной формы собственности. В чем их отличие?

Тесты

1. Одно из правомочий в наборе прав Оноре носит отрицательный характер с позиции собственника. Это:
 - а) бессрочность;
 - б) обязанность воздерживаться от использования вещи вредным для других способом;
 - в) ответственность в виде взыскания, т. е. возможность отобрания вещи в уплату долга;
 - г) остаточный характер, т. е. ожидание «естественного» возврата переданных кому-либо правомочий по истечении срока передачи.
2. При какой форме собственности наиболее ярко выражается личная материальная заинтересованность собственника в обогащении за счет своего имущества?
 - а) индивидуальная и частная собственность;

- б) индивидуальная собственность;
- в) государственная собственность;
- г) общая собственность.

3. Плата за временное пользование чужой собственностью называется:

- а) арендной платой;
- б) прибылью;
- в) дивидендом;
- г) ценой.

4. Назовите объекты собственности, для которых характерен режим свободного доступа:

- а) материальные и нематериальные услуги;
- б) труд, земля, капитал и прочие средства производства;
- в) природная среда, океан, воздух, отчасти информация и интернет ресурсы;
- г) нет верного ответа.

5. Существование государственной формы собственности обусловлено:

- а) наличием нерентабельных отраслей в экономике;
- б) необходимостью спецификации и защиты прав собственности;
- в) необходимостью решения общенациональных и социальных задач;
- г) все вышеперечисленное верно.

6. Теория прав собственности не рассматривает:

- а) проблему размывания прав собственности;
- б) проблему внешних эффектов;
- в) проблему спецификации прав собственности;
- г) проблему формирования частной собственности.

7. В условиях частной собственности мерой распределения дохода является:

- трудовой вклад;
- потребности;
- экономические интересы;
- капитал.

8. Причиной размывания прав собственности может быть:

- а) высокие издержки спецификации;
- б) нет гаранта механизма защиты прав собственности;
- в) не определены субъект и объект прав;
- г) верно все перечисленные.

9. Процесс, обратный разгосударствлению, называется:

- а) приватизацией;
- б) национализацией;
- в) денационализацией;
- г) нет верного ответа.

10. Доходы от аренды земельных участков собственности Российской Федерации поступают:

- а) в бюджет государственных предприятий или учреждений, которые сдают это имущество;
- б) в бюджет муниципалитетов;
- в) в бюджет субъектов федерации;
- г) в федеральный бюджет.

11. Отрицательное проявление частной собственности наблюдается при:

- а) имущественной дифференциации собственников;
- б) жесткой зависимости благосостояния собственника от результатов производственной деятельности;
- в) усилении конкурентной борьбы;
- г) способствовании развитию предприимчивости.

12. Отрицательной стороной режима свободного доступа является:

- а) отсутствие ограничений в использовании ресурса;
- б) равные права и обязанности всех агентов по отношению к пользованию ресурсами;
- в) сверхиспользование и перегруженность ресурсов;
- г) все ответы верны.

13. Из нижеперечисленного обычно в общей долевой собственности находятся:

- а) предметы домашнего быта (мебель, телевизоры, посуда);
- б) квартира или иное недвижимое имущество;

- в) транспорт, средства передвижения;
- г) драгоценные камни, ювелирные украшения, предметы искусства.

Глоссарий

Присвоение это действие, направленное на «получение человеком потребных благ, (полезностей, потребительных стоимостей) посредством какого-либо вида деятельности

Отчуждение – изъятие объекта собственности из владения одних лиц другими лицами.

Право собственности рассматривается как единая и неделимая триада прав владения, пользования и распоряжения.

Право владения означает возможность фактического физического обладания вещью, ее удержания в своей власти

Право пользования вещью и извлечения из нее полезных свойств предполагает возможность эксплуатации вещи и получения от нее выгод и доходов

Право распоряжения вещью подразумевает возможность собственника по своему усмотрению совершать действия, определяющие юридическую судьбу вещи – продавать, закладывать, а также уничтожать вещь

Спецификация права собственности – создание режима исключительности для отдельного индивида посредством определения субъекта права, объекта права, набора правомочий, которыми располагает данный субъект, а также механизма, обеспечивающего их соблюдение

Приватизация - процесс передачи государственной собственности частным экономическим субъектам

Частная форма собственности – режим права собственности, подразумевающий концентрацию всех правомочий у отдельного лица

Государственная собственность – режим права собственности, подразумевающий, что абсолютные права собственности находятся не у отдельных частных лиц и их объединений, а у государства как института политической и экономической власти

**Тема 3.1. Виды экономического образа мышления и поведения.
Рациональный выбор. Кривая производственных возможностей.
Альтернативные и вмененные издержки.**

3.1.1. Экономическое мышление и рациональный выбор.

3.1.2. Виды экономического поведения. Оппортунизм.

3.1.3. Кривая производственных возможностей. Альтернативные (вмененные) издержки выбора.

Основная литература (электронные учебники):

1. Журавлева Г. П. Экономическая теория. Микроэкономика: Учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 440 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
3. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
4. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
5. [Басовский Л. Е.](#) Микроэкономика: Учебник / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 224 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Дополнительная литература (книги):

6. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.
7. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.
8. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 608с.

3.1.1. Экономическое мышление и рациональный выбор

Что мы, собственно говоря, понимаем под «экономическим образом мышления»? Прежде всего, то, что подразумевается самим термином: скорее подход, чем набор уже готовых выводов. Дж. М. Кейнс удачно сформулировал это в том отрывке: «Экономическая теория не есть набор уже готовых рекомендаций, применимых непосредственно в хозяйственной политике. Она является скорее методом, чем учением, интеллектуальным

инструментом, техникой мышления, помогая тому, кто владеет ею, приходить к правильным заключениям».

Но что такое «техника мышления»? В самых общих чертах - это некая предпосылка о том, чем человек руководствуется в своем поведении. За удивительно редкими исключениями экономические теории строятся, опираясь на вполне определенную предпосылку, что индивидуумы предпринимают те действия, которые, по их мнению, принесут им наибольшую чистую пользу. Предполагается, что каждый поступает в соответствии с этим правилом: скупец и расточитель, святой и грешник, покупатель и продавец, политический деятель и руководитель фирмы, человек осторожный, полагающийся на предварительные расчеты, и отчаянный импровизатор. Важно, однако, чтобы вы правильно это поняли.

Экономическая теория вовсе не утверждает, что люди - эгоисты, или что они чересчур материалистичны, с ограниченным кругозором, интересуются только деньгами и не чувствительны ко всему остальному. Ничего этого не предполагается, когда мы говорим, что люди стремятся к возможно большей чистой пользе. В действительности все зависит от того, как они сами понимают свои интересы. Некоторые испытывают огромное удовлетворение, помогая другим. Есть, к сожалению, и такие - вероятно, их немного - которые получают удовлетворение, вредя своим ближним. Кто-то наслаждается видом цветущих роз. Другие с охотой пустились бы в спекуляцию городской недвижимостью.

Но если все люди такие разные, то каким же образом, исходя из одной только предпосылки о стремлении каждого удовлетворить свои интересы, экономической теории удастся что-то объяснить или предсказать в их поведении? Разве из этой предпосылки следует что-либо помимо того, что люди всегда действуют так, как хотят, в чем бы ни состояли их интересы?

Впрочем, не надо отчаиваться. В действительности люди отнюдь не такие уж разные, как могло бы показаться из сделанных выше сопоставлений. Всем нам постоянно удастся правильно предсказывать поступки совершенно не знакомых людей – без этого нормальная жизнь в обществе просто невозможна. Подобно тому, как невозможным при таких условиях был бы транспортный поток в часы пик. Кроме того, в любом обществе, широко использующем деньги, почти каждый человек предпочитает иметь их побольше, потому что деньги расширяют возможности достижения собственных интересов (в чем бы они ни состояли). Последнее обстоятельство сильно помогает предсказывать человеческое поведение.

Оно также оказывается весьма полезным и в тех случаях, когда требуется повлиять на поведение других людей. Здесь мы снова возвращаемся к вопросу об общественном сотрудничестве и ко второй характерной особенности экономического образа мышления.

Экономическая теория утверждает, что, действуя в своих собственных интересах, люди создают возможности выбора для других и что общественная координация есть процесс непрерывного взаимного приспособления к изменениям в чистой выгоде, возникающим в результате их взаимодействия. Это, конечно, очень абстрактное рассуждение. Мы конкретизируем его на прежнем примере с транспортным потоком.

3.1.2 Виды экономического поведения. Оппортунизм.

Экономическое поведение (действие) – поведение людей, добровольно или вынужденно руководствующихся рыночными целями, законами и ограничениями. Таково широкое определение экономического поведения. Более узкая трактовка предполагает сознательное стремление к выгоде (прибыли), минимизацию своих усилий и имеющихся в наличии ресурсов, но максимизацию своей прибыли и выгоды. Подобным образом ведут себя отдельные люди, фирмы и экономика в целом, если они представляют собой рационально устроенные системы, предпринимающие только или преимущественно целесообразные действия. А это означает перебор вариантов экономического действия, его последствий и выбор наилучшего решения.

Выстраивая линию экономического поведения, люди ориентируются на свои потребности, цели, интересы, мотивы и ценности. Это строительный материал внутренней структуры экономического поведения. Внешняя структура определяется не психологическими, а экономическими параметрами: соотношение спроса и предложения, ставка капитала, банковский процент и т.п. Устраиваясь на работу, индивид руководствуется не только собственными желаниями (устроиться на престижную должность), но и реальными предложениями на рынке труда. Его сберегательное поведение будет ориентировано на количество имеющихся у него средств, банковский процент и уровень инфляции. Исходя из них, население решает, нести ему деньги в сберкассу или хранить их под подушкой.

Экономике как системе ведения рационального хозяйства столько же лет, сколько и самому обществу — 40 тысяч. Она лучше всех других

институтов общества обслуживает нужды, потребности и запросы людей. Человеческие нужды – чувство настоятельной необходимости удовлетворения основных надобностей. Люди нуждаются в пище, одежде, чувстве безопасности, ощущении принадлежности к группе, уважении. Такова биологическая природа людей.

В современной экономической науке под оппортунизмом понимают «следование своим интересам, в том числе обманным путем, включая сюда такие явные формы обмана, как ложь, воровство, мошенничество, но едва ли ограничиваясь ими. Намного чаще оппортунизм подразумевает более тонкие формы обмана, которые могут принимать активную и пассивную форму, проявляться *ex ante* и *ex post*».

3.1.3 Кривая производственных возможностей. Альтернативные (вмененные) издержки выбора.

Многообразие потребностей при ограниченности средств их удовлетворения приводит к тому, что в действительности будут удовлетворены далеко не все из них и скорее всего не в полной мере. Следовательно, любое экономическое действие фактически означает выбор подлежащей удовлетворению в данный момент потребности – одной или нескольких из всех возможных. В то же время удовлетворение возрастающих потребностей ограничено имеющимися ресурсами и технологиями. Из этого следует, что проблема принятия экономических решений в сущности является проблемой выбора одного из альтернативных вариантов экономических действий. Одновременно это же действие означает отказ от удовлетворения всех остальных потребностей в данной ситуации.[1] Сделав выбор приходится отказываемся от других вариантов то есть несем альтернативные издержки.

Производственные возможности – возможности общества по производству экономических благ при полном и эффективном использовании всех имеющихся ресурсов при данном уровне развития технологии. [2]

Производственные возможности общества можно продемонстрировать в виде кривой производственных возможностей.

Кривая производственных возможностей показывает альтернативные варианты производства 2 благ при полном и эффективном использовании ресурсов при существующих технологиях. [2]

Поясним на условном примере допустим в обществе производится 2 блага: зерно и биотопливо. Рассмотрим различные варианты производства данных благ (таблица 3.1).

Таблица 3.1 Варианты производства зерна и биотоплива в обществе.

Варианты альтернативного производства	Зерно, млн. т	Биотопливо, млн. т	Альтернативные издержки производства биотоплива
А	6	0	0
Б	5,9	0,5	0,1
В	5,7	1	0,2
Г	5,3	1,5	0,4
Д	4,5	2	0,8
Е	2,9	2,5	1,6
Ж	0	3	2,9

Построив график по табличным данным на осях производимые блага продукция, мы получим кривую производственных возможностей (рисунок 3.1).

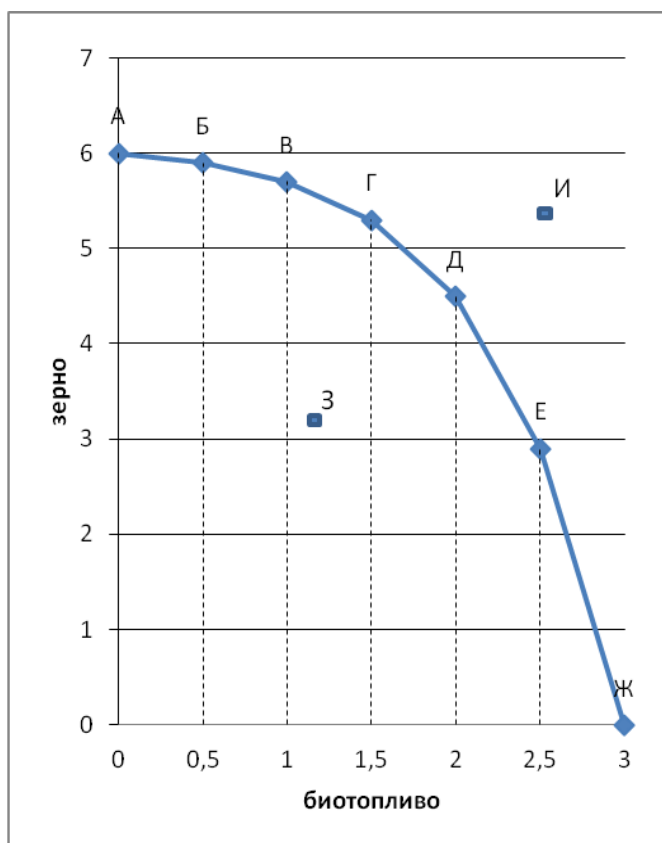


Рисунок 3.1 Кривая производственных возможностей

Все точки расположены под кривой означают не полное, либо не эффективное, использование ресурсов, например точка 3. А все точки расположенные над кривой означают не возможность производства данного

варианта производства при данных ресурсах и технологиях, например точка И. Обычно кривая производственных возможностей имеет выпуклую форму. Это связано с законом возрастающих альтернативных издержек. При увеличении производства одного блага приходится, все в большей мере жертвовать производством другого блага. В нашем случае увеличивая производство топлива, первые 0,5 млн. т приходится сокращать производство зерна на 0,1 млн. т, а вторые 0,5 млн. т уж обходятся 0,2 млн. т зерна и т.д. Кривая производственных возможностей исторична. В случае изменения используемых ресурсов и технологий кривая производственных возможностей смещается.

Проблема экономического выбора, не устранима в условиях ограниченных ресурсов и не зависит от экономической системы.

Список использованной литературы

1. Курс экономической теории: Учебное пособие / Под ред. д.э.н., проф. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2007. – 832 с.
2. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики: Учебник: допущено М-вом образования РФ/ Р. М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2009. – 560 с.
3. Экономика: учебник / Под ред. А.С. Булатова. – 4-е изд., перераб. и доп.. – М.: Экономистъ, 2008. – 831 с.
4. Экономикс: принципы, проблемы и политика Том(часть) 1.: Учебник – 16-е изд.,англ. /Макконнелл К.Р., Брю С.Л. М.: ИНФРА–М, 2008. – 972 с.
5. Экономический образ мышления.- Пер. с англ. Издание второе, стереотипное.- М.: Изд-во «Дело» при участии Изд-ва «Catallaxy», 1992 - 704 с.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите особенности экономического образа мышления.
2. Особенности экономического поведения.
3. Предпосылки оппортунистического поведения.
4. Дайте определению понятию «альтернативные издержки».
5. В чем заключается проблема экономического выбора?
6. Объяснить закон возрастания вмененных (альтернативных) издержек.
7. Чем предопределяется проблема рационального выбора?
8. Что представляют собой производственные возможности общества?
9. Возможен ли сдвиг КПВ? Объяснить.

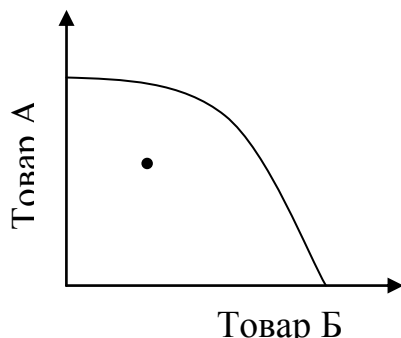
10. Что показывает кривая производственных возможностей

Тесты

1. Сдвиг кривой производственных возможностей вправо означает...

- а) рост потребностей;
- б) рост доходов;
- в) увеличение ресурсов;
- г) сокращение ресурсов.

2. Положение точки «Ж» на графике означает.



- а) несоответствие экономических целей имеющимся возможностям;
- б) полное использование ограниченных ресурсов;
- в) неэффективное использование имеющихся ресурсов;
- г) наиболее эффективное распределение ресурсов между производством средств производства и предметов потребления.

3. Выпуклость кривой производственных возможностей объясняется законом

- а) возрастающих альтернативных издержек;
- б) спроса и предложения;
- в) убывающей предельной производительности;
- г) экономии времени.

4. Кривая производственных возможностей показывает:

- а) точные объем производства двух благ;
- б) наилучшую комбинацию двух благ;
- в) альтернативные комбинации благ при наличии данного количества ресурсов;
- г) производство блага и затраты на него.

5. Альтернативными издержками производства 1 т зерна является:

- а) рыночная цена 1 т зерна;
- б) расходы на обработку почвы;
- в) заработная плата;
- г) цена картофеля который можно было произвести за место 1 т зерна.

Задача 1

Определите альтернативные издержки производства 1 т пшеницы, если место пшеницы можно было вырастить картофель. При урожайность зерновых 2,5 т/га а картофеля 30 т/га и цене 10 руб/кг.

В хозяйстве имеется 5 полей по 100 га, на которых можно вырастить овощи или зерно, урожайность полей показана в таблице.

№ поля	Урожайность зерновых ц/га	Урожайность картофеля ц/га
1	30	100
2	10	300
3	20	200
4	25	150
5	15	250

Постройте кривую производственных возможностей хозяйства.

Глоссарий

Экономическое поведение (действие) – поведение людей, добровольно или вынужденно руководствующихся рыночными целями, законами и ограничениями.

Производственные возможности – возможности общества по производству экономических благ при полном и эффективном использовании всех имеющихся ресурсов при данном уровне развития технологии.

Кривая производственных возможностей показывает альтернативные варианты производства 2 благ при полном и эффективном использовании ресурсов при существующих технологиях.

Оппортунизм – такое поведение человека, когда он преследует свою выгоду, пренебрегая общественным договором

Альтернативные издержки – доход, упущенный экономическим агентом в результате принятия им какого-либо решения.

МОДУЛЬ 2

Тема 4.1. Рыночная система: взаимодействие спроса и предложения на конкурентном рынке. Равновесная цена и равновесный объем производства. Виды равновесия.

4.1.1 Закон спроса и закон предложения. Ценовые и неценовые факторы спроса и предложения

4.1.2. Установление рыночного равновесия. Последствия совместного и раздельного изменения спроса и предложения.

4.1.3 Виды равновесия и неравновесия

4.1.4 Восстановление равновесия по Л. Вальрасу и по А.Маршаллу. Паутинообразная модель равновесия

Основная литература:

1. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
3. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
4. Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ, Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

Дополнительная литература (книги):

5. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.
6. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.
7. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – Спб.: Питер, 2012. – 608с.

4.1.1 Рыночная система: закон спроса и закон предложения. Ценовые и неценовые факторы спроса и предложения

Условия возникновения рынка тождественны условиям возникновения основы рыночного хозяйства – товарного производства, сформировавшегося на базе натурального производства [1;5].

Натуральное производство – это такая форма хозяйствования, в которой блага и услуги производятся отдельной хозяйственной единицей для собственного потребления.

Развитие общественного разделения труда и частной собственности приводит к специализации, следовательно, к необходимости обмена продуктами, производимыми обособленными частными производителями. В данном случае продукт становится **товаром**. *Здесь «товар» – это экономическая категория, обозначающая продукт, изготовленный не для собственного потребления, а для обмена или продажи на рынке (т.е. «товар» – объект обменной сделки).*

Иными словами, обмен продуктами превращается в обмен товарами, т. е. натуральное производство превращается в товарное производство.

Товарное производство проходит в своем развитии ряд стадий:

- простое (неразвитое) товарное производство – это производство товаров крестьянами и ремесленниками, овеществленная экономическая связь между которыми осуществляется посредством рынка;

- развитое товарное производство – это производство, в котором товаром также становятся все факторы производства, а рыночные отношения приобретают всеобщий характер, овеществляя всю систему экономических отношений;

- капиталистический способ производства – это высшая ступень развития товарного производства.

Условия возникновения рынка с учетом всего сказанного могут быть сформулированы следующим образом.

Первое условие – общественное разделение труда, в основе которого лежит разделение выполняемых людьми функций, а также специализация.

Второе условие – экономическая обособленность производителей, независимых в принятии хозяйственных решений (что, как, для кого и когда производить). Экономическая обособленность исторически возникает на базе закрепления прав собственности.

Третье условие – спецификация прав собственности, обуславливающая существование рынка.

Известны различные определения базовой экономической категории «рынок» [2; 5].

В самом узком смысле слова под рынком понимается торговая площадь, в широком смысле – форма товарно-денежного обращения.

Рынок рассматривается и как характер системы общественных связей между экономическими агентами, и как общественная форма функционирования экономики.

Можно сказать также, что рынок – это социально-экономический институт, обеспечивающий продавцам и покупателям возможность вступать в контакт для осуществления взаимовыгодных сделок.

Кроме того, рынок определяется как самостоятельная подсистема (наряду с государством и натуральным хозяйством) в определенной национальной экономической системе.

Сущность рынка проявляется в его функциях [2; 5]:

Интегрирующая (посредническая) функция выражается в соединении сфер производства, торговли и потребления.

Ценообразующая функция состоит в сопоставлении затрат и результатов и установлении ценностных эквивалентов для обмена товарами.

Регулирующая функция выполняется рынком в процессе регулирования соотношения всех сфер экономики, и балансирования спроса и предложения по цене, объему и структуре.

Информационная функция заключается в том, что рынок информирует своих участников о конъюнктуре посредством изменяющихся цен, процентных ставок и т. п.

Контролирующая функция рынка проявляется в установлении соответствия между потребностями покупателей и количеством и качеством производимых товаров.

Стимулирующая функция реализуется в побуждении производителей максимизировать прибыль, обновляя производство и повышая его эффективность.

Санитрующая (оздоравливающая) функция состоит в процессе «очищения» экономики от неэффективной хозяйственной деятельности путем банкротства неконкурентоспособных предприятий (**ответ на вопрос 3**).

Выполнение рынком своих функций определяет **роль рынка в экономике**, которая сводится:

– к сбалансированию спроса и предложения, всей экономики в целом;

- к формированию сигнала для производителей об объеме и структуре производства;

- к дифференциации товаропроизводителей в соответствии с эффективностью их работы и степенью удовлетворения потребительского спроса;

- к санированию экономики от неконкурентоспособных предприятий.

Перечисленные выше функции рынка свидетельствуют о том, что рынок, как и любое другое экономическое явление, имеет и положительные, и отрицательные стороны.

Отметим положительные и отрицательные стороны рынка.

Положительные стороны (плюсы, преимущества) рынка:

- функционирует на основе саморегулирующегося механизма;
- обладает высокой адаптивностью к изменяющимся условиям;
- обеспечивает наличие экономической свободы;
- позволяет осуществлять выбор варианта рационального поведения;
- удовлетворяет разнообразные общественные потребности.

Отрицательные стороны (минусы, недостатки) рынка:

- приводит к имущественному расслоению населения;
- не обеспечивает социальную защиту населения;
- не обеспечивает свободный доступ к информации для всех;
- создает объективные условия для монополизации;
- не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов;
- формирует отрицательные внешние эффекты;
- не мотивирует фундаментальные научные исследования;
- не стимулирует производство общественных благ;
- не обеспечивает стабильность развития без инфляции и безработицы.

Рынок как самостоятельная подсистема в определенной национальной экономической системе представляет собой совокупность множества разнообразных, но тесно связанных между собой, *рынков определенных видов товаров, которые называются «отраслевыми» рынками.*

Поскольку реальные отраслевые рынки различаются объектами обменных сделок и условиями функционирования, постольку возникает необходимость в *классификации рынков*, осуществляемой по определенному критерию, который выбирается в соответствии с целями анализа [1; 4; 5].

По объектам обменных сделок выделяют следующие группы рынков:

- рынки потребительских благ;
- рынки факторов производства;

- рынки денег и кредитов;
- рынки информации и т. п.

Внутри каждой из указанных групп выделяют отраслевые рынки **по конкретному виду товара**, производимого соответствующей отраслью, например:

- рынок продуктов питания;
- рынок тракторов и комбайнов;
- рынок труда;
- рынок государственных облигаций;
- рынок патентов и лицензий и т. п.

По мере взаимозаменяемости благ, обращающихся на рынке, различают:

- *рынок гомогенного блага*, если блага могут восприниматься потребителем как полностью взаимозаменяемые;
- *рынок гетерогенного блага*, если блага могут восприниматься потребителем как частично взаимозаменяемые.

По уровню насыщения выделяют:

- равновесные рынки;
- дефицитные рынки;
- избыточные рынки.

Классификация рынков по уровню насыщения во многом перекликается с определением типов рынков по субъектам рыночных сделок.

По субъектам рыночных сделок выделяют:

- *рынки покупателя* – это избыточные рынки, где производители конкурируют за покупателей, свободно выбирающих товар, оптимальный по сочетанию цены и качества;
- *рынки продавца* – это дефицитные рынки, где отсутствует конкуренция продавцов за покупателей в силу узости ассортимента товаров;
- *рынки государственных учреждений* – это рынки, на которых субъектами рыночных сделок являются государственные учреждения;
- *рынки посредников* – это рынки, на которых лица и организации приобретают товары для перепродажи или сдачи в аренду.

Многообразна классификация рынков по **условиям функционирования**.

По степени доступности рыночных операций для субъектов выделяют *открытые рынки и закрытые рынки*.

По месту встречи покупателей и продавцов выделяют:

– «точечные» рынки, на которых покупатели и продавцы встречаются в определенное время в определенном месте;

– «пространственные» рынки, на которых покупатели и продавцы встречаются в разных местах и в разное время.

По характеру организации рыночного обмена различают:

– оптовые рынки и розничные рынки;

– экспортные рынки и импортные рынки.

По степени организованности выделяют:

– *организованные рынки (аукционы, биржи)*, которые функционируют с участием специальных агентов (аукционистов, маклеров);

– неорганизованные рынки.

По соответствию действующему законодательству выделяют:

– легальный рынок;

– нелегальный («черный» и «серый») рынок.

Типы рыночных структур

Существенное влияние на результат торговых сделок (на процесс формирования рыночной цены) оказывает число покупателей и продавцов на **отраслевом рынке**, так как число конкурентов непосредственно влияет на *характер конкуренции, определяя рыночную структуру* [1; 4].

Условно считается, что покупателей и продавцов:

– «несколько», если они могут учитывать ответную реакцию конкурентов;

– «много», если учесть реакцию нельзя из-за множества конкурентов.

По числу покупателей и продавцов выделяют следующие типы рыночных структур (типы конкуренции):

– *совершенная конкуренция* – это такой тип рыночной структуры, при котором на определенном отраслевом рынке взаимодействует много продавцов и много покупателей **гомогенного товара**;

– *монополия* – один продавец и много покупателей;

– *двусторонняя монополия* – один продавец и один покупатель;

– *ограниченная монополия* – один продавец и несколько покупателей;

– *монопсония* – один покупатель и много продавцов;

– *ограниченная монопсония* – один покупатель и несколько продавцов;

– *олигополия* – несколько продавцов и много покупателей;

– *двусторонняя олигополия* – несколько и продавцов, и покупателей;

– *олигопсония* – несколько покупателей и много продавцов;

– *монополистическая конкуренция* – это такой тип конкуренции (рыночной структуры), при котором на рынке взаимодействует много продавцов и много покупателей *гетерогенного товара*.

Дадим определение таких экономических понятий, как элементы рынка, модель рынка и рыночные законы [1; 3; 4].

Основными элементами рыночного механизма регулирования экономических отношений между продавцами и покупателями определенного товара или услуги (на отраслевом рынке) являются:

- спрос и предложение;
- рыночная цена;
- *характер конкуренции*, определяющий рыночную структуру.

Основным рынком в экономической системе является **рынок благ**.

Спрос на потребительские блага поступает от потребителей (покупателей) конечного продукта и отображает возможные варианты рыночного поведения субъектов спроса благ.

Предложение потребительских благ поступает от фирм (производящих потребительские блага посредством преобразования факторов производства) и отображает варианты рыночного поведения субъектов предложения.

Рыночное ценообразование, представляющее собой процесс взаимодействия спроса и предложения в определенной рыночной среде, приводит к согласованию множества планов отдельных производителей и потребителей относительно продажи и покупки потребительского блага по определенной цене.

Для анализа рыночного ценообразования целесообразно использовать *экономические модели* в алгебраическом, логическом, дефиниционном представлении, а также в наиболее наглядном *графическом представлении*.

Здесь под **экономической моделью** понимается абстрактный теоретический образец конкретного социально-экономического явления.

Модель рынка, по определению, должна отражать стороны производителя и потребителя и результат согласования их экономических интересов (равновесие интересов).

В модели рынка сторону производителя (продавца) отображает *модель предложения* (кривая предложения в графической модели), а сторону потребителя (покупателя) – *модель спроса* (кривая спроса в графической модели); *равновесию интересов* в графической модели соответствует точка пересечения кривых спроса и предложения, отражающая *равенство объема продаж объему покупок при некоторой цене*.

Так как рынок имеет дело с взаимосвязанными переменными величинами, то в исследуемых моделях представлены **два вида переменных величин**:

- независимая переменная – аргумент (причина данного процесса);
- *зависимая переменная – функция* (следствие, вызванное причиной).

Меру того, насколько независимые переменные количественно изменяют зависимые величины (переменные) устанавливают **законы рынка**. Иными словами, законы рынка регулируют количественную сторону обменных рыночных сделок между **продавцами и покупателями как рыночными агентами**. Поэтому **законы рынка**, безусловно, являются **экономическими законами**, под которыми здесь понимаются *существенные причинно-следственные зависимости между хозяйственными процессами*. При этом причины и следствия должны быть необходимыми, массовыми и повторяющимися явлениями.

Основы теории спроса и предложения по существу представляют собой основы теории рынка. Поэтому сначала отдельно охарактеризуем такие экономические категории, как спрос и предложение, и только после этого – взаимодействие спроса на какой-либо товар и его предложения на отдельном отраслевом рынке благ [1; 3; 4].

Спрос – это такое количество товара (блага – на рынке благ), которое хотят и могут приобрести покупатели по возможным рыночным ценам.

В экономическом смысле в основе спроса лежит не просто потребность в определенном благе, а готовность и возможность оплатить его покупку. Поэтому **спрос называют также платежеспособной потребностью**.

На спрос оказывают влияние *ценовой фактор спроса* (цена за единицу товара) и *неценовые факторы (детерминанты)* спроса: цена на данный товар; цены на другие товары; доходы покупателей; общее количество покупателей данного блага; вкусы покупателей, мода, сезонность; инфляционные ожидания; экономическая политика государства и т. д.

Спрос в каждый конкретный момент проявляется **в объеме (величине) спроса (Q^D)**, показывающем то конкретное количество блага, которое покупается по определенной цене, при неизменности остальных факторов спроса (при прочих равных условиях).

Спрос покупателей как зависимость между ценой блага и объемом спроса на него записывается в виде **функции спроса**:

$$Q^D = f(P),$$

и графически отображается **кривой спроса (D)**. Связь между ценой блага и объемом спроса на него выражается **в законе спроса**, который

гласит, что эта связь обратная, т. е. **объем (величина) спроса на благо увеличивается при снижении цены.**

Отсюда, «нормальная» **кривая спроса** – это кривая с отрицательным наклоном, построенная в координатах: цена блага (P) по оси ординат – количество блага (Q) по оси абсцисс. На рисунке 4.1.1 это кривые D и D_1 .

Изменение факторов спроса влияет на потребительский спрос.

Изменение детерминантов спроса приводит к изменению уровня спроса (спроса, просто спроса, самого спроса), что графически отображается сдвигом всей кривой спроса в плоскости координат **вправо, если спрос растет, и влево – если падает.** Так, на рисунке 4.1.1 сдвиг кривой спроса из положения D в положение D_1 иллюстрирует увеличение уровня спроса.

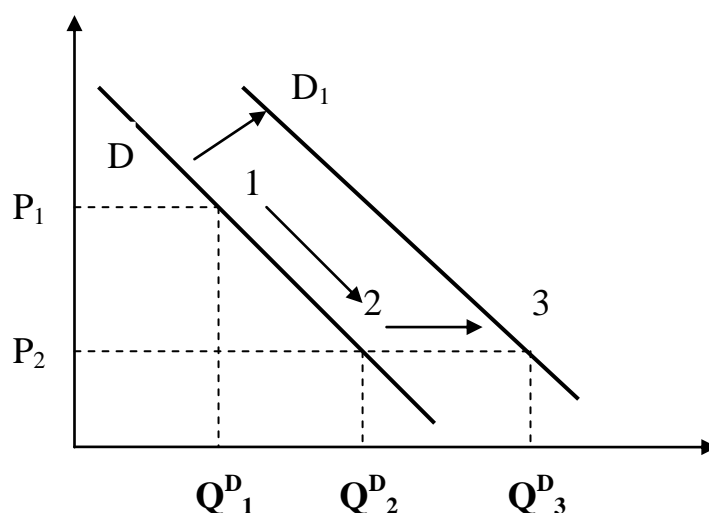


Рисунок 4.1.1. Кривые спроса. Изменения спроса и объема спроса

Если детерминанты спроса остаются неизменными, а изменяется только цена за единицу блага, то можно утверждать, что **изменение ценового фактора при прочих равных условиях изменяет объем спроса (величину спроса), что графически отображается движением точки вдоль фиксированной кривой спроса.** Снижение цены от P_1 до P_2 приводит к увеличению объема спроса от Q^D_1 до Q^D_2 , что выглядит как движение вдоль фиксированной кривой спроса D от точки «1» до точки «2» (рисунок 4.1.1).

При изменении уровня спроса (сдвиге кривой) изменяются объемы спроса при каждой из всех цен возможной ценовой шкалы. При увеличении уровня спроса от D до D_1 объем спроса возрастает от Q^D_2 (уровень спроса D) до Q^D_3 (уровень спроса D_1) при одной и той же цене блага P_2 (рисунок 4.1.1). Это выглядит как переход с одной кривой спроса на другую (от точки «2» до точки «3»).

Закон спроса и исключения из него. Рыночный спрос. В соответствии с **законом спроса** объем (величина) спроса на благо растет при снижении цены, а кривая спроса имеет отрицательный наклон.

Эффекты замены и дохода. Характер зависимости объема спроса от цены определяется эффектом замены (замещения) и эффектом дохода.

Эффект замены: при повышении цены на благо потребитель сокращает его потребление, заменяя данное благо другим, относительно подешевевшим.

Эффект дохода: *изменение цены блага приводит к противоположному изменению реального фиксированного дохода* (повышение цены блага приводит к снижению покупательной способности имеющейся суммы денег). Последствия эффекта дохода зависят от отношения потребителя к товару, цена которого меняется. При изменении цены «некачественного» блага эффект дохода действует в направлении, противоположном эффекту замены. Если в этом случае эффект дохода перекрывает эффект замены, то будет нарушен закон спроса.

Исключения из закона спроса: Парадокс Гиффена. Английский статистик Роберт Гиффен (1837–1910) обнаружил, что в период голода в Ирландии в конце XIX века *объем спроса на картофель, цена которого повысилась, значительно возрос вопреки закону спроса*. Дело в том, что для беднейших слоев населения картофель превратился в единственный доступный продукт питания.

Эффект Веблена. Эффект Веблена ассоциируется с *престижным спросом* на покупку дорогостоящих благ, обладающих высоким социальным статусом, что свидетельствует о *демонстративном потреблении* благ. В этом случае кривая спроса имеет *положительный наклон*.

Эффект ожидаемой динамики цен. Когда цена блага понижается (*повышается*) и покупатели надеются на сохранение направленности этой тенденции, то спрос на благо в данный момент может уменьшиться (*увеличиться*), т.е. имеет место отложенный спрос (*ажииотажный спрос*).

Индивидуальный и рыночный спрос. Индивидуальный спрос на благо – это *спрос конкретного покупателя рассматриваемого блага*. Он показывает различные объемы блага, которые данный потребитель купит по различным ценам из шкалы рыночных цен блага.

Рыночный (отраслевой) спрос на благо – это *сумма индивидуальных спросов всех потребителей данного блага*. Он характеризует общий (суммарный) объем спроса всех потребителей данного блага при каждой его (покупаемого блага) конкретной рыночной цене.

График функции отраслевого спроса образуется в результате горизонтального сложения всех кривых индивидуального спроса на данное благо. Кривая рыночного спроса более пологая, значит, ее ценовая эластичность выше, чем эластичность любого входящего в нее индивидуального спроса.

Характеристика предложения

Предложение: понятие и факторы

Предложение – это такое количество товара (блага на рынке благ), которое производители хотят и могут продать по всем ценам из шкалы возможных рыночных цен.

Логика анализа предложения аналогична логике анализа спроса.

Из множества факторов предложения выделяют *ценовой фактор* (цена за единицу товара) и *неценовые факторы (детерминанты) предложения*:

- цены на ресурсы;
- цены на другие товары;
- технология;
- число производителей;
- налоги и субсидии, экономическая политика государства и т.д.

Предложение в каждый конкретный момент проявляется в **объеме (величине) предложения (Q^S)**, показывающем то конкретное количество блага, которое производится и продается по определенной цене, при неизменности остальных факторов предложения (т. е. при прочих равных условиях).

Предложение как зависимость между ценой блага и объемом его предложения записывается в виде **функции предложения**:

$$Q^S = f(P),$$

и *графически отображается* в виде **кривой предложения (S)**.

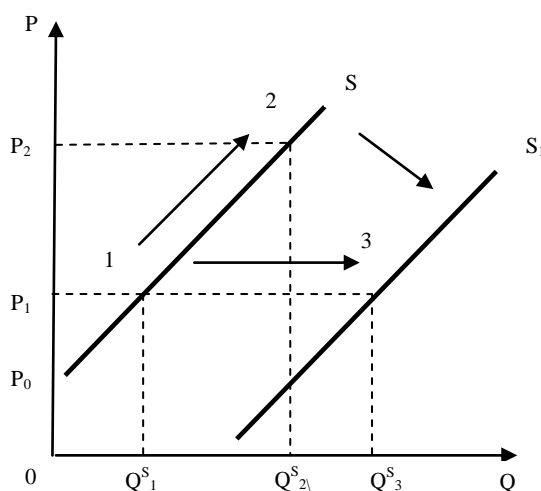


Рисунок 4.1.2 Изменение предложения и объема предложения

Связь между ценой блага и объемом его предложения выражается в законе предложения, который гласит, что эта связь, как правило, прямая, т.е. объем (величина) предложения блага растет при повышении цены.

Отсюда, «нормальная» **кривая предложения** – это кривая с положительным наклоном, построенная в координатах: цена блага (P) по оси ординат – количество блага (Q) по оси абсцисс. На рисунке 4.1.2 это кривые S и S₁.

Изменение детерминантов предложения приводит к изменению уровня предложения (предложения, просто предложения, самого предложения), что графически отображается сдвигом всей кривой предложения в плоскости координат **вправо, если предложение растет, влево – если падает**.

Изменение ценового фактора при прочих равных условиях (неизменности детерминант) изменяет объем предложения (величину предложения), что графически отображается движением точки вдоль фиксированной кривой предложения. Так, повышение цены от P₁ до P₂ приводит к увеличению объема предложения от Q^S₁ до Q^S₂, что выглядит как движение от точки «1» до точки «2» вдоль фиксированной кривой предложения S (рис. 4.1.2).

При изменении уровня предложения (сдвиге кривой) изменяются объемы предложения при каждой из всех цен возможной ценовой шкалы. Так, при увеличении уровня предложения от S до S₁ объем предложения возрастает от Q^S₁ (уровень предложения S) до Q^S₃ (уровень предложения S₁), при одной и той же цене блага P₁ (рис. 6). Это выглядит как переход с одной кривой предложения на другую (от точки «1» до точки «3»).

Простейшая функция предложения по цене:

$$Q^S = m + n \cdot P,$$

где $n > 0$, а m – любое рациональное число. Решив это уравнение относительно цены, получим функцию цены предложения:

$$P^S = f(Q)$$

Цена предложения – это максимальная сумма денег, за которую производитель готов отдать последнюю единицу произведенной продукции.

Сумма цен предложения заданного объема продукции – это минимальная сумма денег, за которую производитель отдаст всю произведенную продукцию.

Индивидуальное и рыночное предложение

Индивидуальное предложение некоторого блага – это предложение отдельной фирмы, производящей данное благо.

Рыночная (отраслевая) функция предложения есть сумма функций индивидуального предложения всех фирм, производящих данное благо.

График функции рыночного (отраслевого) предложения образуется в результате горизонтального сложения графиков предложения отдельных фирм; кривая рыночного предложения более пологая, чем все индивидуальные кривые предложения. Значит, ценовая эластичность отраслевого предложения выше эластичности каждого из составляющих его индивидуальных предложений.

Функция рыночного предложения имеет вид:

$$Q^S_{\Sigma} = f(P_i, P_j, r_y, n, \rho),$$

так как к числу ее аргументов, присутствующих в функции индивидуального предложения фирмы –

- P_i – цена данного товара;
- P_j – цены других благ;
- r_y – цены факторов производства – добавляются еще два:
- n – число фирм в отрасли;
- ρ – степень дифференциации фирм по размеру выпуска.

4.1.2 Установление рыночного равновесия. Последствия совместного и раздельного изменения спроса и предложения.

Состояние, при котором планы потребителей относительно покупок и планы продавцов относительно продаж некоторого блага совпадают, называется **отраслевым (рыночным) равновесием** (рисунок 4.1.3).

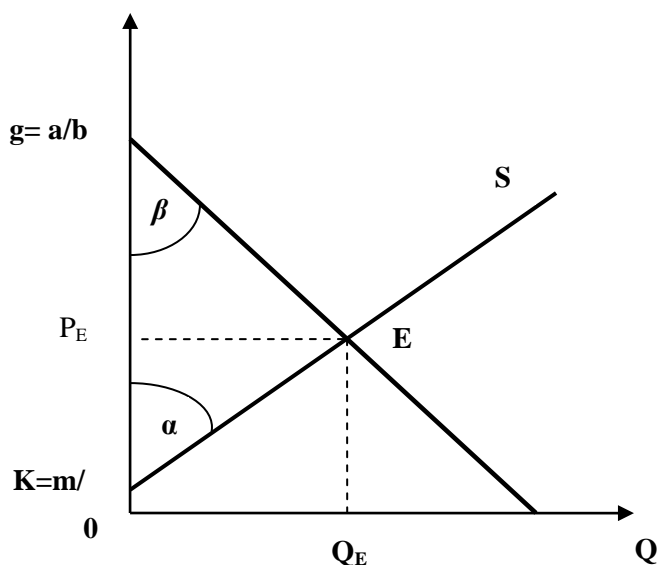


Рисунок 4.1.3 Отраслевое равновесие

$$Q^D = a - bP, Q^S = m + nP,$$

где a, b, m, n – положительные константы.

Условие равновесия: $Q^D = Q^S = Q_E$, т. е.

$$a - bP = m + nP \Rightarrow P_E = (a - m) / (b + n).$$

$$\operatorname{tg} \alpha = n; \operatorname{tg} \beta = b.$$

$P^S = k$ – «запретительная» цена предложения,

при которой $Q^S = 0$.

$P^D = g$ – «запретительная» цена спроса,

при которой $Q^D = 0$.

Приведенное на рисунке 4.1.3 графическое отображение отраслевого равновесия представляет собой *графическое изображение модели отраслевого рынка, получившее название «крест Маршалла»*.

Состоянию равновесия на графике соответствует точка «Е» – точка пересечения кривых спроса (D) и предложения (S). Если они пересекаются только в одной точке, то **равновесие является единственным**, ему соответствует равновесная комбинация значений цены и количества блага – P_E, Q_E .

Для определения равновесной комбинации «цена – количество» нужно осуществить две операции:

- приравнять друг к другу функции спроса и предложения и решить полученное уравнение относительно цены;
- затем подставить полученное значение цены в функцию спроса или в функцию предложения.

Равновесное количество – это такое количество блага, при котором цена спроса равна цене предложения. **Цена равновесия** – это цена, при которой объем спроса равен объему предложения. Цена равновесия обеспечивает максимально возможный в сложившихся условиях объем продаж.

При равновесном объеме продаж **общественный выигрыш** (сумма излишков потребителей и производителей, равная площади треугольника kEg на рисунке 4.1.3) достигает максимума.

Нарушения отраслевого равновесия

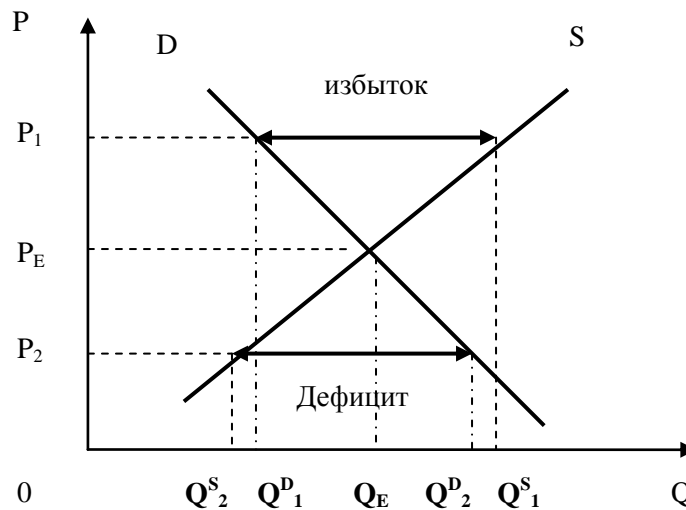


Рисунок 4.1.4 Отраслевое равновесие. Избыток и дефицит

При рыночной цене выше равновесной ($P_1 > P_E$) объем предложения превышает объем спроса ($Q^S_1 > Q^D_1$), т.е. на рынке возникает **избыток** (избыток предложения) (рис. 4.1.4).

При рыночной цене ниже равновесной ($P_2 < P_E$) объем спроса превышает объем предложения ($Q^D_2 > Q^S_2$), т.е. на рынке возникает **дефицит** (рис. 4.1.4).

Изменение уровня спроса при фиксированном предложении приводит:

- к росту равновесной цены и равновесного количества при росте спроса;

- к падению равновесных цены и количества при снижении спроса.

Изменение уровня предложения при фиксированном спросе приводит:

- к росту равновесной цены и снижению равновесного количества при уменьшении предложения;

- к росту равновесного количества и снижению равновесной цены при увеличении предложения.

Результат одновременного изменения спроса и предложения зависит от величины и направления их изменения.

Итак, как следует из сказанного, при увеличении спроса рыночная цена блага повышается, а при увеличении предложения – понижается, и наоборот. В этом состоит суть «закона спроса – предложения».

4.1.3 Виды равновесия и неравновесия

Исследование устойчивости и неустойчивости равновесия могут привести к важным выводам о нужности и необходимости государственного

вмешательства в экономику и на факторы, которые оказывают влияние на процесс ценообразования. Исследование видов равновесия требует от нас определения динамики изменения цен во времени.

Таким образом, в анализ исследования цены должен быть включен фактор времени. Рыночная цена может снизиться или повысится, то есть оказаться в точке неравновесия, но через определенный период времени она возвращается к прежнему уровню. Период времени, когда цена отклоняется от равновесного уровня, мы можем рассматривать как ситуацию неравновесия на отдельных рынках.

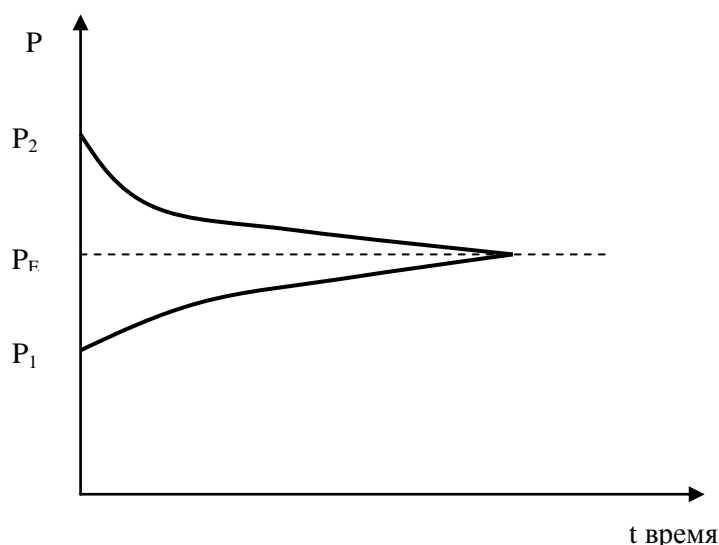


Рисунок 4.1.5 Устойчивое равновесие

В ситуации снижения цен спрос населения в соответствии с законом спроса начинает расти и способствует росту цен. При росте цены спрос населения может стабилизироваться или снизиться, при этом вырастет предложение товаров, так как производители стремясь получить прибыль начинают увеличивать объем производимого и предлагаемого товара с целью получения прибыли (действует закон предложения). В ситуации, когда цена через определенный период временного роста возвращается к прежнему уровню, в экономической теории рассматривается как устойчивое равновесие. Смотрите рисунок 4.1.5.

При этом рыночная цена может неограниченно возрастать или неограниченно падать. В этой ситуации возникает устойчивое неравновесие на данном рынке, соответственно, колеблются спрос и предложение и как следствие объемы спроса и предложения. Эту ситуацию можно условно рассматривать как неравновесное состояние цен на отдельном рынке.

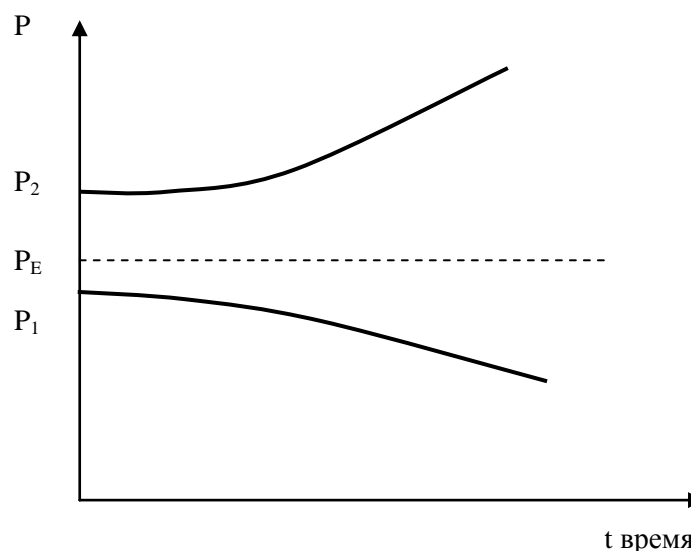


Рисунок 4.1.6 Цена неограниченно возрастает или падает

«Паутинообразная» модель равновесия отражает процесс влияния на формирование цен как производителей, то есть объема их производства так и спроса, в частности объема спроса. Рассмотрим, как характеризует зависимость объема предложение товара от фактической цены этого товара в предыдущем году. При этом спрос по цене P_0 готов приобрести Q_0 , тогда как производители произвести товар Q_1 , при следующей цене P_1 , производители готовы произвести товаров меньше, а покупатели купит больше и т.д. Таким образом силы спроса и предложения согласуют объем спроса и предложения и рыночные цены на данном рынке и эта система из ситуации неравновесия стремиться к равновесию. Когда объем спроса и объем предложения будут находиться в определенном соотношении, при этом цена спроса будет выравниваться с ценой производителей (предложения). Смотрите рисунок 4.1.7.

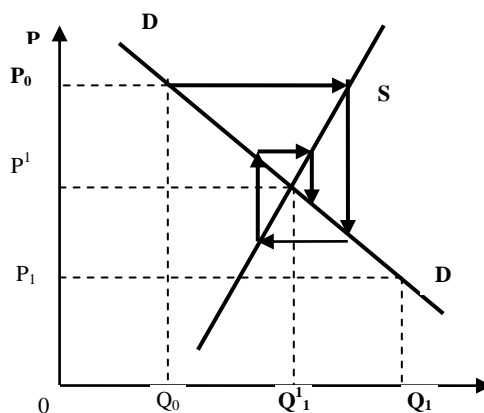


Рисунок 4.1.7 Паутинообразная модель равновесия

4.1.4 Восстановление равновесия по Л. Вальрасу и по А.Маршаллу. Паутинообразная модель равновесия

В неоклассической экономической теории существует два подхода к исследованию рыночного равновесия – по Вальрасу и по Маршаллу. **Леон Вальрас** (швейц.эк.) – рассматривал установление равновесия между D и S , происходящее в краткосрочном плане на основе их количественной подстройки. Пусть первоначальное равновесие установилось в точке E при объеме товара Q_E и по цене P_E . При повышении цены до P_1 объем D сократится, а объем S станет выше равновесного, что характерно для рынка покупателя. Избавляясь от товарных излишков, конкурирующие производители начнут снижать цены. Под давлением избыточного S , цена на товар снизится следовательно величина D начнет возрастать. Уторговывание продолжается до тех пор, пока производители не «нащупают» такой объем выпуска, который совпадет с объемом D . Если цена окажется равновесной на уровне P_2 , то объем D будет превышать объем S – рынок продавца. Избыточный D будет давить на цену товара в сторону повышения. В ответ производители станут расширять предложение до тех пор, пока спрос не будет полностью насыщен.

Главным в подходе Л. Вальраса является разница в объеме спроса (предложения). Если существует избыток спроса $Q^D_1 - Q^D_2$ при цене P_2 (см. рис. 4.1.8), то в результате конкуренции покупателей происходит повышение цены до тех пор, пока не исчезает избыток. В случае избытка предложения (при цене P_1) конкуренция продавцов приводит к исчезновению избытка. В модели Вальраса объемы D и S являются функцией цены. Равновесие устанавливается под влиянием давления избыточного объема спроса, или избыточного объема предложения на цену, т.е. посредством количественной подстройки рыночного механизма. Модель описывает механизм установления равновесия в отсутствие транзакционных издержек.

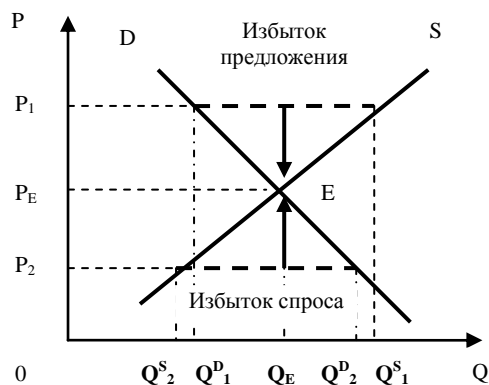


Рисунок 4.1.8 Условие равновесия по Вальрасу: $Q^D(P) = Q^S(P)$

В модели рыночная координация осуществляется без учета временного фактора. **Альфред Маршалл** (неоклас. шк.): Силой, движущей рынок к равновесию, является цена. Если цена спроса P^D_1 превышает цену предложения P^S_1 , то такая разница цен заставит производителей увеличить предложение с Q_1 до Q_E . то потребители смогут расширить свой спрос, пока цена не установится на уровне P_E . Если цена спроса P^D_2 окажется ниже цены предложения P^S_2 , то производители начнут сокращать предложение товара, а потребители сократят спрос до объема, соответствующего равновесной цене.

Главным в подходе А. Маршалла является разность цен $P^D - P^S$. Маршалл исходит из того, что продавцы, прежде всего, реагируют на разность цены спроса и цены предложения. Чем больше этот разрыв, тем больше стимулов для роста предложения. Увеличение (уменьшение) объема предложения сокращает эту разность и тем самым способствует достижению равновесной цены. Равновесие устанавливается автоматически под давлением разницы цен спроса и цен предложения, т.е. в результате ценовой подстройки, что соответствует более долгосрочному периоду.

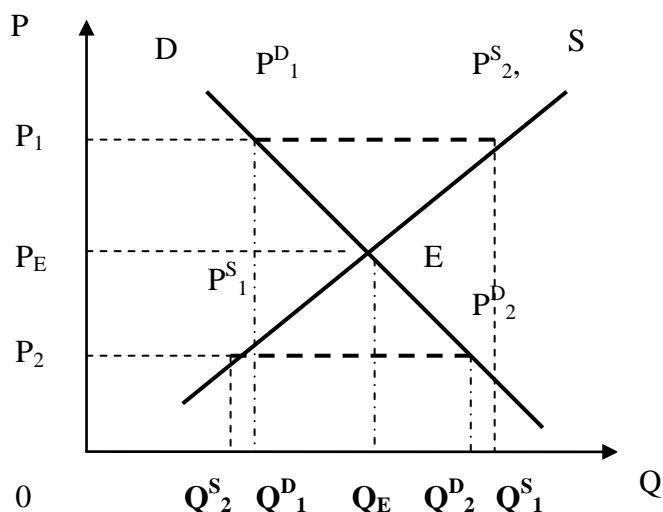


Рисунок 4.1.9 Условие равновесия по Маршаллу: $P^D = P^S$

Частичное равновесие – равновесное состояние одного товара или отрасли. **Общее равновесие** – равновесное состояние всей рыночной системы (одновременное достижение равновесия на всех рынках благ и ресурсов). С помощью модели общего экономического равновесия исследуется взаимосвязь всех рынков экономической системы. **Эффект обратной связи** - преобразованный ценовой сигнал возвращается на рынок первичной информации и оказывает на него уже внешнее воздействие. Ценовые сигналы издают и получают все рынки одновременно, эффект

обратной связи включает в себя многократные отражения и преобразования ценовых сигналов в единицу времени.

Список использованной литературы:

1. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики: Учебник: допущено М-вом образования РФ/ Р. М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. – 560 с.

2 Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ, Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

3 Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: учеб. пособие для студентов вузов / рук. авт. коллектива и науч. ред. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство «Дело и Сервис», 2007. – 1040 с. – (Серия «Учебники Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова».)

4. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика: учебник. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2007. – 391 с.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение экономической категории «товар».
2. Назовите основные условия возникновения рынка.
3. В чем заключается сущность санирующей функции рынка?
4. Дайте определение понятию «спрос».
5. Что такое запретительная цена?
6. В чем сущность эффекта замены и дохода?
7. Какие исключения из закона спроса Вы знаете?
8. Назовите неценовые факторы (детерминанты) предложения.
9. Что показывает «Крест Маршалла»?
10. Какие ситуации могут возникнуть вследствие нарушения отраслевого равновесия?

Тесты

1. К рынкам, классифицируемым по экономическому назначению объекта

купли-продажи, не относятся...

Укажите не менее двух вариантов ответа

- а) монопольный рынок
- б) мировой рынок
- в) рынок продовольственных товаров
- г) рынок капитала

2. К рынкам, классифицируемым по пространственному признаку, не относятся такие рынки как...

Укажите не менее двух вариантов ответа

- а) локальный
- б) региональный
- в) теневой
- г) монопольный

3. Рынок как экономическая форма организации общественного производства позволяет...

Укажите не менее двух вариантов ответа

- а) осуществлять контакт покупателей и продавцов;
- б) расширить ограниченные возможности индивидуумов;
- в) создавать сбережения;
- г) тратить как можно больше денег.

4. Какой термин отражает способность и желание людей платить за что-либо?

- а) потребность;
- б) спрос;
- в) необходимость;
- г) желание.

5. Закон спроса предполагает, что...

- а) превышение предложения над спросом вызовет снижение цены;
- б) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров;
- в) кривая спроса обычно имеет положительный наклон;
- г) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растёт.

6. Закон предложения, если цены растут, а прочие условия неизменны, проявляется...

- а) в росте предложения;
- б) в снижении предложения;
- в) в росте объема предложения;
- г) в падении объема предложения.

7. Изменение какого фактора не вызывает сдвига кривой спроса?

- а) вкусов и предпочтений потребителей;
- б) размера или распределения национального дохода;
- в) цены товара;
- г) численности или возраста потребителей.

9. Если увеличится рыночное предложение при неизменном спросе, то равновесная цена ...

- а) и равновесный объем спроса и предложения товара уменьшатся;
- б) и равновесный объем спроса и предложения товара увеличатся;
- в) уменьшится, а равновесный объем спроса и предложения товара увеличится;
- г) увеличится, а равновесный объем спроса и предложения товара уменьшится.

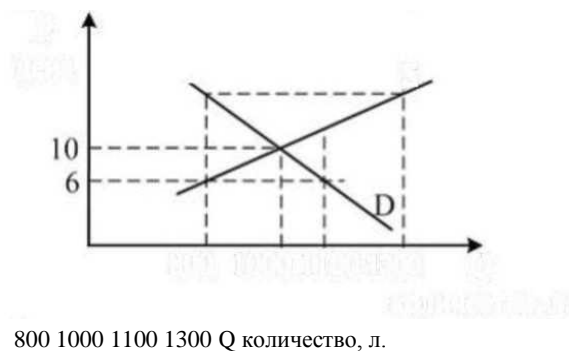
10. Если рыночная цена ниже равновесной, то ...

- а) появляются избытки товаров;
- б) возникает дефицит товаров;
- в) формируется рынок покупателя;
- г) падает цена ресурсов.

11. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если...

- а) спрос равен предложению;
- б) цена равна издержкам плюс прибыль;
- в) уровень технологии меняется постепенно;
- г) Объем предложения равен объему спроса.

12. На рисунке показаны кривые спроса (D) и предложения (S) на молоко в небольшом городке Виллабаджи. Если мэрия решит установить фиксированную цену 6 су за литр, то возникнет ...



- а) дефицит 300 л.
- б) дефицит 200 л.
- в) излишек 500 л.
- г) дефицит 100 л.

13. Спрос на апельсины и их предложение на рынке описываются уравнениями:

$Q_d = 200 - 2P$. $Q_s = 50 + 3P$. Цена и объем равновесия на данном рынке будут равны, соответственно ...

- а) 60 и 230;
- б) 50 и 100;
- в) 30 и 140;
- г) 20 и 110.

14. Какое из указанных ниже значений коэффициента эластичности по доходу относится к предметам роскоши?

- а) меньше 0;
- б) больше 0, но меньше 1;
- в) больше 1;
- г) 1;
- д) ни одно из приведенных значений.

15. Если уменьшение цены на 5% приводит к снижению объема предложения на 8%, то данное предложение:

- а) неэластично;
- б) единичной эластичности;
- в) эластично;
- г) абсолютно эластично;
- д) абсолютно неэластично.

Глоссарий

Затраты – все, что производитель (фирма) закупает для использования в целях достижения необходимого результата.

Спрос – это то количество товара или услуги, которое покупатель может и хочет приобрести за определенную цену и в определенный период времени.

Индивидуальный спрос - это спрос, предъявляемый одним потребителем.

Рыночный спрос – это спрос, предъявляемый всеми потребителями.

Закон спроса - обратная связь между ценой и количеством покупаемого продукта.

Эффект дохода - изменение реального дохода потребителя в результате изменения цены одного из товаров, входящих в его потребительский набор.

Эффект замещения - изменение структуры потребления (соотношения средств, выделяемых на покупку разных товаров) в результате изменения цены одного из товаров, входящих в потребительский набор

Закон убывающей предельной полезности - закон, утверждающий, что с ростом использования какого-либо производственного фактора (при неизменности остальных) рано или поздно достигается такая точка, в которой дополнительное применение переменного фактора ведет к снижению относительного и далее абсолютного объемов выпуска продукции.

Предложение - то количество товара или услуги, находящееся на рынке или которое желают реализовать производители при данном уровне цен.

Закон предложения - прямая связь между ценой и количеством продаваемого товара.

Тема 4.2 Излишек потребителя и излишек производителя. Эластичность спроса и предложения, виды эластичности.

4.2.1 Излишек потребителя и производителя.

4.2.2 Эластичность спроса, факторы, виды эластичности (по цене, по доходу, перекрестная эластичность).

4.2.3 Эластичность предложения, факторы, степени эластичности.

Основная литература:

1. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

2. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

3. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

4. Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ, Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

Дополнительная литература (книги):

5. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.

6. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.

7. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – Спб.: Питер, 2012. – 608с.

4.2.1 Излишек потребителя и излишек производителя

Потребительским излишком называется разность между максимальной суммой денег, которую потребитель согласен заплатить за купленное количество блага (суммой цен спроса всех купленных единиц блага), и суммой денег, действительно уплаченной за купленное количество блага.

Разница между выручкой и суммой цен предложения всей проданной продукции образует **излишек производителя**.

Кривая спроса D_x показывает максимальную цену, которую готов заплатить потребитель за конкретное количество товара. Иными словами, если потребитель желает приобрести Q_k единиц товара X (рисунок 4.2.1), то в соответствии с графиком спроса данное количество продукции он готов оплатить по цене P_k за единицу. Однако на рынке, где господствуют отношения конкуренции, любое количество данного блага можно купить только по рыночной цене, т. е. цене, «диктуемой» рынком. В нашем случае — это P_E . Как видно на рисунке, $P_k > P_E$, т. е. рыночная цена оказывается ниже цены потребителя.

Таким образом, потребитель получает дополнительную выгоду, равную разнице между P_k и P_E на каждую приобретаемую единицу продукции (при $Q_x = Q_k$), а на весь объем покупок дополнительная выгода потребителя составит площадь прямоугольника $P_E P_k K L$.

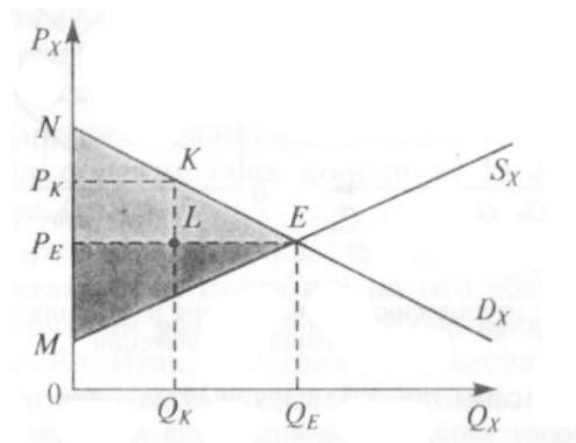


Рисунок 4.2.1. Излишек потребителя и излишек производителя

Аналогичным образом можно проанализировать ситуацию для любой точки на отрезке NE графика спроса. Этот отрезок состоит из множества точек, для каждой из которых можно найти величину дополнительной выгоды потребителя. В итоге мы получим множество прямоугольников, которые в своей совокупности сольются в треугольник P_ENE , отражающий общую величину дополнительной выгоды (излишка) потребителя.

Итак, излишек потребителя — разность между рыночной ценой, по которой потребитель приобретает товар, и максимальной ценой, которую потребитель готов заплатить за данный товар. Излишек потребителя представлен ΔP_ENE , отражающим разность между рыночной ценой товара (P_E) и максимальной ценой, по которой потребитель был готов приобрести товар, ограниченную кривой спроса NE.

По аналогии можно сформулировать понятие излишка производителя.

Излишек производителя — разность между текущей рыночной стоимостью товара и минимальной ценой, по которой производитель готов продать свой товар. Излишек производителя представлен ΔMP_EE , являющимся разностью между рыночной ценой товара (P_E) и минимальной ценой, по которой производитель был готов продать товар, ограниченной кривой предложения ME.

Общая выгода от обмена, получаемая обществом, будет определяться как сумма излишков потребителя и производителя, т. е. $\Delta P_ENE + \Delta MP_EE$.

4.2.2. Эластичность спроса, факторы, виды эластичности (по цене, по доходу, перекрестная эластичность).

Для характеристики чувствительности объема спроса к изменениям разных факторов спроса используются коэффициенты эластичности спроса.

Коэффициент ценовой (прямой) эластичности спроса (EDP) показывает, на сколько процентов изменится объем спроса на благо при изменении цены за единицу данного блага на один процент (скорость реакции потребителя на изменение цены). Значение коэффициента ценовой эластичности спроса определяется по модулю, так как при «нормальном» спросе отношение процентного изменения объема спроса к процентному изменению цены будет иметь отрицательное значение:

$$E_p^D = \left| \frac{\Delta Q^D, \%}{\Delta P, \%} \right|$$

Эластичность спроса в интервале изменения цен (на дуге) определяется с помощью так называемой «формулы средней точки», которую с использованием значений переменных, представленных на рисунке 1, можно записать в виде:

$$E_p^D = \frac{\frac{Q_2^D - Q_1^D}{(Q_1^D + Q_2^D)/2} \times 100\%}{\frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2} \times 100\%} = \frac{\Delta Q^D}{\Delta P} \times \frac{\bar{P}}{\bar{Q}^D},$$

где \bar{P} и \bar{Q}^D – средние значения в интервале (на дуге):

$$\bar{P} = (P_1 + P_2)/2;$$

$$\bar{Q}^D = (Q_1^D + Q_2^D) / 2;$$

$$\Delta Q^D = Q_2 - Q_1;$$

$$\Delta P = P_2 - P_1.$$

Эластичность спроса по цене в точке определяется по формуле:

$$E_p^D = \frac{\partial Q^D}{\partial P} \cdot \frac{P}{Q^D}$$

В зависимости от значения коэффициента прямой эластичности спроса различают следующие виды спроса:

- эластичный спрос – $E_p^D > 1$, кривая спроса пологая;
- неэластичный спрос – $E_p^D < 1$, кривая спроса крутая;
- спрос единичной эластичности – $E_p^D = 1$;
- абсолютно эластичный спрос – $E_p^D = \infty$, кривая \parallel оси абсцисс;

– абсолютно неэластичный спрос – $E_p^D = 0$, кривая \parallel оси ординат.

Ценовая эластичность спроса на благо тем выше, чем менее необходимо благо потребителю, чем больше заменителей оно имеет и чем выше обеспеченность этим благом. Это означает, что спрос на предметы роскоши эластичен, а спрос на блага первой необходимости неэластичен по цене.

Практическая значимость измерения ценовой эластичности спроса состоит в том, что различные случаи эластичности непосредственно влияют на получаемую производителем выручку от продаж ($R=P \times Q$). При эластичном спросе снижение цены увеличивает выручку за счет роста объема продаж на большую величину, чем снижается цена, а при неэластичном спросе снижение цены вызывает незначительное увеличение количества продаж, так что выручка падает.

Коэффициент перекрестной эластичности спроса (E_{ij}^D) показывает, на сколько процентов изменится объем спроса на i -тое благо (Q_i), если цена на j -тое благо (P_j) изменится на один процент. Он вычисляется по формуле:

$$E_{ij}^D = \frac{\Delta Q_i^D, \%}{\Delta P_j, \%} \quad \text{или} \quad E_{ij}^D = \frac{\Delta Q_i^D}{\Delta P_j} \times \frac{\bar{P}_j}{\bar{Q}_i^D}.$$

Коэффициент имеет положительное значение, если блага в потреблении заменяют друг друга – являются субститутами с точки зрения потребителя (например, масло и маргарин).

Коэффициент имеет отрицательное значение, если блага дополняют друг друга в потреблении – являются компонентами с точки зрения потребителя (например, принтер и картридж).

Коэффициент равен нулю, если связь между благами отсутствует.

Итак, тип связи между благами отражается знаком коэффициента, а абсолютное значение последнего показывает степень взаимозависимости благ.

Анализ перекрестной эластичности помогает определить границу рынка.

Коэффициент эластичности спроса по доходу (E_M^D) показывает, на сколько процентов изменится объем спроса на благо при изменении дохода потребителя на один процент. Коэффициент вычисляется по формуле:

$$E_M^D = \frac{\Delta Q^D, \%}{\Delta M, \%} \quad \text{или} \quad E_M^D = \frac{\Delta Q^D}{\Delta M} \times \frac{\bar{M}}{\bar{Q}^D}$$

Спрос эластичен по доходу ($E_M^D > 1$), если процентное изменение дохода меньше, чем процентное изменение объема спроса, и наоборот ($E_M^D < 1$).

Объем спроса на большинство благ повышается с ростом дохода (коэффициент положительный) – такие блага называются «нормальными». На некоторые блага объем спроса индивида уменьшается при увеличении его дохода (коэффициент отрицательный) – эти блага называют «некачественными».

4.2.3. Эластичность предложения, факторы, степени эластичности

Для анализа чувствительности объема предложения к изменениям факторов предложения применяются коэффициенты эластичности предложения.

Коэффициент ценовой (прямой) эластичности предложения (ESP) показывает, на сколько процентов изменится объем предложения блага при изменении цены за единицу данного блага на один процент. Он равен отношению процентного изменения объема предложения к процентному изменению цены:

$$E_p^s = \frac{\Delta Q^s, \%}{\Delta P, \%}$$

Значение коэффициента ценовой эластичности «нормального» предложения положительно.

Дуговая эластичность предложения (в интервале изменения цен) определяется с помощью так называемой «формулы средней точки». С использованием значений переменных, представленных на рисунке 2, формула средней точки может быть записана в виде:

$$E_p^s = \frac{\frac{Q^s_2 - Q^s_1}{(Q^s_1 + Q^s_2)/2} \times 100\%}{\frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2} \times 100\%} = \frac{\Delta Q^s}{\Delta P} \times \frac{\bar{P}}{\bar{Q}^s},$$

где \bar{P} и \bar{Q}^s – средние значения на дуге (в интервале):

$$\bar{P} = (P_1 + P_2) / 2;$$

$$\bar{Q}^s = (Q^s_1 + Q^s_2) / 2;$$

$$\Delta Q^s = Q^s_2 - Q^s_1; \Delta P = P_2 - P_1.$$

Ценовая эластичность предложения в точке определяется по формуле:

$$E_P^S = \frac{\partial Q^S}{\partial P} \times \frac{P}{Q^S}$$

В зависимости от значения коэффициента прямой эластичности предложения различают следующие виды предложения:

- эластичное предложение – $E_P^S > 1$, кривая предложения пологая;
- неэластичное предложение – $E_P^S < 1$, кривая предложения крутая;
- предложение единичной эластичности – $E_P^S = 1$;
- абсолютно эластичное предложение – $E_P^S = \infty$, кривая \parallel оси абсцисс;
- абсолютно неэластичное предложение – $E_P^S = 0$, кривая \parallel оси ординат.

Коэффициент перекрестной эластичности предложения (E_{ij}^S) показывает, на сколько процентов изменится объем предложения i -того блага (Q_i^S), если цена на j -тое благо (P_j) изменится на один процент. Коэффициент вычисляется по формуле:

$$E_{i,j}^S = \frac{\Delta Q_i^S, \%}{\Delta P_j, \%} \quad \text{или} \quad E_{ij}^S = \frac{\Delta Q_i^S}{\Delta P_j} \times \frac{\bar{P}_j}{\bar{Q}_i^S}$$

Значение коэффициента отрицательно, если блага заменяют друг друга в производстве – являются субститутами с точки зрения производителя, т.е. каждое из благ альтернативно производится из одного и того же сырья (например, столы и стулья).

Значение коэффициента положительно, если блага дополняют друг друга в производстве – являются компонентами с точки зрения производителя, т. е. производятся одновременно из одного вида сырья (например, мясо и шкуры).

Коэффициент равен нулю при отсутствии связи между благами.

Список использованной литературы:

1. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики: Учебник: допущено М-вом образования РФ/ Р. М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. – 560 с.
- 2 Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ,

Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

3 Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: учеб. пособие для студентов вузов / рук. авт. коллектива и науч. ред. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство «Дело и Сервис», 2007. – 1040 с. – (Серия «Учебники Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова».)

4. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика: учебник. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2007. – 391 с. – (Университеты России).

Вопросы для самоконтроля

1 Для каких товаров коэффициент перекрестной эластичности спроса имеет положительное значение?

2 Для каких товаров коэффициент перекрестной эластичности спроса имеет отрицательное значение?

3 Опишите понятия «эластичный спрос» и «неэластичный спрос»?

4 Как определяется показатель дуговой эластичности?

5 Как определяется общая выгода от обмена, получаемая обществом?

6 Что означает понятие «излишек производителя?»

7 Что означает понятие «излишек потребителя?»

8 Что означает эластичность спроса по цене?

9 Что означает эластичность спроса по доходу?

10 Что показывает коэффициент «перекрестной эластичности»?

Тесты

1. Излишек производителя:

- а) делится поровну между всеми производителями;
- б) получают производители с самыми низкими издержками;
- в) получают производители с самыми высокими издержками;
- г) все перечисленное ошибочно.

2. Если сокращение цены на товар на 1% приводит к увеличению объема спроса на него на 2%, то этот спрос:

- а) неэластичный;

- б) эластичный;
- в) единичной эластичности;
- г) абсолютно неэластичный;
- д) абсолютно эластичный.

3. «Приключения Шерлока Холмса» А. Конан-Дойля и «Богатство народов» А. Смита имеют коэффициент перекрестной эластичности:

- а) близкий к 1;
- б) стремящийся к бесконечности;
- в) с отрицательным знаком;
- г) близкий к 0.

4. Если эластичность спроса на утюги равна нулю, то это означает, что:

- а) по имеющимся ценам можно продать любое количество утюгов;
- б) данное количество утюгов будет куплено по любым ценам;
- в) потребность в товаре полностью насыщена;
- г) потребители не согласятся на изменения в объемах и ценах утюгов.

5. Спрос на благо неэластичен по цене, если ценовая эластичность спроса:

- а) больше 2;
- б) меньше 1;
- в) больше 1, но меньше 2;
- г) меньше 0.

6. Реакция объема спроса на изменение факторов спроса количественно характеризуется с помощью коэффициентов эластичности спроса:

- а) по цене;
- б) по доходу;
- в) перекрестной;
- г) верно все указанное.

7. Перекрестная эластичность спроса характеризует реакцию:

- а) цены одного товара на изменение цены другого товара;
- б) величины спроса на один товар на изменение цены другого товара;
- в) цены одного товара на изменение предложения другого товара;

г) величины спроса на один товар на изменение спроса на другой.

8. Если уменьшение цены на 5% приводит к снижению объема предложения на 8%, то данное предложение:

- а) неэластично;
- б) единичной эластичности;
- в) эластично;
- г) абсолютно эластично;
- д) абсолютно неэластично.

9. Кривая абсолютно неэластичного спроса представляет собой:

- а) вертикальную линию;
- б) горизонтальную линию;
- в) кривую линию;
- г) прямую линию с отрицательным наклоном;
- д) кривую линию с положительным наклоном.

10. Ценовая эластичность спроса будет выше:

- а) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши;
- б) в тех случаях, когда потребители используют данный товар с наибольшей пользой для себя;
- в) чем больше альтернативные издержки производства товаров;
- г) чем менее необходим товар потребителю;
- д) ни в одном из перечисленных случаев.

Глоссарий

Потребительский излишек – разность между максимальной суммой денег, которую потребитель согласен заплатить за купленное количество блага (суммой цен спроса всех купленных единиц блага), и суммой денег, действительно уплаченной за купленное количество блага.

Излишек производителя – разница между выручкой и суммой цен предложения всей проданной продукции.

Ценовая эластичность спроса — категория, характеризующая реакцию потребительского спроса на изменение цены товара, т. е. поведение покупателей при изменении цены в ту или иную сторону.

Коэффициент ценовой (прямой) эластичности спроса (EDP) – коэффициент, показывающий, на сколько процентов изменится объем спроса

на благо при изменении цены за единицу данного блага на один процент (скорость реакции потребителя на изменение цены).

Коэффициент перекрестной эластичности спроса (E_{ij}^D) – коэффициент, показывающий, на сколько процентов изменится объем спроса на i -тое благо (Q_i), если цена на j -тое благо (P_j) изменится на один процент.

Коэффициент эластичности спроса по доходу (E_M^D) – коэффициент, показывающий, на сколько процентов изменится объем спроса на благо при изменении дохода потребителя на один процент.

Коэффициент ценовой (прямой) эластичности предложения (ESP) – коэффициент, показывающий, на сколько процентов изменится объем предложения блага при изменении цены за единицу данного блага на один процент.

Коэффициент перекрестной эластичности предложения (E_{ij}^S) – коэффициент, показывающий, на сколько процентов изменится объем предложения i -того блага (Q_{Si}), если цена на j -тое благо (P_j) изменится на один процент.

Абсолютно эластичный спрос – ситуация, при которой любое изменение цены приводит либо к полному отказу от приобретения товара (если цена повышается), либо к неограниченному увеличению спроса (если цена уменьшается).

Абсолютно неэластичный спрос – ситуация, при которой как бы ни менялась цена товара, спрос на него будет постоянным.

Тема 5.1. Основы теории поведения потребителя. Полезность. Кардиналистская и ординалистская концепции. Равновесие потребителя

5.1.1. Кардиналистская концепция поведения потребителя. Максимизация полезности и количественная оценка полезности блага потребителем. Закон убывающей предельной полезности. Равновесие потребителя.

5.1.2. Ординалистская концепция поведения потребителя. Модель поведения потребителя, основанная на гипотезах порядкового измерения полезности (удовлетворенности) индивида. Карта безразличия. Бюджетная линия. Равновесие потребителя. Линии «доход-потребление» и «цена-потребление». Эффект замены и эффект дохода.

Основная литература:

- Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
3. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
4. Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ, Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

Дополнительная литература (книги):

5. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.
6. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.
7. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 608с.
1. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов. — 2-е изд., изм. — М.: Норма, 2011. — 576 с.
2. Булатов А.С. Экономика. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2006. 831 с.

5.1 Кардиналистская концепция поведения потребителя. Максимизация полезности и количественная оценка полезности блага потребителем. Закон убывающей предельной полезности. Равновесие потребителя

При анализе потребительского поведения в экономической теории предполагается, что потребитель планирует рыночное поведения в соответствии со своими вкусовыми предпочтениями в рамках заданного бюджета (количества денежных средств, которыми располагает потребитель) и при заданных ценах.

Выявив закономерности распределения бюджета потребителя между покупками различных благ, можно определить *функцию индивидуального спроса на отдельное благо*.

Для построения модели поведения потребителя необходимо:

– установить, какую цель преследует индивид, действуя как потребитель;

– найти его **функцию полезности**, т.е. формализовать систему предпочтений (вкусов) индивида.

Основная трудность формализации поведения потребителя связана с субъективностью его потребительских оценок благ.

Сформулируем ряд определений.

Благо в теории потребления – это любой объект потребления, удовлетворяющий потребности потребителя (доставляющий удовлетворение).

Набор благ – это совокупность конкретных видов благ в определенных объемах, потребляемых в данный период времени.

Полезность – это **мера удовлетворения**, получаемого индивидом от потребления блага или выполнения какого-либо действия, *представляющая собой наибольшую выгоду при имеющихся возможностях*.

Полезность – **субъективное** понятие, так как благо, обладающее полезностью для одного потребителя, может не обладать полезностью для другого.

Функция полезности – это соотношение между объемом потребляемых благ и уровнем полезности, который достигается при этом потребителем. *Функция полезности описывает предпочтения потребителя*.

Принцип максимизации полезности. Потребитель, расходуя свой бюджет, стремится получить максимальное удовлетворение (**максимум полезности**) от совокупности приобретенных благ.

Гипотезы количественного измерения полезности

Кардиналистская концепция потребительского поведения основана на гипотезах **количественного измерения полезности**.

Гипотеза 1 (количественная оценка полезности). Потребитель может **количественно** оценить для себя полезность каждой единицы приобретаемого блага.

Шкала измерения полезности образует *строгую (кардинальную) меру*. С индивидуальными оценками полезности можно выполнять все математические операции, которые применимы к числам. Единица, служащая масштабом измерения полезности, получила название **ютила (U)**.

Каждый вид благ имеет для потребителя общую полезность и предельную полезность.

Общая полезность (TU) некоторого вида благ – это сумма полезностей всех имеющихся у потребителя единиц этого блага.

Предельная полезность (MU) рассматриваемого вида благ – это приращение общей полезности при увеличении количества благ на единицу.

Предельная полезность равна полезности последней единицы данного блага, потребленной (приобретенной) в заданный момент времени. Общая полезность равна сумме предельных полезностей всех единиц блага, полученных в данный момент времени. Значит, с увеличением потребления общая полезность растет, но скорость ее роста постепенно снижается, т.е. предельная полезность блага убывает по мере насыщения потребности в нем.

Гипотеза 2 («первый закон Госсена»). Предельная полезность блага убывает, т. е. полезность каждой следующей единицы блага, получаемой в данный момент времени, меньше полезности предыдущей единицы.

Например, потребитель, съедая первое яблоко, определенным образом оценит его полезность для себя. Полезность второго яблока, съеденного сразу же вслед за первым, окажется несколько ниже, а полезность третьего – будет меньше, чем полезность второго. Однако общая (суммарная) полезность яблок, съеденных в фиксированный момент времени друг за другом, возрастает.

Представитель австрийской школы маржинализма Карл Менгер, исследуя поведение потребителя, предположил, что потребитель формирует структуру и объем покупок так, чтобы при заданном бюджете и имеющихся ценах приобрести максимальную сумму ютилов. При этом в основе плана потребления лежит составленная индивидом таблица (названная позже «таблицей Менгера»), где оценены в ютилах полезности каждой единицы всех потребляемых благ.

Гипотеза 3 («второй закон Госсена»).

Функция полезности потребителя достигает максимума, если отношение предельной полезности i -го блага (MU_i) к его цене (P_i) одинаково по всем (n) благам, входящим в состав набора купленных благ, и равно предельной полезности бюджета, или денег (λ):

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

Данное утверждение называется **«вторым законом Госсена»**.

Если потребитель распределяет свой бюджет в соответствии со вторым законом Госсена, то структура его покупок является оптимальной. Это состояние есть **равновесие потребителя в кардиналистской концепции**.

Первый и второй законы Госсена лежат в основе **закона спроса**: объем спроса растет при снижении цены блага и уменьшается при ее повышении.

Если при неизменных ценах растет бюджет потребителя, то последний может увеличить общую полезность за счет увеличения объема спроса тех благ, предельная полезность которых положительна ($MU_i > 0$).

*Однако способность индивида **количественно** оценивать полезность приобретаемых им благ критиковалась многими экономистами. В связи с этим была разработана модель поведения потребителя, основанная на гипотезах порядкового измерения полезности (удовлетворенности) индивида называемая **ординалистской концепцией**.*

5.1.2. Ординалистская концепция поведения потребителя. Модель поведения потребителя, основанная на гипотезах порядкового измерения полезности (удовлетворенности) индивида. Карта безразличия. Бюджетная линия. Равновесие потребителя. Линии «доход-потребление» и «цена-потребление». Эффект замены и эффект дохода.

Гипотезы порядкового измерения полезности

Ординалистская концепция потребительского поведения основана на гипотезах ***порядкового*** измерения полезности.

Гипотеза ненасыщения. При прочих равных условиях потребитель предпочитает большее количество блага меньшему его количеству.

Гипотеза упорядоченности. Из двух наборов благ потребитель всегда предпочитает один, или считает их равноценными (одинаково предпочтительными).

Гипотеза транзитивности. Если потребитель считает набор А предпочтительным (равнозначным) набору В, а набор В – набору С, то набор А он считает предпочтительным (равнозначным) набору С. Эта гипотеза позволяет расставить в определенной последовательности (проранжировать) различные сочетания благ.

Гипотеза рефлексивности. Два одинаковых набора благ потребитель считает равноценными.

Гипотеза выпуклости. Кривые безразличия – основной инструмент анализа потребительского поведения в ординалистской концепции – выпуклы к началу координат.

Равновесие потребителя в ординалистской концепции

Кривая безразличия – это совокупность точек в пространстве количеств двух благ, представляющих комбинации различных количеств обоих благ, равнозначные для потребителя по уровню полезности (по уровню

приносимой удовлетворенности, по уровню обеспечиваемого благосостояния).

По оси ординат откладываются значения количества блага A (Q_A), а по оси абсцисс – количество блага B (Q_B); U – кривая безразличия, все точки которой указывают на различные наборы благ, имеющие для потребителя одинаковую полезность (U) (рисунок 5.1).

Из определения кривой безразличия и гипотезы выпуклости следует, что рассматриваемые блага в определенной степени взаимозаменяемы.

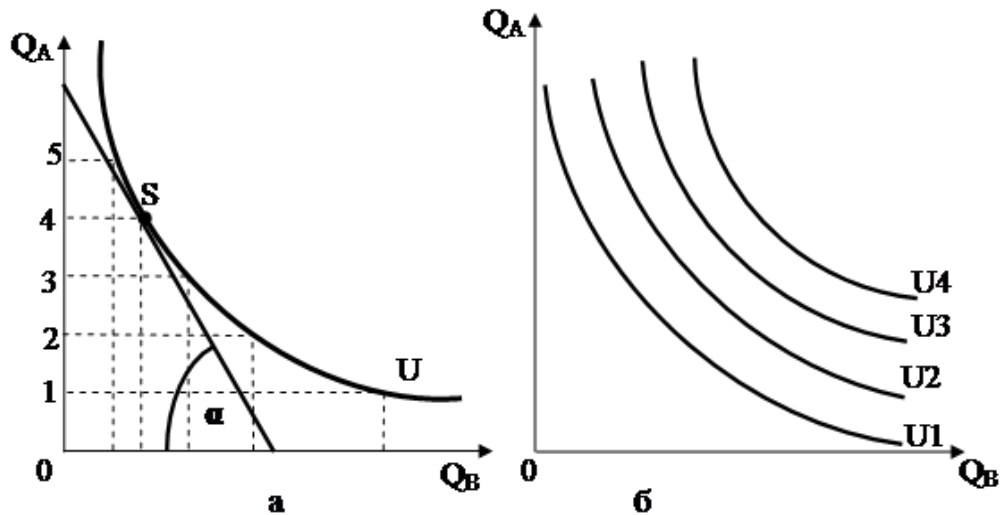


Рисунок 5.1. Кривая безразличия и карта безразличия

Количественной характеристикой взаимозаменяемости благ является **предельная норма замещения (замены) блага A благом B (MRS_{BA})**, которая показывает, насколько можно сократить потребление блага A при увеличении потребления блага B на единицу, не изменяя при этом уровень удовлетворенности потребителя:

$$MRS_{BA} = \left. \frac{\Delta Q_A}{\Delta Q_B} \right|_{U=const}$$

По определению предельная норма замены двух благ (MRS_{BA}) всегда отрицательна, а ее *абсолютное значение уменьшается по мере движения вдоль кривой безразличия слева направо*, т. е. по мере увеличения потребления одного блага вместо другого.

Это явление называют *уменьшающейся предельной нормой замещения*.

В терминах предельной полезности предельная норма замещения двух благ может быть представлена как отношение предельных полезностей благ:

$$MRS_{BA} = \frac{\Delta Q_A}{\Delta Q_B} = \frac{MU_B}{MU_A}$$

Графически MRS_{BA} отображается тангенсом угла наклона касательной к кривой безразличия в точке, представляющей исследуемое сочетание двух благ. На рисунке 5.1,а предельная норма замены блага А благом В в точке S равна $tg\alpha$.

Отношения потребителя к разнообразным сочетаниям двух благ, имеющим разный уровень полезности, могут быть отражены только *множеством кривых безразличия, образующих в пространстве двух благ карту безразличия* 5.1,б).

Чем дальше от начала координат расположена кривая безразличия, тем более высокому уровню полезности (уровню благосостояния, уровню удовлетворенности) она соответствует.

По определению кривые безразличия не пересекаются, но могут смещаться к одной из осей координат.

Таким образом, карта безразличия представляет собой графическую модель ранжированных предпочтений потребителя, т. е. она отображает субъективный фактор его рыночного поведения.

Объективным фактором рыночного поведения потребителя являются ресурсные ограничения, т. е. величина его потребительского бюджета и цены выбираемых благ.

Графическая модель, отображающая ресурсные (покупательные) возможности потребителя, называется «**бюджетная линия**». Иными словами, она отражает **бюджетные ограничения**, т.е. является разновидностью модели «граница производственных возможностей».

Бюджетная линия, также как и кривая безразличия, строится в пространстве количеств двух благ и имеет отрицательный наклон (рис. 5.2,а).

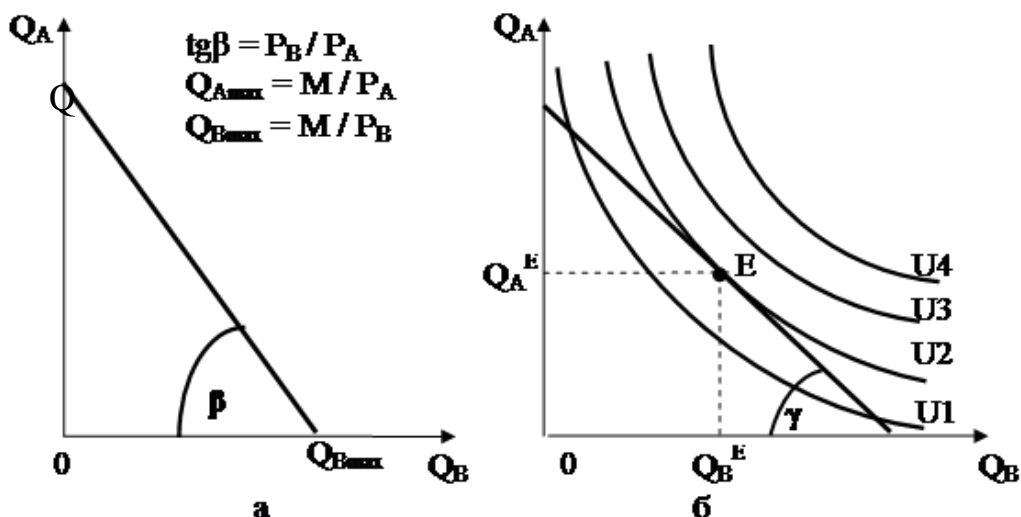


Рисунок 5.2. Бюджетная линия и равновесие потребителя

Все точки на **бюджетной линии** представляют максимально возможные комбинации количеств двух благ, которые потребитель может купить при заданных ценах благ (P_A и P_B), полностью истратив бюджет (M).

Бюджетное уравнение имеет вид:

$$M = P_A \cdot Q_A + P_B \cdot Q_B.$$

Чем выше бюджет, тем дальше от начала координат расположена бюджетная линия. Угол ее наклона зависит от соотношения цен на блага – чем выше цена блага, тем ближе к нулю расположена точка пересечения бюджетной линии с осью, на которой отложено количество соответствующего блага.

Для определения ассортимента покупок, обеспечивающего потребителю максимальную удовлетворенность (полезность, благосостояние) при заданном бюджете, необходимо совместить на одном рисунке карту безразличия и бюджетную линию (рис. 5.2,б).

Точка касания бюджетной линии наиболее удаленной кривой безразличия укажет на искомую комбинацию покупаемых благ, определяющую равновесие потребителя (точка «Е» на рис. 5.2,б).

Равенство абсолютного значения предельной нормы замены двух благ и соотношения их цен является признаком достижения потребителем **максимума полезности** при заданном бюджете и ценах.

Это условие эквивалентно второму закону Госсена и является условием равновесия потребителя в ординалистской концепции.

Объединим все отношения, количественно характеризующие равновесие потребителя:

$$|MRS_{BA}| = \frac{\Delta Q_A}{\Delta Q_B} = \frac{MU_B}{MU_A} = \frac{P_B}{P_A}$$

Данное выражение можно рассматривать как расширенное условие равновесия потребителя.

Построение кривой Энгеля и кривой спроса

С помощью графической модели равновесия потребителя, анализируя влияние изменения бюджета и цен благ на потребительское равновесие, можно определить изменение объема покупок рассматриваемых благ под влиянием изменения указанных факторов (рис. 5.3).

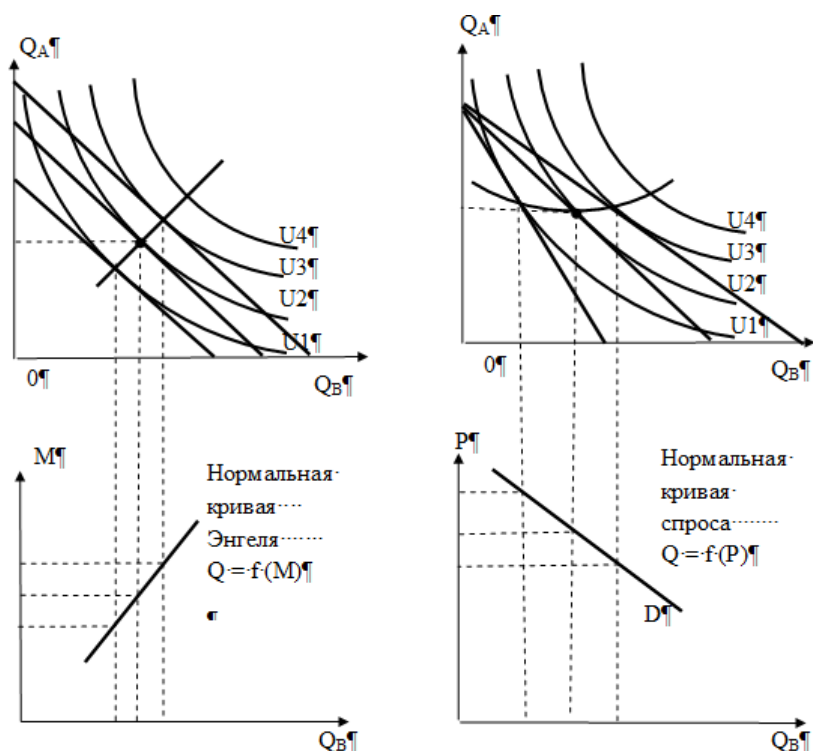


Рисунок 5.3. Построение кривой Энгеля (для блага В) и кривой спроса (на благо В).

Так, изменение бюджета при прочих равных условиях сдвигает бюджетную линию параллельно самой себе в пространстве двух благ, в результате изменяется положение равновесия потребителя. Совокупность всех таких точек равновесия образует линию «доход (бюджет) – потребление», представленную в верхней части рисунка 5.3.

На основании этой линии в координатах «бюджет (M) – объем блага (Q)» при условии неизменных цен можно построить **кривую Энгеля**, показанную в левой верхней части рисунка 5.3. Она имеет положительный наклон для «нормальных» благ, и отрицательный – для так называемых «некачественных» благ.

Переменную, откладываемую по оси ординат, иногда обозначают символом « I – доход».

Изменение цены одного блага при прочих равных условиях поворачивает бюджетную линию вокруг точки ее пересечения с осью другого блага, в результате образуются «веер кривых безразличия» и новые точки потребительского равновесия. Совокупность таких точек образует линию «цена – потребление», отображенную в правой верхней части рисунка 5.3.

На основании данной линии в координатах «цена блага (P) – объем блага (Q)» при условии постоянного бюджета и неизменной цены другого блага можно построить **кривую спроса (D)** на исследуемое благо, которая

показывает, как потребитель реагирует на изменение цены данного блага при прочих равных условиях (правая часть рис. 11). Характер потребительской реакции на изменение цены блага может быть формализован и записан в виде **функции спроса: $Q = f(P)$** . Сила реакции количественно характеризуется коэффициентом ценовой эластичности спроса.

Отрицательный наклон характерен для кривой спроса на «нормальные» блага. Однако кривая спроса на некоторые товары имеет положительный наклон. Так, одно из исключений из закона спроса называется «парадокс Гиффена»: объем спроса на некоторые товары возрастает по мере роста цены.

Список использованной литературы

1. Вечканов Г.С. Экономическая теория. 2-е изд. – СПб.: Питер. 2009. – 448 с.: ил. – (Серия «Учебник для вузов»).
2. Куликов Л.М. Экономическая теория: учеб. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. – 432 с.
3. Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: учеб. пособие для студентов вузов / рук. авт. коллектива и науч. ред. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство «Дело и Сервис», 2007. – 1040 с. – (Серия «Учебники Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова».)
4. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика: учебник. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2007. – 391 с. – (Университеты России).
5. Экономическая теория: учебник / [В.И. Бархатов, Г.П. Журавлева, А.В. Горшков и др.]; под. Ред. В.И. Бархатова, Г.П. Журавлевой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 848 с.: ил.
6. Экономическая теория (Политэкономия): Учебник / Под общей редакцией акад. В.И. Видяпина, акад. Г.П. Журавлевой. – 4-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 640 с.
7. Сельское хозяйство Республики Башкортостан: статистический сборник. – Уфа: Башкортостан, 2010 г. – 118 с.
8. Российский статистический ежегодник. 2009: Стат. сб. / Росстат. – М.: 2009. – 795 с.

Вопросы для самопроверки:

1. Основы теории потребительского поведения
2. Каковы цели и принципы построения модели поведения потребителя?
3. Охарактеризуйте кардиналистскую концепцию поведения потребителя.
4. Что такое общая (U) и предельная (MU) полезность?
5. В чем состоит содержание первого и второго законов Госсена?
6. Каковы особенности ординалистской концепции поведения потребителя?
7. Что представляют собой карта безразличия и бюджетная линия?
8. Что означает понятие «равновесие потребителя»?
9. Охарактеризуйте линию «доход-потребление» и кривую Энгеля.
10. Охарактеризуйте линию «цена-потребление» и кривую спроса.

Тесты:

1. Потребитель ведет себя рационально, если стремится...
 - а) максимизировать предельную полезность от потребления одного блага;
 - б) минимизировать расходы на приобретение благ;
 - в) максимизировать общую полезность от потребления различных благ;
 - г) максимизировать количество приобретаемых благ.
2. От потребительских предпочтений зависит:
 - а) положение и наклон линии бюджетных ограничений;
 - б) максимальное количество товара, которое может приобрести потребитель;
 - в) положение и наклон кривых безразличия;
 - г) степень выпуклости кривой производственных возможностей.
3. Если бюджетная линия повернулась против часовой стрелки, то...
 - а) доходы потребителя уменьшились;
 - б) доходы потребителя возросли;
 - в) повысилась цена товара У;
 - г) снизилась цена товара Х.

4. Бюджетное ограничение для потребителя представляет собой:

- а) линию общей полезности товара;
- б) линию предельной полезности товара;
- в) ограничение, налагаемое на выбор потребителя;
- г) линию максимального удовлетворения потребителя.

5. Для Саши потребление буханки хлеба ценой 2 руб. приносит удовлетворение в размере 10 утилей. Какое количество утилей удовлетворения принесет ему потребление литра молока по цене 5 руб., если он находится в состоянии равновесия:

- а) 10;
- б) 20;
- в) 25;
- г) 50

6. Рост доходов потребителей вызовет ____ и ____.

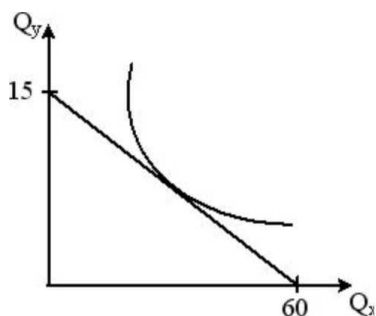
Укажите не менее двух вариантов ответа

- а) рост спроса на бытовую технику;
- б) рост производства автомобилей;
- в) сокращение спроса на товары низшего качества;
- г) рост предложения маргарина.

7. Когда цена товара увеличивается, эффект замещения означает:

- а) снижение потребления данного товара и увеличение потребления других товаров;
- б) увеличение потребления данного товара и снижение потребления других товаров;
- в) снижение потребления данного товара и других товаров;
- г) снижение потребления данного товара и никаких иных изменений.

8. На рисунке показана кривая безразличия и бюджетная линия некоего потребителя.



Если цена товара у равна 20 рублям, то уравнение бюджетной линии будет ...

- а) $Q_y = 60 - 4Q_x$;
- б) $Q_y = 15 - 4Q_x$;
- в) $Q_y = 15 - 0,25Q_x$;
- г) $Q_y = 60 - 0,25Q_x$.

9. Прирост общей полезности блага при увеличении потребления блага на одну единицу называется _____ полезностью.

- а) единичной;
- б) суммарной;
- в) предельной;
- г) положительной.

10. Чем больше количество потребленных благ, тем _____ предельная полезность, извлекаемая из каждой последующей единицы этого блага.

- а) стабильней;
- б) больше;
- в) меньше;
- г) выше.

Глоссарий:

Полезность — способность удовлетворять какую-либо потребность человека.

Общая полезность — совокупная полезность всех потребляемых благ.

Предельная полезность — полезность последней единицы потребляемого блага.

Эффект Веблена — эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что товар имеет более высокую (а не более низкую) цену.

Эффект сноба — эффект изменения спроса из-за того, что другие люди потребляют этот товар.

Бюджетная линия – графическое отражение альтернативных сочетаний благ, которые могут быть приобретены потребителем при заданном уровне его доходов и заданных ценах этих благ

Кривая безразличия — линия постоянного уровня удовлетворенности потребителя (постоянной полезности) от потребления различных наборов благ.

Карта кривых безразличия – совокупность кривых безразличия при различных количествах предлагаемых товаров.

Кривые Энгеля – показывают количество того или иного вида товара, которое потребитель готов купить при различных уровнях своего дохода. Кривая спроса — графическое изображение зависимости между рыночными ценами блага и количеством этого блага, которое готовы купить потребители в данный момент времени.

Парадокс Смита – на рынке действует регулируемая «невидимая рука». Каждый производитель на рынке преследуя свои личные интересы и выгоды, движимой «невидимой рукой» способствуют достижению общественных интересов и целей, часто даже не задумываясь об этом, а просто преследуя свои личные цели и интересы.

Тема 6.1. Фирма как экономический субъект.

Производство экономических благ.

Закон убывающей предельной производительности.

6.1.1. Экономическая природа фирмы. Фирма и предприятие. Основные формы деловых предприятий.

6.1.2. Производственная функция. Закон убывающей предельной производительности.

6.1.3. Изокванта и изокоста. Предельная норма замещения. Равновесие производителя.

Основная литература (электронные учебники):

1. Журавлева Г. П. Экономическая теория. Микроэкономика: Учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 440 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
3. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

4. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

5. Басовский Л. Е. Микроэкономика: Учебник / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 224 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Дополнительная литература (книги):

6. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.

7. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.

8. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 608с.

6.1.1. Экономическая природа фирмы. Фирма и предприятие. Основные формы деловых предприятий.

Предпринимательская деятельность (предпринимательство) – представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли (Закон РФ «О предприятиях и предпринимательской деятельности» от 25 декабря 1990 г.).

Субъект, осуществляющий активную экономическую, предпринимательскую, коммерческую деятельность, называется предпринимателем (бизнесменом). Он может быть владельцем какого-либо дела или наемным работником в любой сфере. К основным функциям, выполняемым предпринимателем относят:

1) предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов земли, капитала и труда в единый процесс производства товара или услуги. Предприниматель является движущей силой производства и посредником, сводящим вместе все ресурсы для осуществления эффективной экономической деятельности;

2) предприниматель берет на себя трудную задачу принятия основных решений, определяющих курс деятельности предприятия;

3) предприниматель – это новатор, лицо, стремящееся вводить в обиход на коммерческой основе новые продукты, новые производственные технологии или даже новые формы организации бизнеса;

4) предприниматель – это человек, идущий на риск. Это следует из тщательного изучения других трех его функций. В капиталистической системе предпринимателю прибыль не гарантирована. Вознаграждением за

затраченные им или ею время, усилия и способности могут оказаться заманчивые прибыли или убытки и, в конце концов, – банкротство. То есть, предприниматель рискует не только своим временем, трудом и деловой репутацией, но и вложенными средствами – своими собственными и своих компаньонов или акционеров.

Предпринимательская деятельность (бизнес) может быть осуществлена в любых сферах экономики: промышленности, сельском хозяйстве, строительстве, на транспорте и связи, в торговом и банковском деле, в сфере услуг и внешнеэкономической деятельности. Общество от нее ждет только одного: чтобы производство было не просто прибыльным, а социально значимым, т.е. удовлетворяло социально-экономические потребности людей. Основной составляющей предпринимательской деятельности является – предприятие.

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, производящий продукцию, товары, услуги, выполняющий работы, занимающийся различными видами экономической деятельности [4].

В централизованно планируемой экономике предприятие является просто подразделением в иерархии административного управления национальным хозяйством. В рыночной экономике предприятия выступают как самостоятельные и равноправные субъекты экономической деятельности.

Под предприятием, как правило, подразумевается однопрофильное, однопродуктовое производство. Но в условиях быстроменяющейся конъюнктуры рынка ориентация на однопрофильное производство не всегда перспективна. Поэтому главным субъектом рыночных отношений выступает фирма.

Фирма – субъект экономической деятельности, состоящий как из одного, так и нескольких предприятий и производств. Внутренняя структура фирмы представляет собой типичный пример иерархии. Фирма работает как целостная слаженная система, внутри которой действует принцип подчинения служащих фирмы распоряжениям управляющего. В любой экономической системе производство товаров и услуг осуществляется множеством предприятий. Далее термины «предприятие» и «фирма» мы будем рассматривать как синонимы.

Главная цель фирмы – максимизация прибыли; подчиненные цели – увеличение доли рынка и лидерство в НТП. Группа конкурирующих фирм (предприятий) производящих (и/ или продающих) схожие блага на рынке – отрасль. Отрасль предполагает свободный вход в отрасль и выход из нее.

Вступление в отрасль и выход из нее определяется прибылью, получаемой после компенсации всех затрат.

В деятельности фирмы выделяют условия внутренней и внешней среды.

Внутренняя среда включает продукт, структуру управления фирмой, технологии, персонал, финансы, планирование, маркетинговые решения, анализ хозяйственной деятельности и контроль. Эту внутреннюю среду фирма формирует и развивает сама, руководствуясь только целями. К целям фирмы, как правило, относятся: эффективное производство, инвестиции, достойная оплата труда персонала, выполнение социальных обязанностей перед персоналом и т.п. К целям маркетинга относят: удовлетворение потребностей и запросов клиентов фирмы, обеспечение высокого объема продаж, роста темпов продаж и конкурентоспособности, завоевание определенных долей и сегментов рынка, рост нормы прибыли и всех ее производных (составляющих), завоевание хорошего имиджа (образа) фирмы, позиционирование торговых марок и многие другие [3].

Внешняя среда – это макроэкономические условия (система конкуренции, рынков и цен, уровни инфляции, налоги и т.д.), правовые, политические, международные и социальные условия, т.е. те условия, которые фирма сама устанавливать и контролировать не может. Через систему маркетинга фирма как бы входит на внешнюю среду и живет по ее законам. Если фирма не учитывает внешние условия, то и результаты ее деятельности могут быть не те, на которые она рассчитывала. Такая неопределенность результата называется риском. Воздействовать на внутреннюю среду фирмы, учитывая внешние процессы, находить способы достижения поставленных целей – это задача предпринимателя (управляющего) менеджера. Решать эту задачу ему помогает система управления, или менеджмент. К внешней среде относят и международное окружение.

Факторами, обеспечивающими высокую эффективность деятельности фирмы, являются:

1) эффективное проведение сложных операций, вследствие значительного сокращения транзакционных издержек.

Транзакционные издержки – непроизводственные затраты, возникающие в ходе хозяйственной деятельности, включающие в себя затраты на подготовку, заключение и реализацию сделок. В понятие транзакционных издержек входят:

– информационная составляющая издержек;

- комплекс маркетинговых и рекламных усилий;
- затраты на само заключение сделки;
- обеспечение гарантии выполнения соглашения (издержки недолжного выполнения сделки).

2) снижение риска недобросовестности партнеров, путем организации системы контроля над выполнением обязательств (мотивация управляющих на успех фирмы, аттестация работников, аудиторские проверки, ревизии, инвентаризация и т.д.);

3) улучшение адаптации. Существующая в ней иерархия способствует повышенной приспособляемости фирмы к возникающим неожиданным обстоятельствам.

Но границы эффективности фирмы не бесконечны. С увеличением фирмы происходит возрастание издержек на организацию дополнительных транзакций внутри фирмы. Что в свою очередь выражается через:

1) феномен потери контроля (число осуществляемых транзакций превосходит физические возможности одного человека);

2) эффект искажения информации (передача по уровням иерархии задерживается, информация искажается);

3) ослабление мотивации (в гигантской корпорации менеджеры лишь наемные служащие, выполняющие свою работу без энтузиазма, в отличие от стремящегося к успеху хозяина);

4) рост издержек учета и т.д.

Фирмы группируются по ряду признаков:

1) по преобладающим формам собственности: частные и государственные;

2) по размерам предприятия: малые, средние и крупные. Размер определяется исходя из численности занятых (к малому бизнесу относят предприятия промышленности, строительства и транспорта с численностью рабочих до 100 человек, в сельском хозяйстве и научно-технической сфере – до 60, в оптовой торговле – до 50 человек, в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – до 30 человек) и объема производства (продаж);

3) по характеру деятельности: производящие материальные блага и услуги;

4) по отраслевой принадлежности: промышленные, сельскохозяйственные, торговые, транспортные, банковские, страховые и т.д.;

6) по признаку доминирующего фактора производства: трудоемкие, капиталоемкие, материалоемкие, наукоемкие;

7) по правовому статусу (организационно-правовым формам).

Организационно-правовые формы предприятий отражают, прежде всего, определенный тип отношений собственности, который формирует, в конечном счете, тот или иной хозяйственный уклад. Главным аргументом в выборе той или иной формы собственности и соответствующей ей формы хозяйствования является возможность производить на единицу совокупного труда наибольшее количество конечной продукции. Институциональные изменения в ходе реформ, проводимых в нашей стране с начала 90-х годов, привели к формированию различных организационно-экономических структур во многих отраслях экономики, в том числе и в сельском хозяйстве.

Многоукладность в сельском хозяйстве предполагает функционирование самых различных форм хозяйствования с таким расчетом, чтобы каждая из них имела все условия для максимального использования своего ресурсного потенциала и эффективного ведения производства. Поэтому в каждом регионе должна была получить развитие такая организационная структура, которая обеспечит стабильное положение отрасли, а также дальнейшее наращивание объемов и повышение экономической эффективности производства сельскохозяйственной продукции. В АПК России можно выделить три группы организационно-экономических структур: государственную, частную и смешанную. Каждая, из указанных групп, включает в себя различные формы собственности и хозяйствования, которые не исключают, а дополняют друг друга.

Среди них:

- 1) государственные и муниципальные предприятия;
 - 2) совхозы и колхозы;
 - 3) акционерные общества;
 - 4) общества с ограниченной ответственностью;
 - 5) смешанные товарищества;
 - 6) коллективные сельскохозяйственные предприятия;
 - 7) сельскохозяйственные производственные кооперативы;
 - 8) крестьянские (фермерские) хозяйства;
 - 9) ассоциации (союзы) крестьянских (фермерских) хозяйств и прочие
- (рисунк 6.1.1). Рассмотрим подробнее некоторые из них.

Государство остается одним из крупных собственников сельскохозяйственных организаций, так как к госсектору относятся не только государственные и муниципальные унитарные предприятия (ГУПы и МУПы), но и акционерные общества, уставный капитал которых принадлежит государству. Если учесть все предприятия, учредителями

которых являются государственные и муниципальные органы власти, то их доля предприятий в общей численности крупных и средних сельскохозяйственных организаций составляет около 16%.

До недавнего времени большая часть в структуре сельскохозяйственных предприятий была представлена предприятиями кооперативного типа крупными и средними. Но на сегодняшний день их численность сокращается. Наименее приспособленными к условиям рыночной экономики оказались сельскохозяйственные производственные кооперативы (СПК). В основе деятельности производственного кооператива (горизонтальная кооперация) лежит коллективное использование (как следствие объединения) средств производства, в том числе земли, а также обобществление процесса производства.

Труд и доход от работы в таком кооперативе является главным источником средств существования кооператива. В качестве пайщиков производственного кооператива является колхоз, в котором экономическая и юридическая самостоятельность крестьянских хозяйств утрачена. После принятия в конце 90-х годов законов об обществах с ограниченной ответственностью и акционерных обществах, которые ограничили число членов в ЗАО и ООО (не более 50 членов), большинство СХО вынуждены были перерегистрироваться в СПК, так как для них таких ограничений не было. Доля СПК в общей численности крупных и средних СХО достигла более 60 процентов, доля ООО сократилась до 10 процентов. Однако после 2000 года численность СПК быстро пошла на убыль, а ООО – возростала. К 2009 году доля ООО увеличилась почти до 35 %, а СПК сократилась до 44 %.

Особое внимание необходимо уделить развитию личных подсобных хозяйств (или семейных трудовых крестьянских хозяйств). Большая часть высвобожденных из коллективных хозяйств работников занята только в ЛПХ. В России 16 млн. личных подсобных хозяйств – это основной источник доходов для большинства сельских жителей. В аграрном секторе экономики ЛПХ играет существенную роль, так как на фоне сокращения объемов производства в сельскохозяйственных предприятиях, хозяйства населения стабильно наращивают выпуск продукции. Некоторые высокотоварные подворья трансформируются в самостоятельные фермерские хозяйства. Численность фермерских хозяйств невелика, но несмотря на это, они активно выполняют функцию перераспределения факторов производства от неэффективных к эффективным собственникам.

Эффективность агропромышленного производства в рыночных условиях определяют не только институциональная структура и ее

изменения, но и уровень технической оснащенности, масштабы производства и использования научно-технического прогресса и, что является особенно важным, производственные и экономические связи между субъектами АПК.

Наиболее восприимчивыми к внедрению новых технологий и средств производства, являются крупные общественные хозяйства, в которых сохранился достаточно высокий уровень специализации и концентрации производства не разрушена система землепользования и севооборотов и т.д.

Но крупнейшими агропромышленными предприятиями России владеют иностранные компании. Например, флагман России ОАО "Омский бекон" принадлежит кипрской компании. В свою очередь "Омский бекон" является учредителем СХО Омской области. Птицефабрикой "Северная" (Ленинградская область), самым крупным производителем мяса птицы в России, владеет нидерландская компания, которой принадлежат птицефабрики "Ломоносовская", "Войковицы" Ленинградской области. Учредители ООО "Егорьевская птицефабрика" находятся на Британских виргинских островах. ОАО "Красная поляна плюс" расположено в Курской области, а ее учредитель – в Панаме. В свою очередь ОАО "Красная поляна плюс" владеет крупнейшими птицефабриками в Орловской области и в Чувашии. Крупными свинокомплексами Белгородской области владеет компания, расположенная на Кипре. Используя базы данных, в которых указаны сведения об учредителях СХО, был выявлен перечень и определен состав агрохолдингов России. Несмотря на то, что, государственные и муниципальные агрохолдинги преобладают как по числу входящих в них СХО, так и по численности занятых и площади сельхозугодий, они значительно отстают от негосударственных агрохолдингов по доле в выручке и особенно по доле в прибыли.

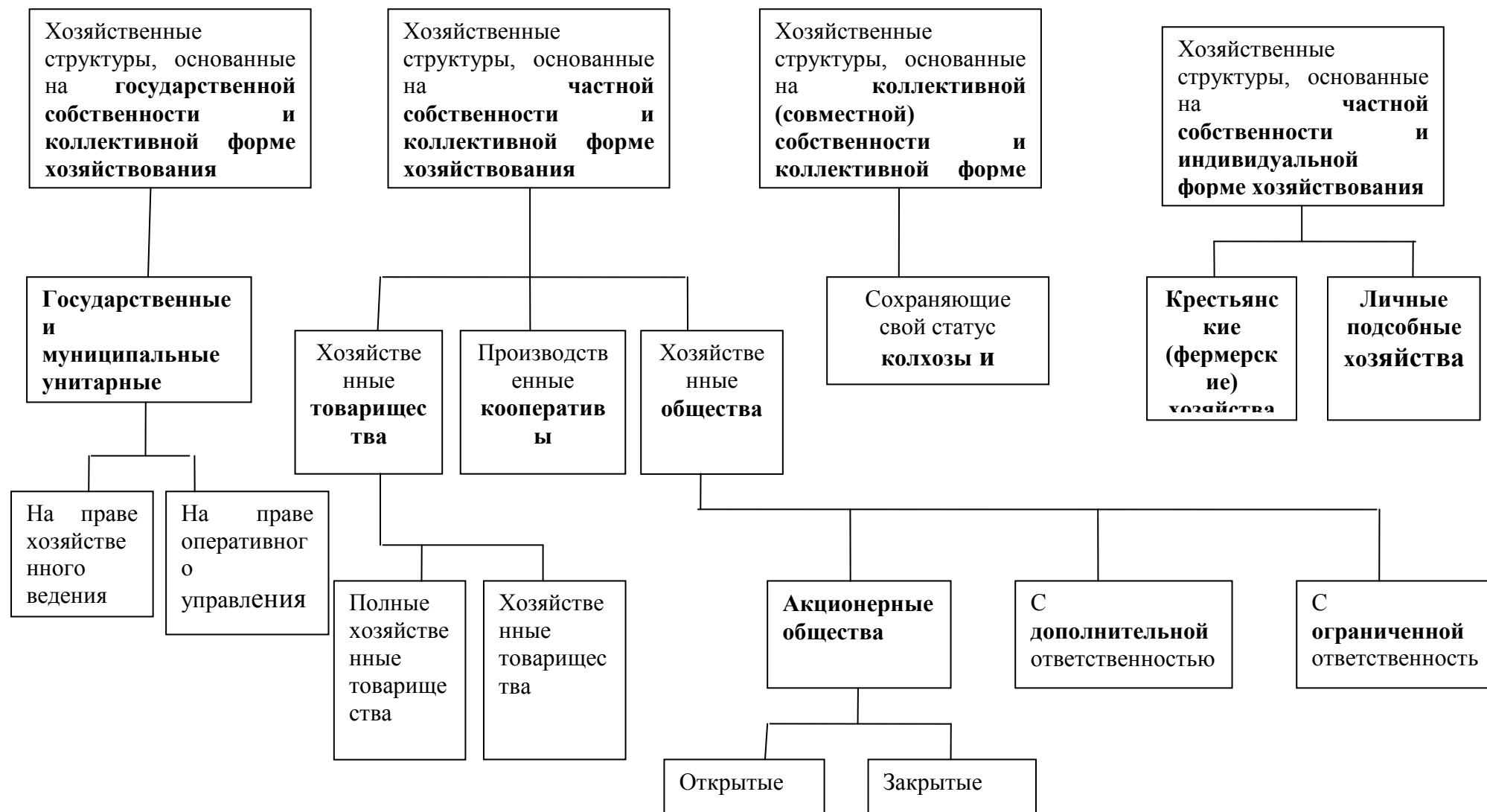


Рисунок 6.1.1 Организационно-правовые формы хозяйствования АПК России

Модель вертикально интегрированных холдингов и корпораций является одним из факторов стабилизации производства в АПК. Но возрождение и развитие аграрно-продовольственного комплекса требует комплексного подхода. Поэтому актуальным вопросом продолжает оставаться кооперация сельскохозяйственных предприятий снизу. При этом необходима реализация долгосрочных, трудоемких дорогостоящих проектов, направлениями которых станут:

- 1) развитие материально-технической базы рыночной инфраструктуры аграрно-продовольственного комплекса;
- 2) создание сети дорог, транспортных средств, складского хозяйства, системы безопасности сбыта;
- 3) развитие информационных систем, предоставляющих полную информацию о спросе, конкурентах, субсидиях и льготах, а также политике государства в аграрно-продовольственном секторе (кредитной, налоговой, ценовой и др.).

6.1.2. Производственная функция. Закон убывающей предельной производительности. Предельная норма замещения.

Экономическая деятельность фирмы может быть описана производственной функцией. Она выражает зависимость между объемом получаемой продукции (Q) и количеством ресурсов (F_1, F_2, \dots, F_n), применяемых в производстве за определенное время:

$$Q = f(F_1, F_2, \dots, F_n),$$

где Q — максимальный объем производства при заданных затратах;

F_1 — количество использованного фактора f_1 ;

F_2 — количество использованного фактора f_2 ;

F_n — количество использованного фактора f_n .

Любая производственная функция обладает рядом свойств. Производственная функция — это модель, отражающая конкретную технологию. Именно от нее зависит, какой вклад вносит каждый ресурс в создание готовой продукции. Новая технология описывается новой производственной функцией.

Производственная функция — это модель эффективного производства. То есть она описывает, каким может быть максимально возможный выпуск продукции при затратах данного количества ресурсов. Либо каково минимально необходимое количество ресурсов для производства данного объема продукции.

Производственная функция исходит из взаимодополняемости и взаимозаменяемости ресурсов.

Предположим теперь, что в $Q = f(F_1, F_2, \dots F_n)$, где F_1 – переменный фактор, а остальные – $F_2, \dots F_n$ – постоянные факторы.

Чтобы отразить влияние переменного фактора на объем выпуска, вводятся понятия совокупного, среднего и предельного продукта.

Совокупный продукт, TP – общий объем выпуска, произведенный при данном количестве постоянного и переменного факторов.

Средний продукт, AP – объем выпуска, приходящийся на единицу переменного фактора.

Предельный продукт, MP – дополнительный продукт, получаемый при увеличении вложений переменного фактора на единицу и неизменности других факторов.

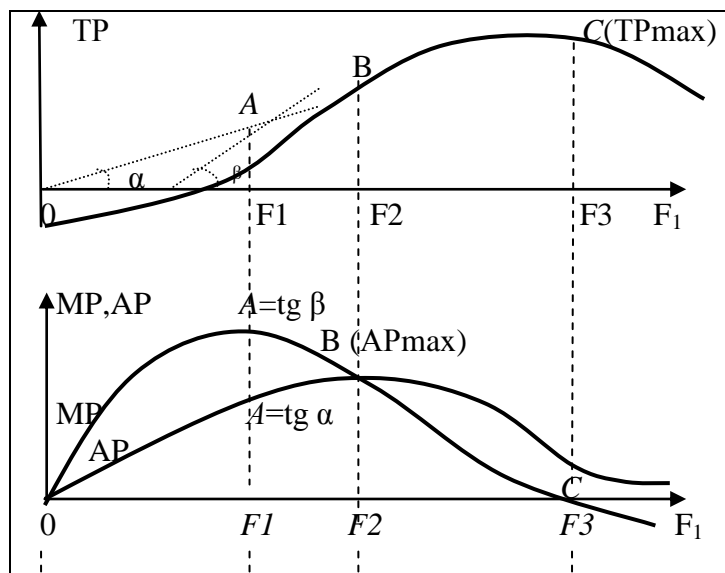
Средний продукт характеризует среднюю производительность переменного фактора и рассчитывается по формуле: $AP = TP / F_1$

Предельный продукт характеризует предельную производительность переменного фактора и рассчитывается по формуле: $MP = \Delta TP / \Delta F_1$, или $MP = (TP)'$.

Взаимосвязь между общим, средним и предельным продуктами отражает закон убывающей предельной производительности (отдачи). (рисунок 6.1.2)

Закон убывающей предельной производительности утверждает, что с ростом использования какого-либо производственного фактора (при неизменности остальных) рано или поздно достигается такая точка, в которой дополнительное применение переменного фактора ведет к снижению относительно и далее абсолютно объемов выпуска продукции. Увеличение использования одного из факторов (при фиксированности остальных) приводит к последовательному снижению отдачи его применения.

Закон убывающей предельной производительности носит не абсолютный, а относительный характер. Во-первых, он применим лишь на краткосрочном отрезке времени, когда хотя бы один из факторов производства остается неизменным. Во-вторых, технический прогресс постоянно раздвигает его границы.



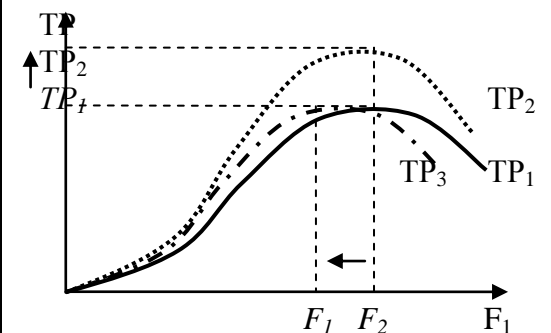
Закон убывающей предельной отдачи: при введении в производство дополнительных единиц переменного фактора при условии, что все остальные применяемые факторы постоянны, предельная отдача этого фактора сначала быстро растет, затем начинает снижаться вплоть до отрицательных значений (выражается в снижении относительного, а далее абсолютного объемов выпуска продукции)

если $AP < MP$, то AP растёт
 при $AP = MP$, AP max (точка B)
 если $AP > MP$, то AP снижается
 при $MP = 0$, TP max (точка C)

закон применим на краткосрочном отрезке времени, и носит относительный характер. НТП раздвигает его границы.

Влияние технического прогресса на производство в короткий период:

- 1) увеличение объема выпуска (TP_1 до TP_2) при данном количестве производственных факторов (F_2)
- 2) снижение затрат факторов (F_2 до F_1) при производстве данного объема выпуска ($\max TP_1 = \max TP_3$)



эластичность производства (E_Q) показывает относительное изменение общего объема выпуска ($\Delta TP/TP$) в ответ на относительные изменения переменного фактора ($\Delta F_1/F_1$); $E_Q = (\Delta TP/TP)/(\Delta F_1/F_1)$, значит $E_Q = MP/AP$

рост предельной производительности	рост средней производительности	рост общей производительности (MP и AP снижаются, но TP растет, т.к. растет отдача от постоянного фактора)	снижение общей производительности
растущая предельная отдача фактора	предельная отдача переменного фактора	убывающая предельная отдача переменного фактора	отрицательная отдача переменного фактора
экономическая область рационального использования факторов		область — область обеспечения общей эффективности производства	
===		===	
1 стадия	2 стадия	3 стадия	
MP > AP, значит $E_Q > 1$, производство является эластичным по переменному фактору. в точке B: MP = AP, значит $E_Q = 1$	MP < AP, т.е. $E_Q < 1$ производство не эластично по переменному фактору.	в точке C: MP = AP = 0, значит $E_Q = 0$	

Рисунок 6.1.2 Производственная функция короткого периода. Закон убывающей предельной отдачи (убывающей предельной производительности)

6.1.3. Изокванта и изокоста. Предельная норма замещения. Равновесие производителя.

Предположим, что производственная функция состоит не из одного, а из двух переменных факторов, а объем производства является величиной постоянной. Тогда $Q = f(F1, F2)$,

Q – объем производства в натуральном выражении;

f – вид функциональной связи;

$F1, F2$ – переменные факторы производства.

Графически производственная функция изображается с помощью кривой «постоянного продукта» или изокванты. **Изокванта** – кривая, показывающая все возможные комбинации производственных факторов, которые обеспечивают постоянный (одинаковый) выпуск.

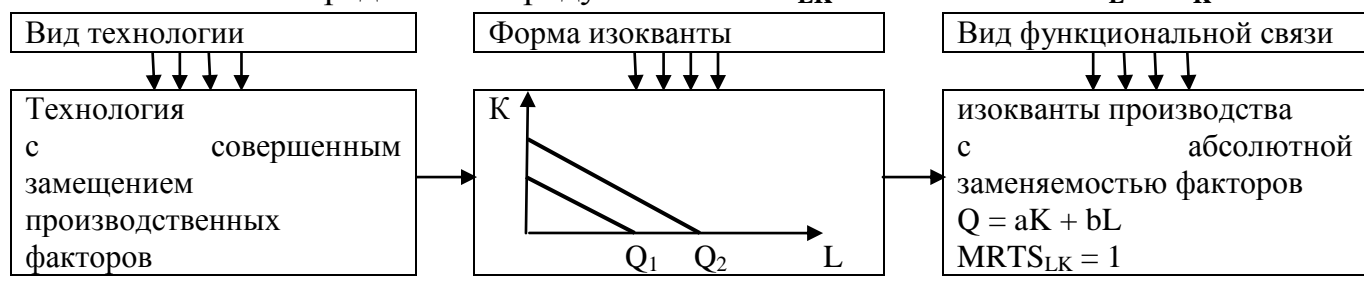
В двухфакторной модели производства (при использовании, например, капитала – K и труда – L) каждая изокванта, вида $Q = f(K, L)$, показывает объем выпуска для каждой отдельной комбинации факторов K и L . Совокупность изоквант формируют **карту изоквант**.

Конфигурация изокванты отображает предельную норму технологического замещения.

Предельная норма технологического замещения – показатель пропорции, в которой должна происходить замена одного фактора производства при сохранении неизменного объёма выпуска.

Предельная норма технологического замещения капитала трудом $MRTS_{LK}$ показывает величину капитала, которую может заменить каждая единица труда, сохраняя при этом объем выпуска без изменений. Она определяется как абсолютное значение углового коэффициента изокванты – наклон касательной в любой из её точек: $MRTS_{LK} = -\Delta K / \Delta L$. Знак «минус» позволяет получить положительное значение предельной нормы технологического замещения.

Оптимальная комбинация факторов производства – комбинация, при которой предельная норма технологического замещения факторов равна соотношению их предельных продуктов: $MRTS_{LK} = -\Delta K / \Delta L = -MP_L / MP_K$



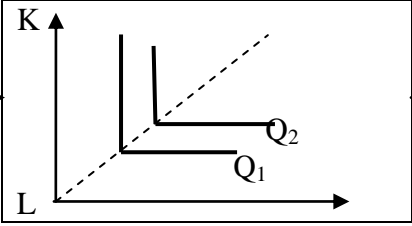
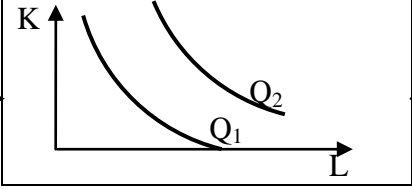
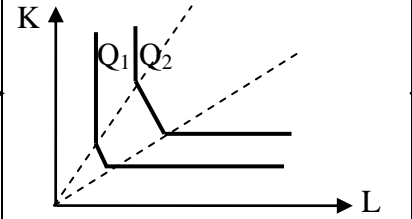
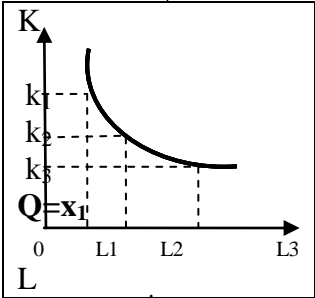
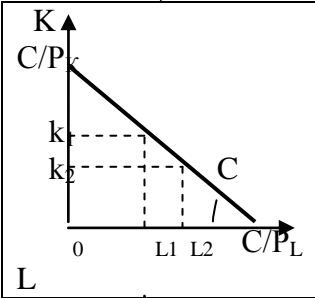
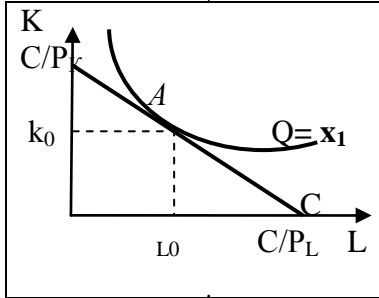
Технология не допускающая замещение производственных факторов		изокванты производства с фиксированными пропорциями факторов («затраты-выпуск») $Q = \min(L/c_1; K/c_2)$ $MRTS_{LK} = 0$
Технология с неограниченным количеством комбинаций производственных факторов		изокванты производственной функции Кобба-Дугласа $Q = AK^\alpha L^\beta$ $MRTS_{LK} = -\Delta K / \Delta L$
Технология с ограниченным количеством комбинаций производственных факторов		изокванты производственной функции с постоянной эластичностью замещения $Q = e_0(e_1 L^{-\beta} + e_2 R^{-\beta})^{-1/\beta}$

Рисунок 6.1.3 Формы изоквант с учётом различных технологий производства

Инструменты анализа	изокванта, Q	изокоста, C	оптимизация производства
Определение	кривая, показывающая все возможные комбинации производственных факторов, которые обеспечивают постоянный выпуск.	линия, отражающая комбинации производственных факторов, которые дают равные суммарные издержки производства.	экономическая эффективность достигается, когда предельные затраты уравниваются предельными выгодами
Алгебраическое отображение	общая $Q=f(K, L)$; для данного случая $X_1=AK^\alpha L^\beta$	(TC) или $C=P_K K + P_L L$	$MP_L/MP_K = P_L/P_K$ или $MP_L/P_L = MP_K/P_K$
Графическое отображение			
	предельная норма технологического замещения (наклон изокванты касательной)	угол наклона изокосты равен $(-P_L/P_K)$	факторы производства должны применяться в пропорции, при которой соотношение их производительностей равняется соотношению их цен
		$C_2/P_K K$	

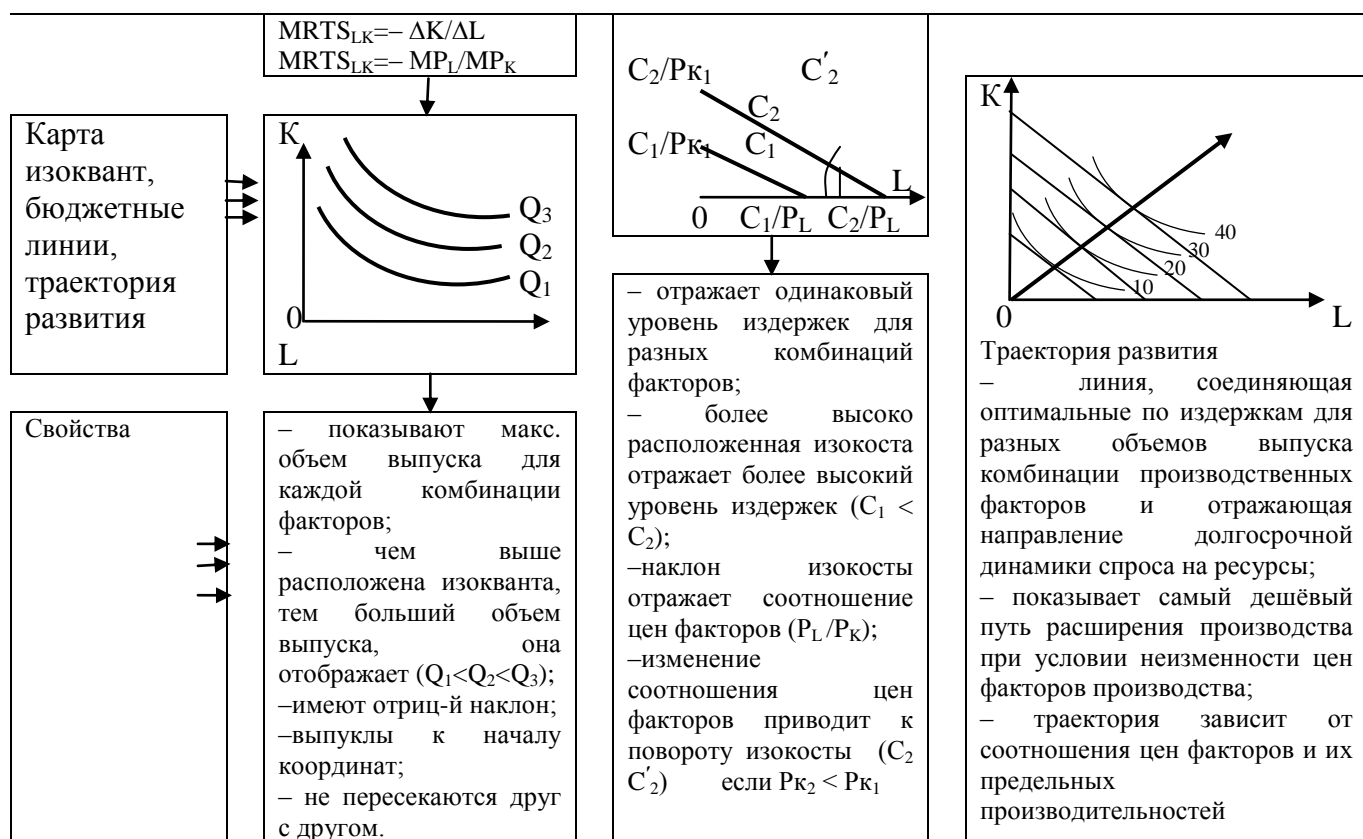


Рисунок 6.1.4 Изокоста, изокванта, и оптимизация производства

Поиск комбинации факторов производства, которая позволяет получить максимальный выпуск при заданном уровне производственных издержек одна из основных задач производителя. **Уровень производственных издержек** – суммарные затраты на покупку факторов производства – определяется как величина совокупных (общих) издержек $ТС = P_K * K + P_L * L$. Таким образом, различные сочетания факторов производства могут иметь одинаковый уровень издержек.

Изокоста – линия, отражающая комбинации производственных факторов, которые дают равные суммарные издержки производства.

Условие равновесия производителя: факторы производства должны применяться в пропорции, при которой соотношение их производительностей равняется соотношению их цен $MP_L / MP_K = P_L / P_K$ или $MP_L / P_L = MP_K / P_K$ (графически отображается как точка касания изоквантой изокосты)

Характеристика изокванты, изокосты, условия оптимизации производства отображены в (Рисунок 6.1.4).



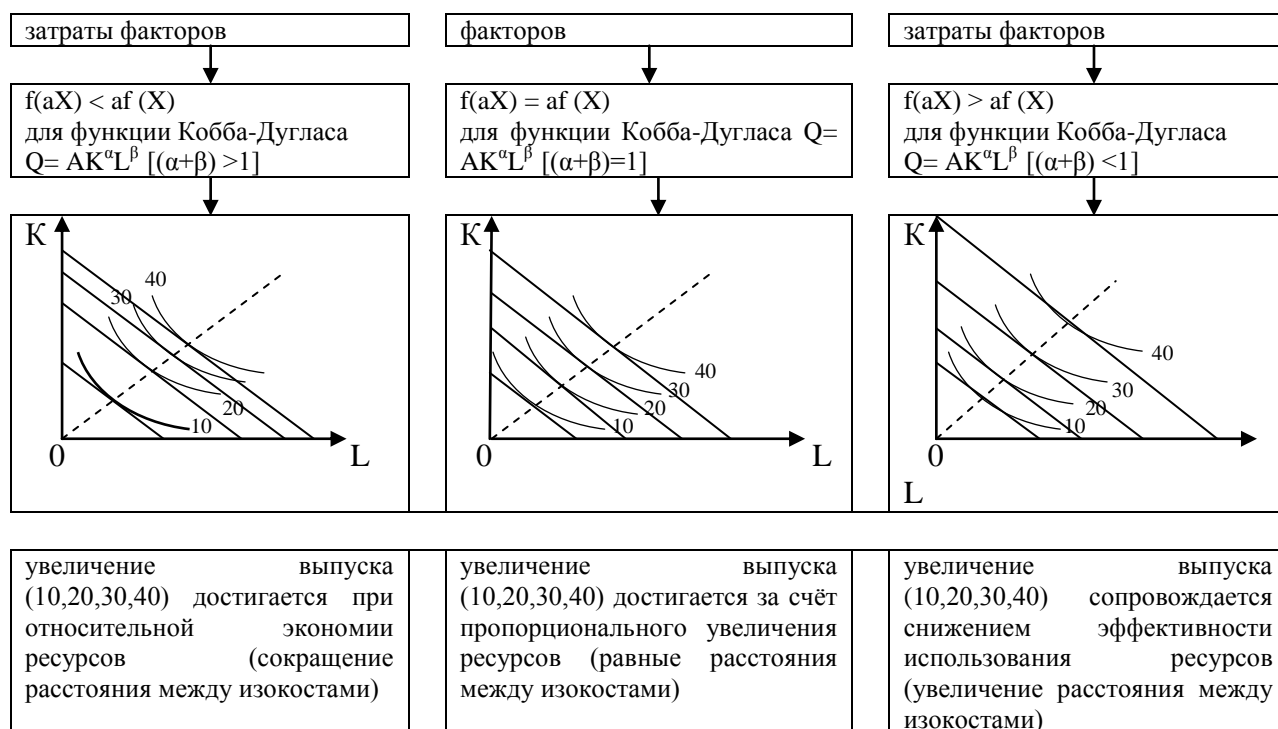


Рисунок 6.1.5 Виды эффекта масштаба

В долгосрочном периоде фирма имеет возможность не только комбинировать факторы производства, но и изменять их количество, изменяя, таким образом, масштаб производства. **Изменение масштаба производства** – это некоторое кратное изменение всех факторов производства. Определение эффекта масштаба возможно только при неизменности пропорции между факторами производства для любого уровня выпуска. Увеличение масштаба производства даже при неизменности пропорции между факторами может привести к разным результатам.

Эффект масштаба – это свойство процесса производства, отражающее характер изменения соотношения между увеличением затрат факторов производства и изменением объема выпуска. Виды «эффекта масштаба» и их характеристика представлены на рисунке 6.1.5.

Список использованной литературы:

1. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев ; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2009. - 576 с.
2. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.
3. Пиндайк Р. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012.
4. Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: учеб.

пособие для студентов вузов / рук. авт. коллектива и науч. ред. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство «Дело и Сервис», 2007. – 1040 с. – (Серия «Учебники Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова».)

5. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика: учебник. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2007. – 391 с. – (Университеты России).

6. Экономика [Электронный учебник]: Учебное пособие. Под ред. д-ра экон. наук Д.Д. Лукманова – Уфа: ФГОУ ВПО БГАУ, 2011. - 310с.

Вопросы для самопроверки:

1 Что представляет собой предпринимательская деятельность? Назовите основные ее характеристики.

2 Дайте определение «предприятию» и «фирме». Есть ли отличие в определениях?

3 Как отличаются внутренняя и внешняя среда фирмы?

4 Проведите классификацию фирм по разным признакам. Какие признаки являются доминирующими при определении размеров предприятия?

5 Что показывает производственная функция?

6 Опишите взаимосвязь между общим, средним и предельным продуктами.

7 Что показывает совокупный продукт предприятия? Средний продукт? Предельный продукт?

8 Что показывает изокванта?

9 Что показывает изокоста?

10 Объясните понятие «эффект от масштаба».

Тесты:

1 Субъект экономической деятельности, состоящий как из одного, так и нескольких предприятий и производств – это:

- а) фирма;
- б) предприятие;
- в) корпорация;
- г) фабрика.

2 Структура управления фирмой, технологии, финансы, планирование:

- а) составляющие внутренней среды;
- б) составляющие внешней среды;
- в) эндогенные факторы;
- г) макроэкономические условия.

3 Что представляют собой транзакционные издержки фирмы:

- а) непроизводственные затраты, возникающие в ходе хозяйственной деятельности, включающие в себя затраты на подготовку, заключение и реализацию сделок;
- б) информационная составляющая издержек;
- в) комплекс маркетинговых и рекламных усилий;
- г) все перечисленное верно.

4 По характеру деятельности предприятия делятся на:

- а) производящие материальные блага и услуги;
- б) промышленные, сельскохозяйственные, торговые, транспортные, банковские, страховые;
- в) трудоемкие, капиталоемкие, материалоемкие, наукоемкие;
- г) частнопредпринимательские фирмы, товарищество, корпорации.

5 Достоинствами частнопредпринимательской фирмы являются:

- а) простота организации, свобода действий;
- б) глубокая специализация;
- в) существование неограниченной ответственности;
- г) неограниченность финансовых и материальных ресурсов.

6 Взаимосвязь между всеми возможными вариантами сочетаний факторов производства и объемом выпускаемой продукции выражается при помощи...

- а) кривой производственных возможностей;
- б) кривой общего объема выпуска продукта;
- в) производственной функции;
- г) эластичности предложения.

7 Какое из следующих утверждений, характеризующих связь между ТР, АР и МР, является неверным?

- а) АР продолжает расти до тех пор, пока увеличивается МР;

б) АР достигает максимального уровня до того, как ТР становится максимальным;

в) ТР достигает максимального уровня, когда $MP = 0$;

г) $MP = AP$ при максимальном уровне АР.

8 Если процесс производства на предприятии описывается производственной функцией $Q = 80 + 10K^2 + 10L$, где K – количество капитала, L – количество труда, то предельный продукт труда равен...

а) $MPL = 80 + 20K$;

б) $MPL = 80 + 10L$;

в) $MPL = 10K + 10$;

г) $MPL = 10$.

9 Если производственная функция определяется уравнением $Q = 100 + 12K^2 + 10L$, тогда уравнение предельного продукта капитала имеет вид...

а) $MPK = 24K$

б) $MPK = 24K + 10L$

в) $MPK = 100 + 24K$

г) $MPK = 100 + 10L$

10 Убывающая отдача от масштаба свидетельствует о том, что фирме...

а) требуются дополнительные факторы производства

б) необходимо перейти к трудоемкой технологии

в) не имеет смысла наращивать объем производства

г) следует увеличить производство, чтобы исправить ситуацию

Глоссарий:

Предпринимательская деятельность (предпринимательство) – представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли.

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, производящий продукцию, товары, услуги, выполняющий работы, занимающийся различными видами экономической деятельности.

Фирма – субъект экономической деятельности, состоящий как из одного, так и нескольких предприятий и производств.

Производственная функция – функция, выражающая зависимость между объемом получаемой продукции (Q) и количеством ресурсов (F_1, F_2, \dots, F_n), применяемых в производстве за определенное время.

Совокупный продукт, TP - общий объём выпуска, произведенный при данном количестве постоянного и переменного факторов.

Средний продукт, AP - объем выпуска, приходящийся на единицу переменного фактора.

Предельный продукт, MP - дополнительный продукт, получаемый при увеличении вложений переменного фактора на единицу и неизменности других факторов.

Предельная норма технологического замещения – показатель пропорции, в которой должна происходить замена одного фактора производства при сохранении неизменного объёма выпуска.

Оптимальная комбинация факторов производства – комбинация, при которой предельная норма технологического замещения факторов равна соотношению их предельных продуктов: $MRTS_{LK} = -\Delta K / \Delta L = -MP_L / MP_K$

Изокоста – линия, отражающая комбинации производственных факторов, которые дают равные суммарные издержки производства.

Тема 6.2. Издержки фирмы понятие, виды. Прибыль фирмы. Равновесие фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде.

6.2.1 Издержки фирмы: природа, виды. Постоянные и переменные факторы производства.

6.2.2 Издержки производства в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи. Технологический оптимум краткосрочного производства.

6.2.3 Издержки производства в долгосрочном периоде. Эффект масштаба производства (положительный, постоянный, отрицательный).

Основная литература:

1. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>
3. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>

4. Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ, Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

Дополнительная литература (книги):

5. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.

6. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.

7. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – Спб.: Питер, 2012. – 608с.

6.2.1 Издержки фирмы: природа, виды. Постоянные и переменные факторы производства.

Производство – объективное условие человеческой жизни, позволяющее решать проблему дефицита благ в условиях безграничных потребностей человека и общества.

Производство – процесс преобразования ресурсов в экономические блага, прямо или косвенно служащих удовлетворению человеческих потребностей.

В системе общественного воспроизводства фаза производства выступает исходным пунктом, в котором создается благо, подлежащее в дальнейшем распределению, обмену и потреблению.

С точки зрения микроэкономического подхода под производством понимается соединение предприятием факторов производства (земли, труда, капитала) для осуществления выпуска благ с целью получения прибыли

В условиях рыночного хозяйства стоимость привлекаемых предпринимателем факторов производства принимает форму издержек производства.

Издержки производства – затраты, связанные с привлечением экономических ресурсов, необходимых для создания материальных благ и услуг.

Природа издержек определяется двумя ключевыми положениями, которые определяют исходные предпосылки их анализа:

- 1) ограниченность, редкость ресурсов;
- 2) альтернативность использования ресурса.

Поэтому, любое решение об использовании экономических ресурсов в производстве одного блага связано с необходимостью отказа от использования этих же ресурсов для производства иных благ.

По своей экономической природе издержки производства – совокупная оценка тех выгод, которые могут принести ресурсы при наилучшем их применении. Вывод: между реальными денежными затратами на покупку ресурсов и затратами, обуславливающими принятие экономического решения по использованию ресурсов, существуют различия.

Экономические издержки (вмененные, альтернативные) – затраты, обусловленные использованием экономических ресурсов в производстве данного блага, оцененные с точки зрения потерянной возможности использования тех же ресурсов для создания иных благ.

С точки зрения предпринимателя, **экономические издержки** – выплаты, которые фирма осуществляет поставщику ресурсов, чтобы привлечь ограниченные ресурсы в данное производство и отвлечь эти ресурсы от использования в альтернативных производствах. Данные выплаты могут быть *внешними (явными, бухгалтерскими)* и *внутренними (неявными, неоплачиваемыми, имплицитными)*.

Внешние издержки – денежные платежи внешним поставщикам факторов производства (заработная плата наёмного персонала, плата за сырьё и др.). Они отражают реальное движение денежных потоков и фиксируются в бухгалтерских документах.

Внутренние издержки – затраты по удержанию *собственных* ресурсов от альтернативного использования (величина упущенных доходов, которые могли бы быть получены от альтернативного использования собственных ресурсов).

Внутренние затраты фактора «предпринимательская способность» отображает категория «нормальная прибыль».

Нормальная прибыль – минимальный объем дохода, существующий в данной отрасли, в данное время и который может удержать предпринимателя в рамках данного бизнеса. *Цель выделения нормальной прибыли в структуре экономических издержек – проведение разграничения между уровнями эффективности производства. Если включающие нормальную прибыль экономические издержки ниже цены производимого блага, то это будет означать получение сверхприбыли, а значит, и более эффективное, относительно среднеотраслевого уровня, использование ресурсов.*

Сумма внутренних и внешних издержек в совокупности представляет собой экономические издержки.

Различия между бухгалтерскими и экономическими издержками носят не только качественный (различная природа), но и количественный (количественно не совпадают) характер.

В структуре экономических издержек могут выделяться безвозвратные издержки и трансакционные издержки.

Безвозвратные издержки – это ранее произведенные, но не принимаемые во внимание при принятии текущего решения затраты. В случае если ресурс не имеет альтернативного использования, его вменённые издержки будут равны нулю, поэтому являясь частью бухгалтерских издержек, они не включаются в экономические издержки (обычно это невозполнимые потери инвестиционных ресурсов, вызванные изменением масштаба, вида или места деятельности).

Трансакционные издержки – затраты на подготовку, заключение и реализацию сделок, на заключение и выполнение контрактов (могут относиться как ко внутренним, так и внешним издержкам). Предполагают поиск информации о потенциальных партнерах, маркетинговые и рекламные усилия и др.

В рыночной среде любое предприятие (фирма) вынуждена ориентировать свои усилия на получение прибыли, иначе она будет вытеснена с рынка в процессе рыночной конкуренции как неэффективный хозяйствующий субъект. Поэтому, главный мотив предпринимательской деятельности – получение прибыли.

Прибыль (чистый доход) – это обобщающий показатель финансовых результатов производственной деятельности, рассчитываемый как разница между выручкой (валовым доходом) и издержками.

Выручка (валовой доход) – денежные средства, полученные от продажи (реализации) произведенного продукта. Рассчитывается как произведение цены единицы продукта на объем продаж.

Существование различий в видах издержек производства обуславливает различия в видах прибыли.

Экономическая прибыль – это излишек общей выручки над суммой внешних (явных, бухгалтерских) и внутренних (неявных, неоплаченных, имплицитных) издержек.

Экономическая прибыль = Выручка – Экономические издержки

Бухгалтерская прибыль – это излишек общей выручки над внешними (явными, бухгалтерскими) издержками.

Бухгалтерская прибыль = Выручка – Бухгалтерские издержки

Соотношения между различными видами издержек и различными видами прибыли представлены на рисунке 6.2.1.

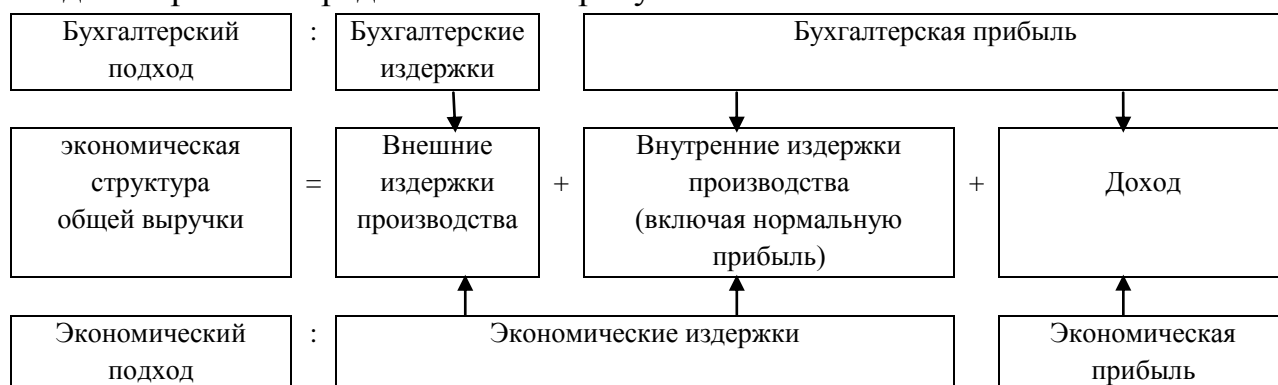


Рисунок 6.2.1 Экономические и бухгалтерские издержки, экономическая и бухгалтерская прибыль в экономической структуре общей выручки

Прибыль в экономике выполняет ряд важнейших функций:

1) является двигателем экономического развития. В условиях рыночной экономики от величины прибыли зависит, какие блага и в каком количестве будут производиться, поскольку каждый предприниматель ищет то количество товара и ту цену, при которых он сможет максимизировать прибыль;

2) способствует эффективному распределению ресурсов. Ресурсы распределяются среди фирм и отраслей на основе способности последних платить. Готовность фирм платить за экономические ресурсы, в свою очередь определяются их прибыльностью. Прибыльно функционировать будет только та фирма, продукция которой пользуется спросом. Эффективное распределение ресурсов означает, что они направляются на производство именно той продукции, которая необходима обществу сегодня;

3) стимулирует нововведения. Фирмы первыми освоившие *эффективные* новации, имеют возможность получать дополнительный доход и максимизировать свои прибыли. Снижение издержек, рост производительности труда расширяет границы производственных возможностей общества.

Проблема эффективности производства – одна из ключевых проблем экономики. Рассмотрим технологическую эффективность и экономическую эффективность.

Технологическая эффективность – характеристика производства, которая определяет в *натуральном выражении* оптимальное (лучшее из всех возможных) сочетание факторов производства, применяемого для заданного объема выпуска.

Технология – это определённая устойчивая комбинация факторов производства. Развитие новых технологий позволяет применять новые способы производства, которые обеспечивают более эффективное использование факторов производства.

Отражением технологической эффективности производства служит производственная функция. **Производственная функция** – функциональная взаимосвязь, отображающая зависимость между вводимой комбинации факторов производства и объемом выпуска продукции.

Аналитически данная зависимость представляется в виде:

$$Q = f(F_1, F_2, \dots F_n), \text{ где}$$

Q – максимальный объем производства при заданных затратах факторов;

$F_1, F_2, \dots F_n$ – количество использованных факторов производства.

Производственная функция отражает специфику технологии и может быть выражена разными типами уравнения. Например, при одном вводимом факторе F :

$Q = a + bF$ – уравнение линейного типа;

$Q = a + bF + cF^2$ – уравнение квадратичного типа;

$Q = a + bF + cF^2 + dF^3$ – уравнение кубического типа;

$Q = aF^b$ – уравнение степенного типа.

Свойства производственной функции:

- 1) каждая конкретная производственная функция описывает определённую технологическую взаимосвязь;
- 2) описывает альтернативные варианты использования факторов;
- 3) отражает максимальное значение выпуска для каждой вводимой комбинации факторов производства;
- 4) отражает границы рационального использования ресурсов (их технологически эффективные комбинации);
- 5) выводятся на основе анализа эмпирических данных конкретного производственного процесса.
- 6) являются базой для выведения функции затрат (издержек производства).

Экономическая эффективность – характеристика производства, определяющая такое сочетание факторов производства, при котором заданный объем выпуска обеспечивается с наименьшими *стоимостными затратами*. Т.к. для каждой данной технологии уровень затрат определяться ценами, используемых в ней факторов, то ими же будет определяться экономическая эффективность самих технологий.

6.2.2. Издержки производства в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи. Технологический оптимум краткосрочного производства.

Краткосрочный период деятельности фирмы – период, в течение которого *некоторые* факторы производства остаются *постоянными, фиксированными*. Объемы производства можно изменить за счёт изменения количества других *переменных* факторов производства.

Задачи анализа производства в краткосрочном периоде:

- 1) определить влияние изменения количества переменного фактора на объем выпуска;
- 2) выявить условия эффективности переменного фактора.

Функция производства краткосрочного периода показывает выпуск, который может осуществлять фирма путём изменения количества переменного фактора при данном количестве постоянных факторов.

Предположим: $Q = f(F_1, F_2, \dots F_n)$, где F_1 – переменный фактор, остальные – $F_2, \dots F_n$ – постоянные факторы, Q – объем выпуска.

Чтобы отразить влияние переменного фактора на объем выпуска, вводятся понятия совокупного, среднего и предельного продукта (рис. 6.2.2).

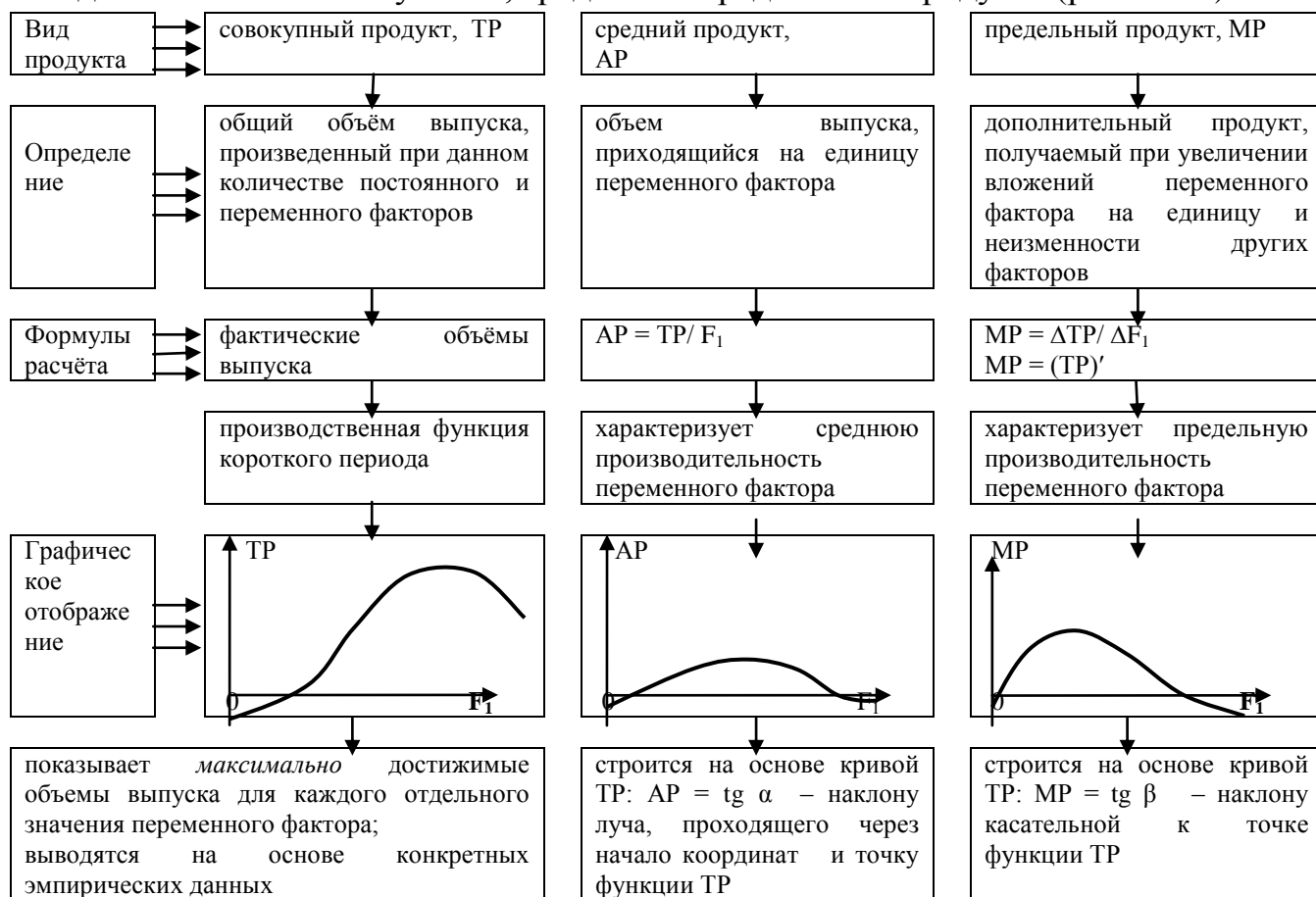
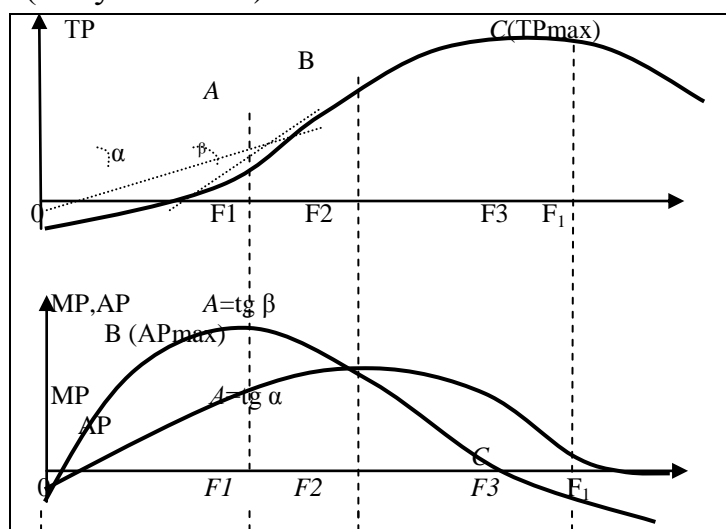


Рисунок 6.2.2 Совокупный, средний и предельный продукт

Взаимосвязь между общим, средним и предельным продуктами отражает закон убывающей предельной производительности (отдачи). (Рисунок 6.2.3)



рост предельной производительности	рост средней производительности	рост общей производительности (MP и AP снижаются, но TP растёт, т.к. растёт отдача от постоянного фактора)	снижение общей производительности
растущая отдача фактора	предельная отдача переменного фактора	убывающая предельная отдача переменного фактора	отрицательная отдача переменного фактора
экономическая область рационального использования факторов		область — область	
====		обеспечение общей эффективности производства	
====		====	
1 стадия		2 стадия	3 стадия
MP > AP, значит $E_Q > 1$, производство является эластичным по переменному фактору. в точке B: MP = AP, значит $E_Q = 1$		MP < AP, значит $E_Q < 1$, производство не эластично по переменному фактору.	
		в точке C: MP = AP = 0, значит $E_Q = 0$	

Закон убывающей предельной отдачи: при введении в производство дополнительных единиц переменного фактора при условии, что все остальные применяемые факторы постоянны, предельная отдача этого фактора сначала быстро растёт, затем начинает снижаться вплоть до отрицательных значений (выражается в снижении относительного, а далее абсолютного объемов выпуска продукции)

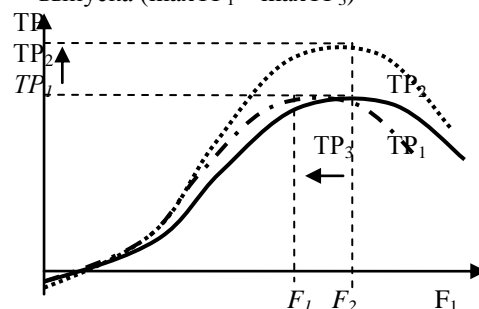
если $AP < MP$, то AP растёт
при $AP = MP$, AP max (точка B)
если $AP > MP$, то AP снижается
при $MP = 0$, TP max (точка C)

закон применим на краткосрочном отрезке времени, и носит относительный характер. НТП раздвигает его границы.

Влияние технического прогресса на производство в коротком периоде:

1) увеличение объема выпуска (TP_1 до TP_2) при данном количестве производственных факторов (F_2)

2) снижение затрат факторов (F_2 до F_1) при производстве данного объема выпуска ($\max TP_1 = \max TP_3$)



эластичность производства (E_Q) показывает относительное изменение общего объема выпуска ($\Delta TP / TP$) в ответ на относительные изменения переменного фактора ($\Delta F_1 / F_1$); $E_Q = (\Delta TP / TP) / (\Delta F_1 / F_1)$, значит $E_Q = MP / AP$

Рисунок 6.2.3. Производственная функция короткого периода. Закон убывающей предельной отдачи (убывающей предельной производительности)

Анализ производственной функции короткого периода позволяет сделать вывод: оптимальным является использование такого количества переменного фактора, при котором достигается максимальный выпуск продукции.

Один и тот же фактор производства может применяться в разных производственных процессах, в каждом из которых он может использоваться с разной интенсивностью. Так как отдача от переменного фактора зависит от используемого его количества, то проблема эффективного применения фактора трансформируется в задачу оптимизации его распределения между различными производственными процессами.

Сделаем вывод: ресурс используется эффективно, если его предельная производительность одинакова во всех процессах

Ранее отмечалось, что помимо технологической эффективности для предприятий, функционирующих в условиях рыночных отношений, важна оценка экономической эффективности технологий.

Так как затраты производства зависят от количества использованных факторов и их цен, то критерием отбора становится экономическая эффективность. Экономическая эффективность характеризует производство с точки зрения денежных затрат, принимающих форму издержек производства. Значит, проблема оптимизации производства перетекает в задачу минимизации производственных издержек.

Отправной точкой анализа издержек производства является функциональная зависимость, которая существует между затратами и объемом выпуска: затраты по производству есть функция от выпуска:

$$C = f(Q), \text{ где}$$

C – затраты;

$f(Q)$ – форма функциональной зависимости затрат от объёма выпуска.

Стоимостную функцию производства можно представить в следующем виде:

$$C = K \cdot P_K + L \cdot P_L + \dots + N \cdot P_N, \text{ где}$$

K, L, N – количество потреблённых факторов;

P_K, P_L, P_N – цены применяемых факторов.

Функция затрат – это функция, которая описывает изменения издержек производства в зависимости от изменений объема выпуска при неизменности цен факторов производства.

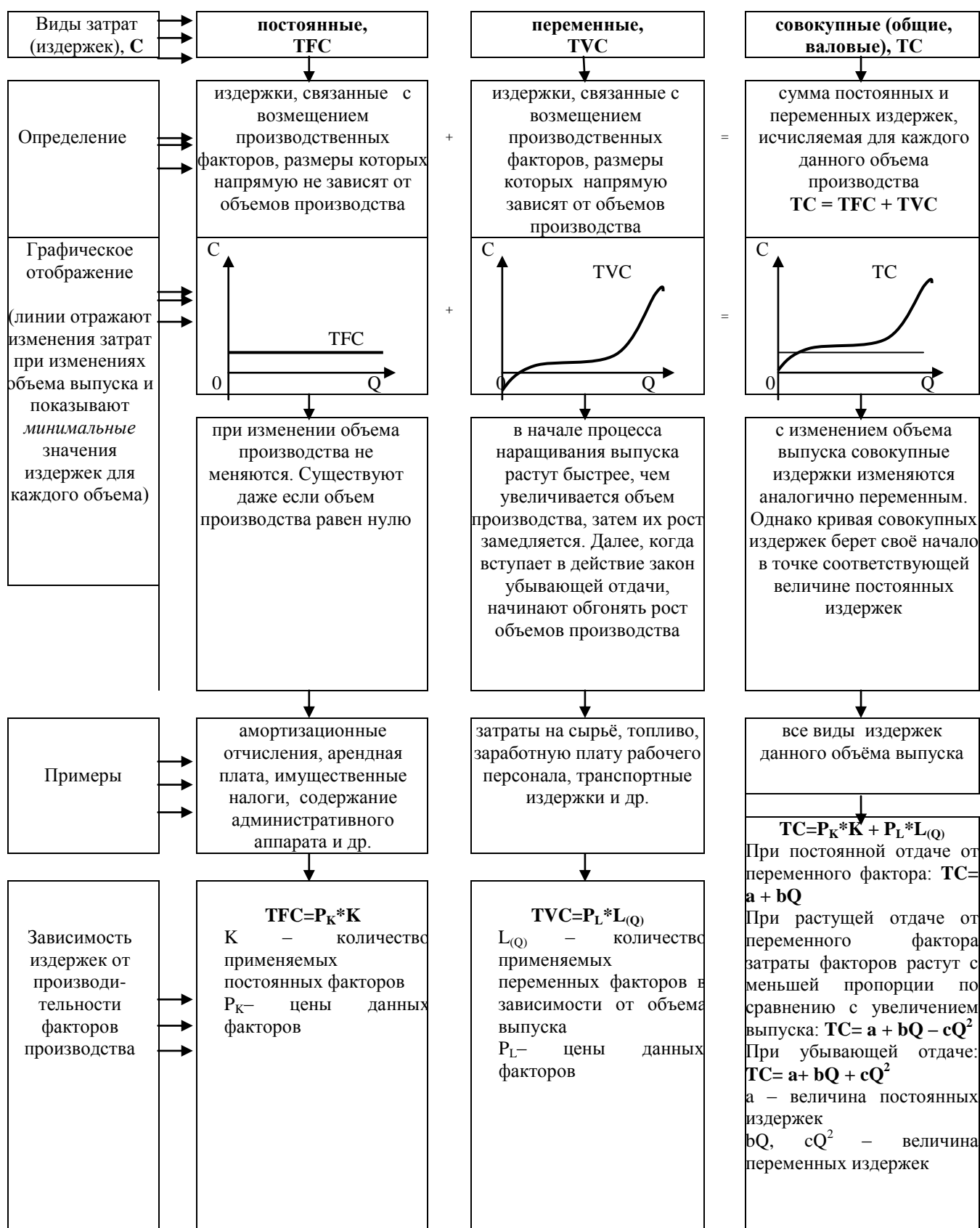


Рисунок 6.2.4 Классификация общих издержек в краткосрочном периоде деятельности фирмы

В краткосрочном периоде затраты фирмы на покупку постоянных производственных факторов примет форму постоянных издержек производства, затраты на покупку переменных факторов – переменных издержек. Классификация общих издержек производства в краткосрочном периоде деятельности фирмы представлена на рис. 6.2.4.

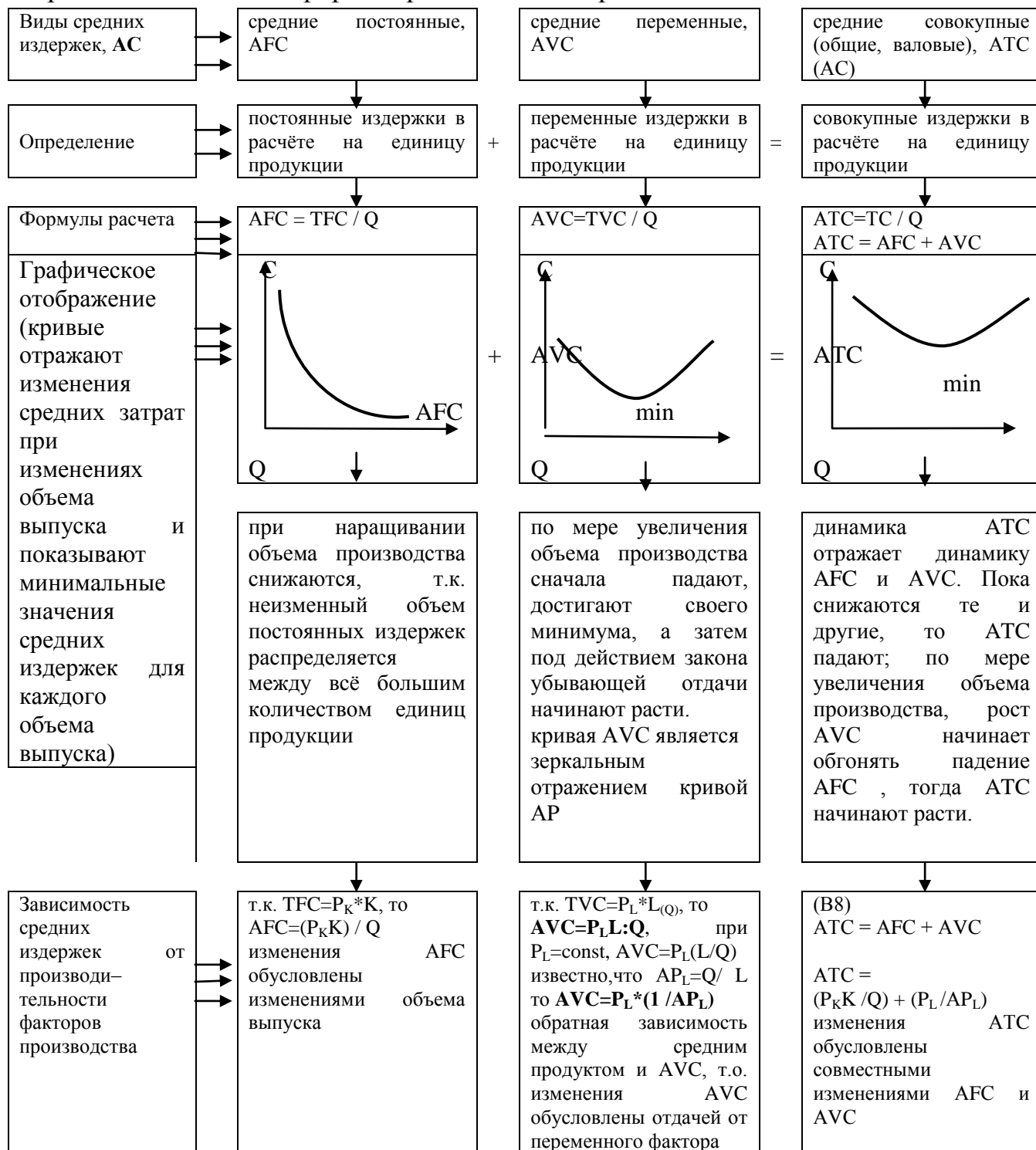


Рисунок 6.2.5 Классификация средних издержек в краткосрочном периоде деятельности фирмы

Помимо валовых издержек фирма анализирует величину и структуру затрат, приходящихся на единицу продукции. Предприниматель, сравнивая затраты на единицу продукции с ценой, получает представление об эффективности работы фирмы.

Средние издержки – издержки, приходящиеся на единицу производимой продукции. Они подразделяются на средние постоянные издержки, средние переменные издержки, средние совокупные (суммарные, валовые, общие) издержки (Рисунок 6.2.5).

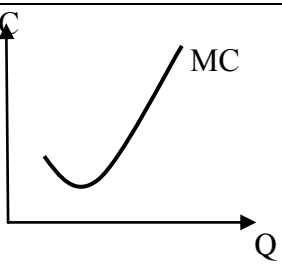
предельные издержки, MC			
<p>Формулы расчёта</p> $MC = \Delta TC / \Delta Q,$ <p>т.к. $TC = TFC + TVC$ а, $TFC = \text{const}$, то $MC = \Delta TVC / \Delta Q$</p> $MC = (TC)'$ $MC = (TVC)'$	<p>Графическое отображение</p>  <p>кривая MC является зеркальным отражением кривой предельного продукта MP</p>	<p>согласно закону убывающей предельной производительности, при последовательном увеличении вложений одного фактора на единицу, и неизменности других факторов, MP сначала возрастает, а затем начинает падать. Соответственно, когда MP возрастает, MC снижаются; когда MP начинает уменьшаться, MC возрастают</p>	<p>Зависимость от производительности факторов</p> $MC = \Delta TC / \Delta Q$ <p>т.к. $\Delta TC = P_L \cdot \Delta L$, то $MC = P_L (\Delta L / \Delta Q)$ поскольку $MP_L = \Delta Q / \Delta L$ то $MC = P_L \cdot (1 / MP_L)$ Между предельным продуктом и предельными издержками существует обратная зависимость т.о. изменения MC обусловлены отдачей от переменного фактора</p>

Рисунок 6.2.6 Характеристика предельных издержек фирмы

Отдельную группу представляют предельные издержки, которые характеризуют изменение общих издержек, вызванное удельным изменением объема выпуска. **Предельные издержки** – это прирост общих издержек, вызванный увеличением объема выпуска на единицу. Учитывая, что величина предельных издержек представляет собой показатель *приращения стоимостной функции производства*, то она может быть определена как первая производная функции общих издержек. Предельные издержки решающим образом влияют на выбор фирмой объема производства, ибо это именно тот показатель, на который фирма может воздействовать. Характеристика предельных издержек представлена на рисунке 6.2.6., соотношение средних и предельных издержек – на рисунке 6.2.7.

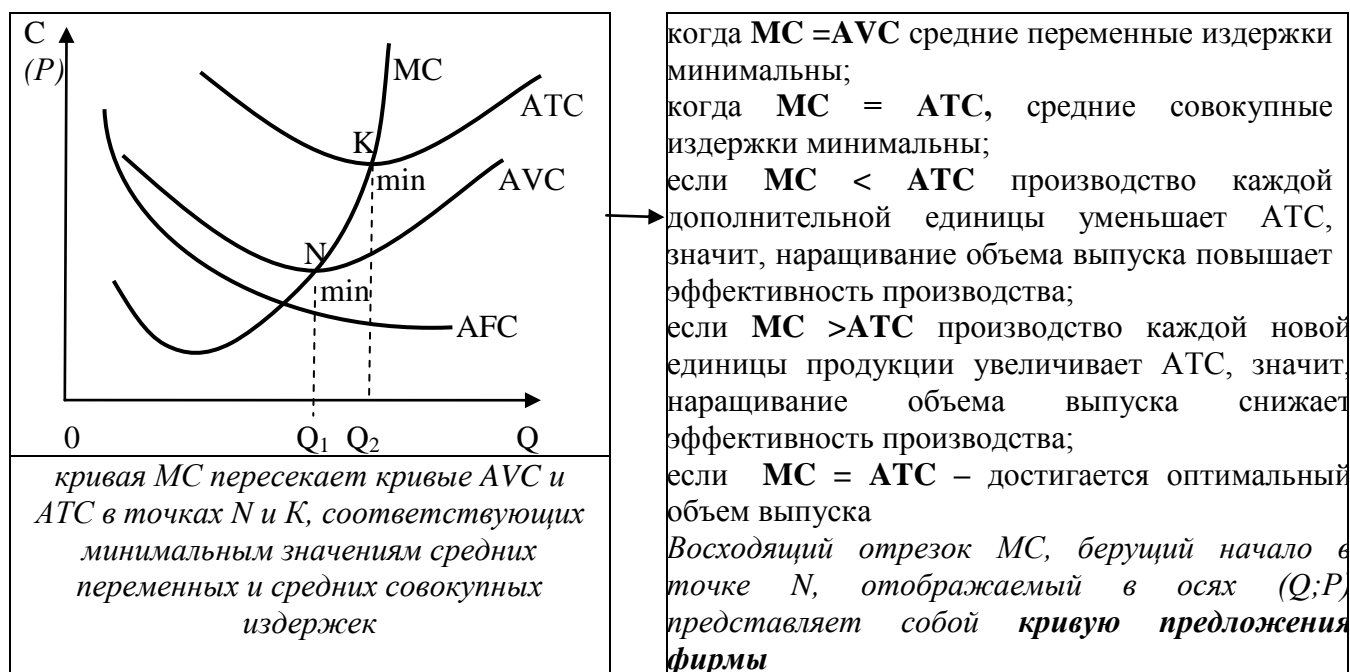


Рисунок 6.2.7 Соотношение средних и предельных издержек фирмы

6.2.3. Издержки производства в долгосрочном периоде. Эффект масштаба производства (положительный, постоянный, отрицательный).

Долгосрочный период деятельности фирмы – период, в течение которого *все* факторы производства становятся *переменными*, то есть имеется возможность, как замещать один фактор другим, так и изменять количества всех факторов.

В этой связи перед производителем стоят две задачи:

- 1) поиск, посредством замещения факторов, такой их комбинации, при которой достигается оптимальное применение факторов в краткосрочном периоде (анализируется с помощью изоквант);
- 2) выбор такого размера производства (количество факторов), который обеспечивает максимальный выпуск при наивысшей эффективности использования производственных факторов (определяется характером действия эффекта масштаба).

В долгосрочном периоде фирма имеет возможность не только комбинировать факторы производства, но и изменять их количество, изменяя, таким образом, масштаб производства.

Изменение масштаба производства – это некоторое кратное изменение всех факторов производства. Определение эффекта масштаба возможно только при неизменности пропорции между факторами производства для любого уровня выпуска. Увеличение масштаба

производства даже при неизменности пропорции между факторами может привести к разным результатам.

Эффект масштаба – это свойство процесса производства, отражающее характер изменения соотношения между увеличением затрат факторов производства и изменением объема выпуска. Виды «эффекта масштаба» и их характеристика представлены на рисунке 6.2.8.

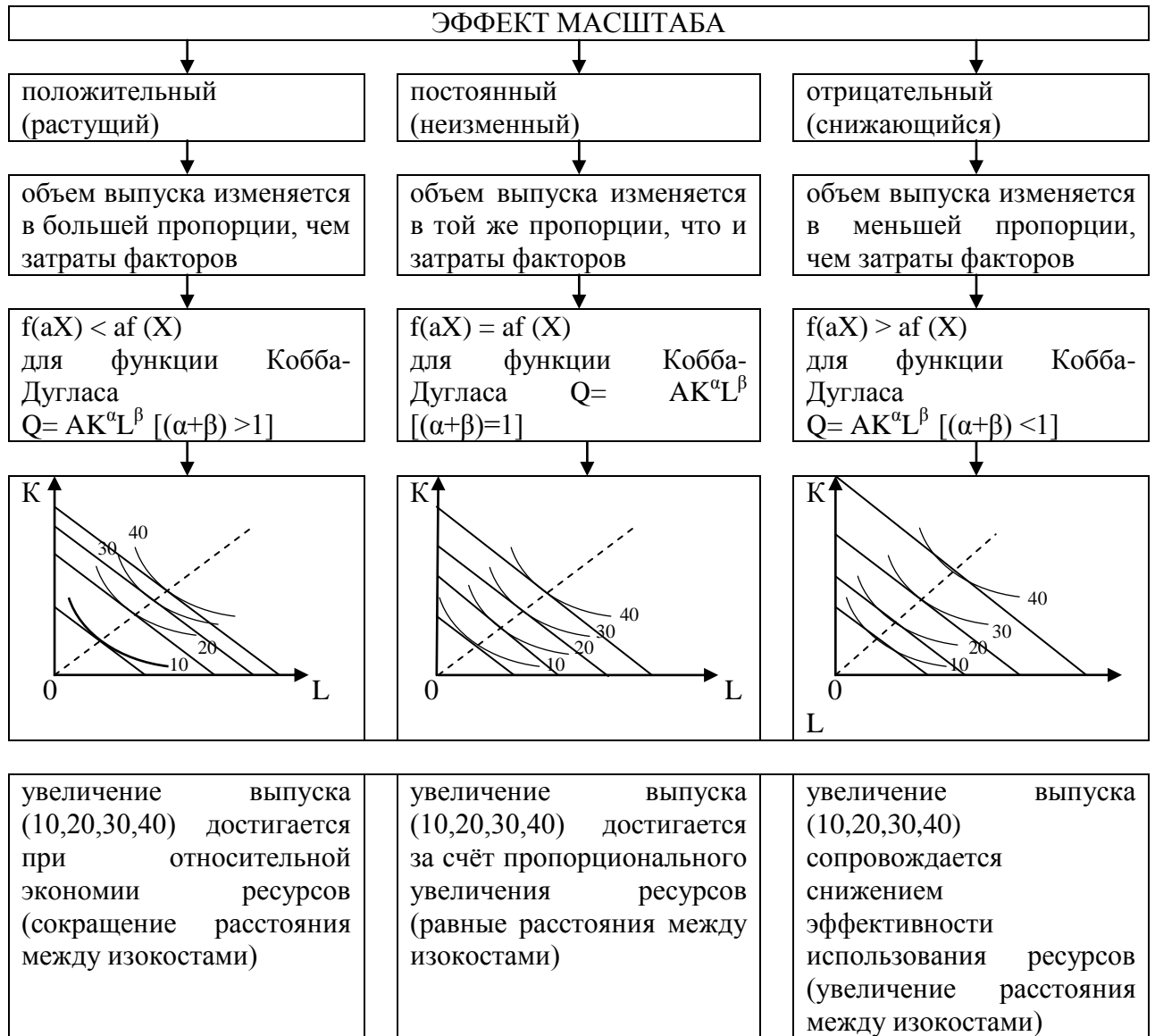


Рисунок 6.2.8 Виды эффекта масштаба

Поскольку в долгосрочном периоде все факторы производства являются переменными, то по своей экономической сути долгосрочные издержки производства отражают изменения затрат в зависимости от изменений масштаба производства.

Задача анализа долгосрочных издержек – выбор оптимального размера производства при котором *средние долгосрочные издержки были бы минимальны*.

Инструментами анализа являются средние долгосрочные издержки (LATC) и долгосрочные предельные издержки (LMC).



Рисунок 6.2.9 Издержки производства в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде средние издержки производства изменяются в зависимости от характера действия масштаба, а их минимальный уровень показывает оптимальный размер производства.

Оптимальный размер предприятия при котором достигается равенство долгосрочных средних и предельных издержек ($LATC = LMC$) Это будет означать достижение оптимизации в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Взаимосвязь между различными видами издержек производства в долгосрочном периоде представлены на рисунке 6.2.9.

6.2.4 Прибыль фирмы и условия её максимизация

Прибыль занимает одно из важных мест в общей системе стоимостных взаимоотношений рыночной экономики и представляет собой важнейший элемент экономического механизма управления общественным производством. С помощью этой стоимостной формы оценивается деятельность всех предприятий экономики. Прибыль является самым крупным источником финансирования расширенного воспроизводства, важным критерием его эффективности, основным источником формирования фондов экономического стимулирования и одним из главных источников доходов государственного бюджета. Правильное понимание экономической природы прибыли является основой для улучшения механизма практического использования этой категории в экономике.

Любая фирма, функционирующая на рынке, отличается многообразием целей и устремлений. Однако получение прибыли — одна из основных ее целей, определяющее условие функционирования. В рыночной среде любая фирма вынуждена ориентировать свои усилия на получение прибыли, в противном случае она будет вытеснена с рынка в процессе рыночной конкуренции как неэффективный хозяйствующий субъект.

Доход фирмы формируется в виде выручки (совокупного дохода), величина, зависящая от количества реализованного продукта (Q) и цены, по которой он продаётся (P).

Прибыль определяется как разница между выручкой от реализации продукции и экономическими издержками. В форме выручки формируется доход фирмы. Величина выручки зависит от цены и количества реализуемой продукции. Умножая количество проданной продукции на цену, мы получим величину совокупной выручки фирмы, или валового дохода (TR): $TR = P \times Q$. Прибыль фирмы — разница между валовым доходом и валовыми

издержками — в этом случае будет описываться следующим образом: $\pi = TR - TC$.

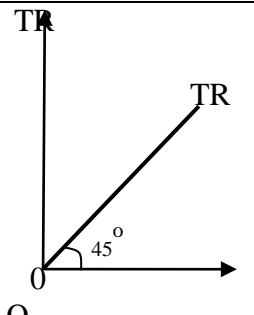
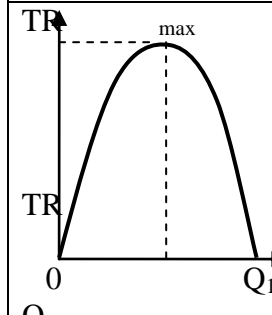
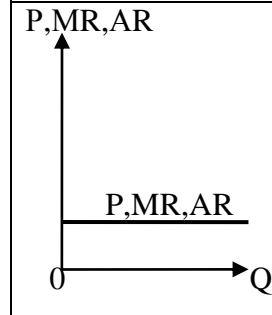
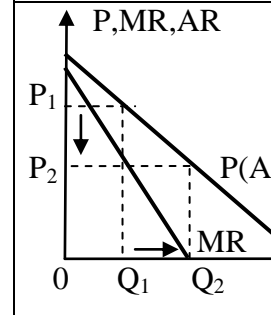
Показатели	→	совокупный (валовой) доход (выручка), TR	средний доход, AR	предельный доход, MR
Определение	→	доход, полученный от реализации всей продукции фирмы	доход, полученный в расчёте на единицу проданного продукта	прирост совокупного дохода от дополнительно проданной единицы продукта
Формула расчёта	→	$TR = Q \cdot P$	$AR = TR/Q$ $AR = P$	$MR = \Delta TR / \Delta Q$ $MR = (TR)'$
Графическое отображение		Графическое отображение		
конкурентная фирма*		неконкурентная фирма**	конкурентная фирма	неконкурентная фирма
				
$TR = f(Q)$		$TR = f(Q, P)$	$P = MR = AR$	$MR < P$; $P = AR$
фирма не имеет возможности воздействовать на цену. Цена для неё – заданная величина, а совокупный доход зависит только от объема продаж		фирма может воздействовать на цену: чтобы продать больше продукта, она вынуждена снижать цену, совокупный доход зависит от объема производства и динамики цен.	цена для фирмы не зависит от объема продаж, поэтому предельный и средний доход равны цене. <u>Линия AR</u> одновременно является <u>кривой спроса</u> на продукцию фирмы, характеризующейся совершенной эластичностью ($E_D = +\infty$)	Фирма может влиять на цену, поэтому <u>линия AR</u> имеет нисходящий вид и <u>характеризует спрос</u> . Пока ($E_D > 1$), фирма может снижать (P) и увеличивать (Q); когда ($E_D < 1$), снижение (P) ведёт к падению TR. Чтобы продать дополнительную единицу, фирма вынуждена снижать цену не только на предельную единицу, но и на все предыдущие, покрывая за счёт цены дополнительной единицы продукции потери от снижения цен предыдущих единиц. Поэтому <u>линия MR</u> всегда ниже линии <u>AR</u> . Когда $MR = 0$, то TR_{max}

Рисунок 6.2.10. Показатели дохода (выручки) фирмы

Классификация доходов фирмы представлены на рисунке 6.2.10.

Конкурентная фирма – фирма, функционирующая в условиях совершенной конкуренции.

Неконкурентная фирма – фирма, функционирующая в условиях несовершенной конкуренции

Прибыль фирмы, как отмечалось ранее, представляет собой финансовый результат деятельности фирмы, рассчитываемый как разница

между совокупной выручкой и совокупными издержками. Виды прибыли представлены на рисунке 6.2.11.



Рисунок 6.2.11 Показатели прибыли фирмы

Максимальная величина прибыли будет получена, если дополнительно реализованная единица продукции (ΔQ) не даст приращения прибыли (ΔPR), т.е. при выполнении условия: $\Delta PR / \Delta Q = 0$. $\Delta PR / \Delta Q = \Delta TR / \Delta Q - \Delta TC / \Delta Q = 0$

В микроэкономике в качестве цели фирм постулируется стремление к максимизации прибыли. Такое предположение обосновывается тем, что наиболее точно отображает, с одной стороны, предпринимательскую мотивацию, а с другой – задачу конкурентного взаимодействия фирм. Данный подход используется для моделирования поведения фирм.

Принцип максимизации прибыли – это способ определения объёма выпуска фирмы, который обеспечит ей получение максимальной прибыли при данных цене продукта и издержках его производства.

Существует два способа анализа максимизации прибыли один основан на сопоставлении на совокупной выручки (TR), и совокупных издержек (TC), а другой состоит в сопоставлении предельной выручки (MR) и предельных издержек (MC).

Известно, что $PR = TR - TC$, значит, максимальная величина прибыли будет получена при таком объеме выпуска, при котором совокупная выручка превышает совокупные издержки производства на наибольшую величину.

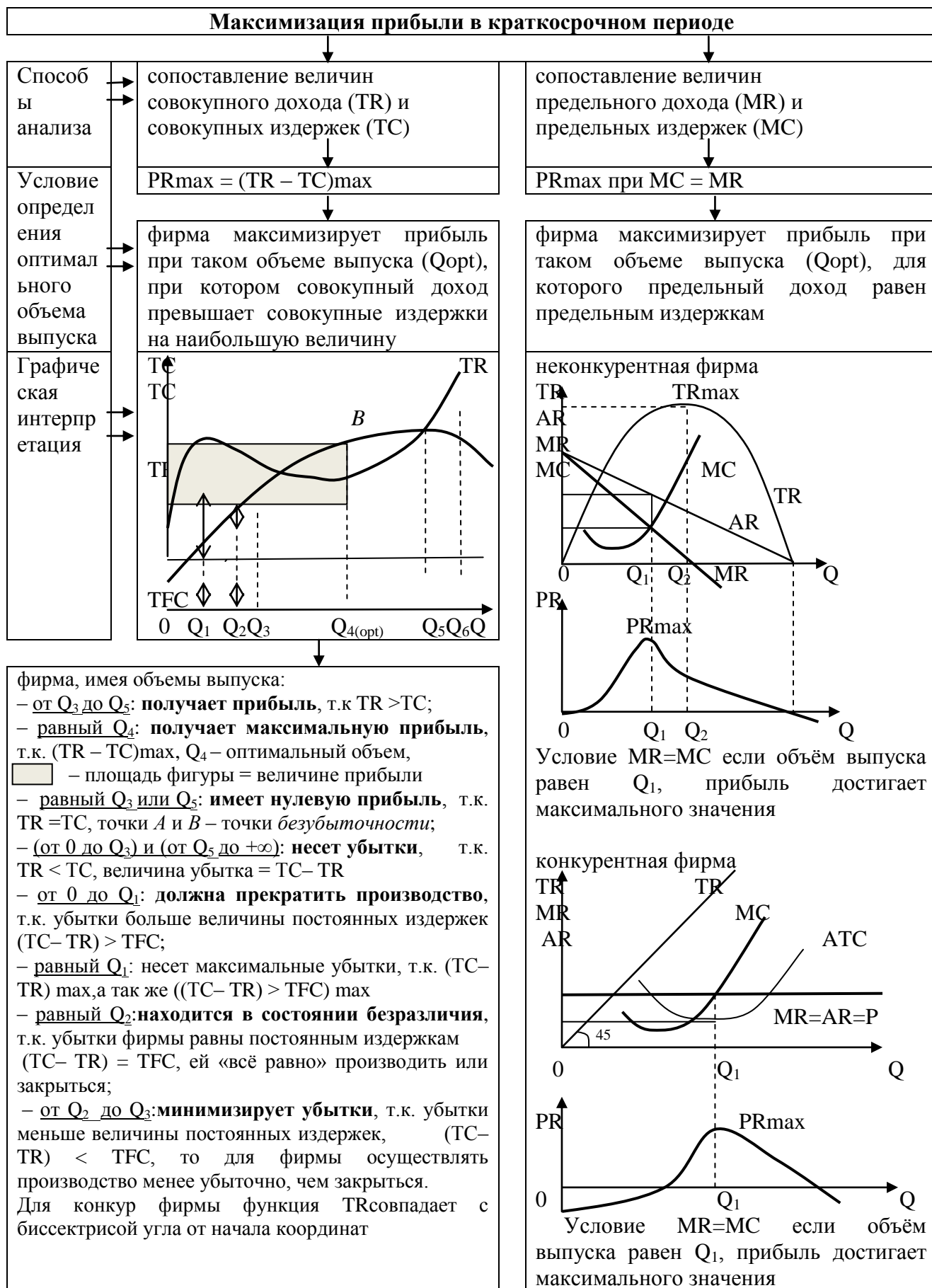


Рисунок 6.2.12. Условия максимизации прибыли в краткосрочном периоде

Известно, что $\Delta TR / \Delta Q = MR$, а $\Delta TC / \Delta Q = MC$, значит прибыль максимизируется при условии равенства предельного дохода предельным издержкам (Рисунок 6.2.12).

Список использованной литературы:

1. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики: Учебник: допущено М-вом образования РФ/ Р. М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. – 560 с.

2 Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ, Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

3 Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: учеб. пособие для студентов вузов / рук. авт. коллектива и науч. ред. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство «Дело и Сервис», 2007. – 1040 с. – (Серия «Учебники Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова».)

4. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика: учебник. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2007. – 391 с. – (Университеты России).

Вопросы для самопроверки:

1 В чём смысл классификации издержек на экономические и бухгалтерские?

2 Что такое нормальная прибыль? Может ли она рассматриваться как компенсация за риск владельца фирмы?

3 В чём различия между кратковременным и долгосрочным периодами функционирования фирм?

4 Как соотносятся технологический прогресс и закон убывающей производительности?

5 Почему принятие решения о привлечении дополнительных факторов обусловлено значениями предельного, а не среднего продукта?

6 Может ли отрицательный эффект масштаба быть выгодным фирме? Аргументируйте свой ответ.

7 В чём суть различий между законом убывающей отдачи и убывающим эффектом масштаба? Какие причины их обуславливают?

8 Изобразите кривую средних издержек (АТС) и средних переменных издержек (АVC). Подробно объясните, чему равно расстояние по вертикали между этими двумя кривыми при любом заданном объеме выпуска продукции.

9 Почему для U-образных кривых минимальные значения средних и средних переменных издержек достигаются при разных объемах выпуска?

10 В чём смысл «принципа максимизации прибыли» в микроэкономике?

Тесты:

1 Какое из следующих утверждений является правильным?

- а) бухгалтерские издержки + экономические издержки = нормальная прибыль;
- б) экономическая прибыль – бухгалтерская прибыль = явные издержки;
- в) бухгалтерская прибыль – неявные издержки = экономическая прибыль;
- г) экономическая прибыль – неявные издержки = бухгалтерская прибыль.

2 Взаимосвязь между всеми возможными вариантами сочетаний факторов производства и объемом выпускаемой продукции выражается при помощи...

- а) кривой производственных возможностей;
- б) кривой общего объема выпуска продукта;
- в) производственной функции;
- г) эластичности предложения.

3 Действие закона убывающей предельной отдачи означает, что с ростом объема выпуска...

Укажите не менее двух вариантов ответа

- а) предельный продукт переменного ресурса сокращается;
- б) общий продукт фирмы возрастает снижающимися темпами;
- в) общие издержки фирмы снижаются;
- г) предельные издержки переменного ресурса снижаются.

4 Если процесс производства на предприятии описывается производственной функцией $Q = 80 + 10K^2 + 10L$, где K – количество капитала, L – количество труда, то предельный продукт труда равен...

- а) $MPL = 80 + 20K$;
- б) $MPL = 80 + 10L$;
- в) $MPL = 10K + 10$;
- г) $MPL = 10$.

5 Какое из следующих определений наиболее точно соответствует понятию «нормальная прибыль»?

- а) прибыль, получаемая фирмой при $MC = MR$;
- б) прибыль, получаемая типичной фирмой в отрасли;
- в) прибыль, которую фирма получила бы при нормальном ведении дел;
- г) минимальная прибыль, необходимая для того, чтобы фирма оставалась в пределах данного направления деятельности.

6 В долгосрочном периоде деятельности фирмы...

- а) все издержки являются переменными;
- б) все издержки являются постоянными;
- в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные;
- г) постоянные издержки растут быстрее, чем переменные.

7 Какое из следующих утверждений, характеризующих связь между TR , AR и MR , является неверным?

- а) AR продолжает расти до тех пор, пока увеличивается MR ;
- б) AR достигает максимального уровня до того, как TR становится максимальным;
- в) TR достигает максимального уровня, когда $MR = 0$;
- г) $MR = AR$ при максимальном уровне AR .

8 Если AVC сокращаются по мере роста объема производства, то...

- а) MC также должны сокращаться
- б) TFC также должны сокращаться
- в) TC также должны сокращаться
- г) MC должны быть ниже, чем AVC

9 Какие из нижеперечисленных видов издержек оказывают непосредственное влияние на величину предельных издержек:

- а) общие издержки;
- б) переменные издержки;
- в) средние постоянные издержки;
- г) постоянные издержки.

10 Фирма минимизирует издержки производства, когда...

- а) одинаковы цены всех факторов производства;

- б) предельные продукты факторов равны их ценам;
- в) соотношение предельного продукта и цены одинаковы у всех факторов производства;
- г) одинаковы предельные продукты всех факторов производства.

Глоссарий:

Производство – процесс преобразования ресурсов в экономические блага, прямо или косвенно служащих удовлетворению человеческих потребностей.

Издержки производства – затраты, связанные с привлечением экономических ресурсов, необходимых для создания материальных благ и услуг.

Экономические издержки (вмененные, альтернативные) – затраты, обусловленные использованием экономических ресурсов в производстве данного блага, оцененные с точки зрения потерянной возможности использования тех же ресурсов для создания иных благ.

Внешние издержки – денежные платежи внешним поставщикам факторов производства (заработная плата наёмного персонала, плата за сырьё и др.).

Внутренние издержки – затраты по удержанию *собственных* ресурсов от альтернативного использования (величина упущенных доходов, которые могли бы быть получены от альтернативного использования собственных ресурсов).

Нормальная прибыль – минимальный объем дохода, существующий в данной отрасли, в данное время и который может удержать предпринимателя в рамках *данного* бизнеса.

Прибыль (чистый доход) – это обобщающий показатель финансовых результатов производственной деятельности, рассчитываемый как разница между выручкой (валовым доходом) и издержками.

Выручка (валовой доход) – денежные средства, полученные от продажи (реализации) произведенного продукта. Рассчитывается как произведение цены единицы продукта на объем продаж.

Экономическая прибыль – это излишек общей выручки над суммой внешних (явных, бухгалтерских) и внутренних (неявных, неоплаченных, имплицитных) издержек.

Бухгалтерская прибыль – это излишек общей выручки над внешними (явными, бухгалтерскими) издержками.

Производственная функция – функциональная взаимосвязь, отображающая зависимость между вводимой комбинации факторов производства и объемом выпуска продукции.

Экономическая эффективность – характеристика производства, определяющая такое сочетание факторов производства, при котором заданный объем выпуска обеспечивается с наименьшими *стоимостными затратами*.

Закон убывающей предельной отдачи – при введении в производство дополнительных единиц переменного фактора при условии, что все остальные применяемые факторы постоянны, предельная отдача этого фактора сначала быстро растет, затем начинает снижаться вплоть до отрицательных значений (выражается в снижении относительного, а далее абсолютного объемов выпуска продукции)

Функция затрат – это функция, которая описывает изменения издержек производства в зависимости от изменений объема выпуска при неизменности цен факторов производства.

Эффект масштаба – это свойство процесса производства, отражающее характер изменения соотношения между увеличением затрат факторов производства и изменением объема выпуска.

МОДУЛЬ 3

Тема 7.1. Виды рыночных структур. Особенности ценообразования в условиях совершенной и монополистической конкуренции

7.1.1. Структура рынка. Основные черты рыночных структур: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия (монопсония).

7.1.2. Критерии анализа: количество фирм (степень концентрации производства Герфиндаля-Гиршмана), тип продукта, рыночная власть (коэффициент рыночной власти А. Лернера), барьеры входа и выхода.

7.1.3. Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции. Максимизация прибыли совершенно конкурентной фирмой: равенство цены и предельных издержек ($P=MC=MR=AR$).

7.1.4. Поведение фирмы в условиях монополистической конкуренции. Условие равенства предельного дохода предельными издержками ($MC=MR$)

Основная литература:

1. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
3. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
4. Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ, Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

Дополнительная литература (книги):

5. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.
6. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.
7. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – Спб.: Питер, 2012. – 608с.

7.1.1 Структура рынка. Основные черты рыночных структур: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия (монопсония)

Структура рынка - это его наиболее существенные черты, к которым относятся: количество фирм и их размеры, степень отличия или сходства товаров, легкость входа на конкретный рынок и выхода из него, доступность информации. По структуре рынка можно классифицировать [2; 10; 14]:

По объектам обменных сделок выделяют следующие группы рынков:

- рынки потребительских благ;
- рынки факторов производства;
- рынки денег и кредитов;
- рынки информации и т. п.

Внутри каждой из указанных групп выделяют отраслевые рынки по конкретному виду товара, производимого соответствующей отраслью, например:

- рынок продуктов питания;
- рынок тракторов и комбайнов;
- рынок труда;
- рынок государственных облигаций;
- рынок патентов и лицензий и т. п.

По мере взаимозаменяемости благ, обращающихся на рынке, различают:

- *рынок гомогенного блага*, если блага могут восприниматься потребителем как полностью взаимозаменяемые;
- *рынок гетерогенного блага*, если блага могут восприниматься потребителем как частично взаимозаменяемые.

По уровню насыщения выделяют:

- равновесные рынки;
- дефицитные рынки;
- избыточные рынки.

Классификация рынков по уровню насыщения во многом перекликается с определением типов рынков по субъектам рыночных сделок.

По субъектам рыночных сделок выделяют:

- *рынки покупателя* – это избыточные рынки, где производители конкурируют за покупателей, свободно выбирающих товар, оптимальный по сочетанию цены и качества;

- *рынки продавца* – это дефицитные рынки, где отсутствует конкуренция продавцов за покупателей в силу узости ассортимента товаров;
- *рынки государственных учреждений* – это рынки, на которых субъектами рыночных сделок являются государственные учреждения;
- *рынки посредников* – это рынки, на которых лица и организации приобретают товары для перепродажи или сдачи в аренду.

Многообразна классификация рынков по условиям функционирования.

По степени доступности рыночных операций для субъектов выделяют *открытые рынки и закрытые рынки*.

По месту встречи покупателей и продавцов выделяют:

- *«точечные» рынки*, на которых покупатели и продавцы встречаются в определенное время в определенном месте;
- *«пространственные» рынки*, на которых покупатели и продавцы встречаются в разных местах и в разное время.

По характеру организации рыночного обмена различают:

- оптовые рынки и розничные рынки;
- экспортные рынки и импортные рынки.

По степени организованности выделяют:

- *организованные рынки (аукционы, биржи)*, которые функционируют с участием специальных агентов (аукционистов, маклеров);
- неорганизованные рынки.

По соответствию действующему законодательству выделяют:

- легальный рынок;
- нелегальный («черный» и «серый») рынок.

Типы рыночных структур

Существенное влияние на результат торговых сделок (на процесс формирования рыночной цены) оказывает число покупателей и продавцов на отраслевом рынке, так как число конкурентов непосредственно влияет на *характер конкуренции, определяя рыночную структуру* [2; 10].

По числу покупателей и продавцов выделяют следующие типы рыночных структур (типы конкуренции):

- *совершенная конкуренция* – это такой тип рыночной структуры, при котором на определенном отраслевом рынке взаимодействует много продавцов и много покупателей *гомогенного товара*;
- *монополия* – один продавец и много покупателей;
- *двусторонняя монополия* – один продавец и один покупатель;
- *ограниченная монополия* – один продавец и несколько покупателей;
- *монопсония* – один покупатель и много продавцов;

- *ограниченная монополия* – один покупатель и несколько продавцов;
- *олигополия* – несколько продавцов и много покупателей;
- *двусторонняя олигополия* – несколько и продавцов, и покупателей;
- *олигополия* – несколько покупателей и много продавцов;
- *монополистическая конкуренция* – это такой тип конкуренции (рыночной структуры), при котором на рынке взаимодействует много продавцов и много покупателей *гетерогенного товара*.

Все усилия предпринимателя по организации идеального производственного процесса, который бы позволил производить большое количество товара с минимальными издержками станут абсолютно бессмысленными, если произведенный товар не найдет своего покупателя на рынке и не будет реализован. Во многом успех или неудача предпринимательской деятельности зависят от условий выхода на рынок, от характера рыночной конкуренции на нем.

Конкуренция представляет собой соперничество экономических субъектов за наиболее выгодные условия хозяйственной деятельности. В результате конкурентной борьбы оживляется рыночная конъюнктура, возрастает общая конкурентоспособность продукции, улучшается ее качество, снижаются реализационные цены, и в целом экономика «очищается» от неэффективных производителей.

В зависимости от степени конкурентной среды рыночные структуры подразделяются на различные типы, которые представлены в таблице 7.1.1.

Таблица 7.1.1 Классификация типов рыночных структур

Типы рыночной структуры	Размер и кол-во фирмы	Характер продукции	Доступ к рынку и выход из рынка	Доступ к информации
Совершенная конкуренция	Много мелких фирм	Однородная продукция	Свободный вход и свободный выход	Нет барьеров к получению информации
Чистая монополия	Одна фирма	Уникальная продукция	Практически непреодолимый барьер при входе	Имеются некоторые трудности в получении информации
Монополистическая конкуренция	Много мелких и крупных фирм	Дифференцированная продукция	Никаких затруднений	Имеются некоторые трудности в получении информации
Олигополия	Несколько крупных фирм	Однородная или разнородная продукция	Возможны некоторые трудности при входе	Имеются некоторые трудности в получении информации

Сравнительная характеристика особенностей хозяйствования в условиях различных рыночных структур представлена в таблице 7.1.2.

Таблица 7.1.2. Сравнительная характеристика особенностей хозяйствования в условиях различных рыночных структур [15]

Показатель	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		монополистическая конкуренция	олигополия	монополия
Контроль над ценой (P)	Отсутствует – цена задана рынком и фирмой не определяется (фирма – «потребитель цены», или «прайс-тэйкер»)	Диапазон контроля цен узкий	Диапазон цен зависит от уровня согласованности действий	Значительный – цена должна быть определена фирмой (фирма – «создатель цены», или «прайс-мэйкер»)
Спрос для фирмы (D)	Абсолютно эластичен при заданной цене	Эластичный спрос	Эластичный или малоэластичный спрос	Может быть разной эластичности, но, как правило, неэластичный
Изменение выпуска продукции одной фирмы (ΔQ) при росте объемов реализации	Не влияет на рыночный объем и цену	Практически не влияет на рыночный объем и цену	Может существенно изменить рыночный объем и цену	Изменяет рыночный объем и цену
Предельный доход фирмы (MR) при росте объемов реализации	Равен цене и остается постоянным $P = MR = \text{const}$	Падает быстрее цены $P > MR$	Падает быстрее цены $P > MR$	Падает быстрее цены $P > MR$
Общий доход при росте объемов выпуска (TR)	Растет	Может расти и падать – в зависимости от эластичности спроса	Может расти и падать – в зависимости от ответных действий конкурентов	Может расти и падать – в зависимости от эластичности спроса, но как правило, растет

Рынок совершенной конкуренции

Рынок совершенной конкуренции представляет собой такую форму организации рынка, которая предполагает настолько большое число продавцов и покупателей на рынке, что ни один из них своим поведением не может существенно повлиять на рыночные условия. Так, модель *совершенной конкуренции* характеризуется следующими основными характеристиками:

1) однородность продукции, что означает абсолютную одинаковость всех товарных единиц с точки зрения покупателей. Это, в свою очередь, предполагает, что у покупателей нет возможности распознать, кем именно произведена та или иная единица, то есть «продукты разных предприятий абсолютно взимозаменяемы и их кривая безразличия имеет для каждого покупателя форму прямой» [3, с.30].

2) малые размеры и многочисленность субъектов рынка [7, с.120], или атомизация субъектов. Малые размеры субъектов рынка означает, что объемы спроса и предложения даже наиболее крупных покупателей и продавцов ничтожно малы относительно масштабов рынка, то есть изменения объемов спроса и предложения отдельных субъектов в рамках короткого периода настолько незначительны, что не могут повлиять на рыночную цену продукции. В то же время малые размеры субъектов рынка предполагают их множественность, т.е. наличие на рынке большого числа мелких продавцов и покупателей.

3) свобода входа и выхода – все продавцы и покупатели обладают полной свободой входа в отрасль (на рынок) и выхода из нее (ухода с рынка). Это предполагает совершенную мобильность покупателей и продавцов внутри рынка, отсутствие каких-либо форм экономической зависимости покупателей от продавцов. Свобода входа и выхода обеспечивается мобильностью производственных ресурсов, свободой их перетока из одной отрасли в другую, туда, где их альтернативная ценность выше [3, с.32].

4) абсолютная информированность субъектов рынка или полная прозрачность рынка – все продавцы, покупатели, посредники обладают совершенным знанием всех его параметров. Предполагается, что информация о рынке распространяется среди них мгновенно, без каких-либо затрат времени, денег и т.д.

Рынки совершенной конкуренции представляют собой идеальную рыночную структуру, практически не встречающуюся в действительности. Однако в экономической литературе общепринято считать, что наиболее приближенными к этому типу рыночной структуры являются рынки сельскохозяйственной продукции.

Монополия

Монополия – это рынок, характеризующийся абсолютным преобладанием в экономике единоличного производителя или продавца товара, который не имеет близких заменителей. Такое преобладание предоставляет фирме, добившейся монопольного положения, исключительное право распоряжения ресурсами, установления барьеров

входа/выхода на рынок и оказания давления на потребителей, а также возможность устойчивого получения прибылей и сверхприбылей [4, с. 37].

В ряду рынков с монопольной структурой особое положение занимают так называемые *естественные монополии*. В связи со значительной экономией от масштаба производства и технологической нецелесообразностью развития конкуренции на рынке может существовать только один хозяйствующий субъект, полностью удовлетворяющий существующий спрос. Рассредоточенность производства на нескольких предприятиях нецелесообразна, так как это приведет к неоправданному росту затрат [5, с.50].

В экономике современных государств всегда существуют такие сферы, в которых сохранение и поддержание рыночной конкуренции нецелесообразны по причине ее экономической неэффективности (на таких рынках сохранение монополии экономически оправдано) или из соображений национальной безопасности страны. Как правило – это предприятия общественного пользования – электро-, водо-, газоснабжение, телефонная служба, железнодорожные перевозки и т.д.

Рынок монополистической конкуренции

На рынке монополистической конкуренции, как и на рынке совершенной конкуренции много покупателей и много продавцов. Основной чертой и главной отличительной особенностью рынка монополистической конкуренции является дифференциация продукта [11, с.229]. Дифференциация превращает производителя в своеобразного мини-монополиста: его фирма является единственным производителем данной разновидности продукта, но на ее долю приходится совершенно незначительная часть рынка этого продукта. [6, с.118]. В связи с этим, спрос на товары предприятия на рынке монополистической конкуренции не является абсолютно эластичным, поскольку приверженные марке покупатели будут приобретать товар, даже если его цена несколько выше, чем у аналогов.

Монополистическая конкуренция представляет собой наиболее часто встречающуюся рыночную структуру. Она характерна для банковской сферы, издательского бизнеса, мебельного производства, производства одежды и обуви, розничной торговли, многих видов услуг и др.

Олигополия

Олигополия – это такая рыночная структура, при которой доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами [8, с.249].

На рассматриваемом рынке представлено небольшое количество сравнительно крупных предприятий-продавцов однородной либо незначительно различающейся продукции. Отличительной особенностью олигопольного рынка является возможность стратегического взаимодействия конкурентов [11, с.229].

Различают однородную и дифференцированную олигополии. Однородная олигополия существует в отраслях, производящих стандартизированную продукцию (как правило, сырье и полуфабрикаты): сталь, цемент, технический спирт, сахар и т.д. Дифференцированная олигополия предполагает производство дифференцированной продукции – автомобилей, телевизоров, компьютеров, сигарет и т.д.

Рынок материально-технических ресурсов для сельского хозяйства (I сфера АПК) – сельскохозяйственное машиностроение, производство удобрений, энергоносителей и комбикормовое производство – характеризуется олигополистической структурой.

К разряду неоднородной и высокодифференцированной продукции (по каждому виду продукции имеется широкий набор сортов с различными характеристиками качества) относится продукция, реализуемая на рынке продовольственных товаров высокой степени переработки. Сюда относят обширный ассортимент готовых к употреблению продуктов. Такой рынок, как правило, также является олигополистическим.

7.1.2. Критерии анализа: количество фирм (степень концентрации производства Герфиндаля-Гиршмана), тип продукта, рыночная власть (коэффициент рыночной власти А. Лернера), барьеры входа и выхода

Показатели рыночной концентрации.

Рыночная власть производителя может быть различной силы. Сильная рыночная власть отдельного производителя означает его доминирующее положение на отраслевом рынке, то есть такое положение производителя (или группы производителей) на рынке определенной продукции, которое позволяет оказывать решающее влияние на условия реализации продукции, устранять с отраслевого рынка других производителей или препятствовать доступу на рынок новых производителей.

В соответствии с Федеральным законом «О защите конкуренции», в нашей стране доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара превышает 50% [1]. Таким образом, доминирующее положение на рынке означает концентрацию

рыночной власти у одного производителя, что в свою очередь означает высокую степень монополизации отраслевого рынка. Для количественной оценки уровня рыночной концентрации применяется ряд показателей (рисунок 7.1.1).

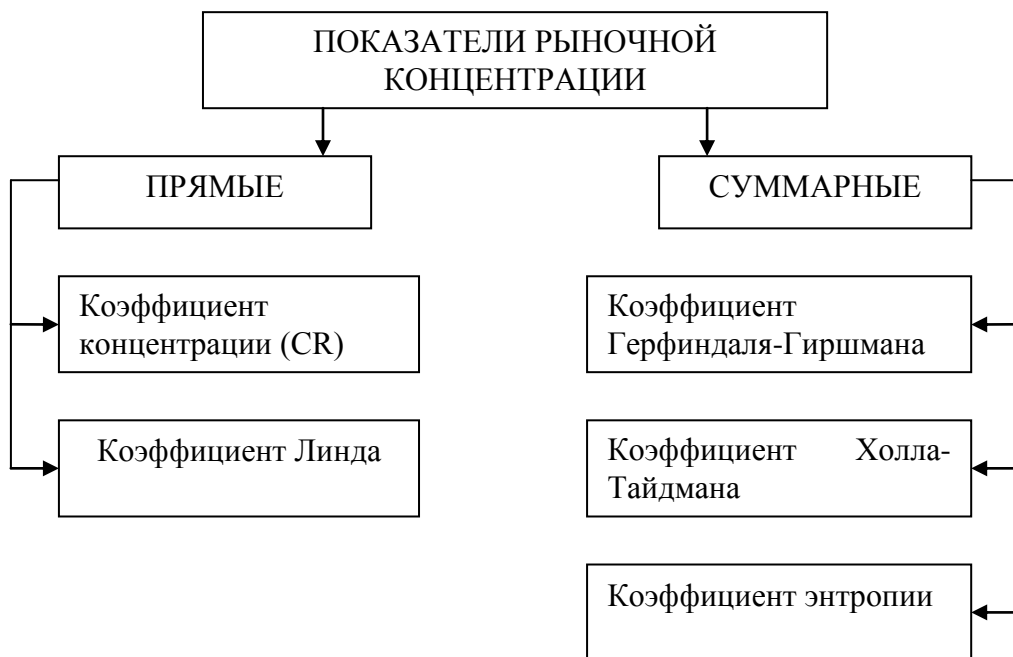


Рисунок 7.1.1. Показатели экономической концентрации [4]

Коэффициент концентрации – это выраженное в процентах отношение объема продаж определенного количества крупнейших фирм (например, трех, четырех, шести или восьми) к общему отраслевому объему продаж.

$$CR_i = \sum_{i=1}^n S_i ,$$

где CR_i – индекс концентрации i фирм, %;

S_i – доля продаж i -й фирмы в общем объеме реализации на рынке, %;

n – количество хозяйствующих субъектов на рынке.

В большинстве развитых стран коэффициент концентрации обязателен при статистическом мониторинге состояния рынка, причем в разных странах рассчитываются доли разного числа предприятий. В США и Франции это доли 4, 8, 20, 50 и 100 крупнейших компаний. В ФРГ, Великобритании, Канаде для подобных расчетов обычно берутся данные о 3, 6, 10 и т.д. предприятиях, функционирующих на рынке. В России этот показатель стал рассчитываться в официальной статистике с 1992 г. для трех (CR-3), четырех (CR-4), шести (CR-6) и восьми (CR-8) крупнейших продавцов [5, с.65].

Также одним из наиболее часто применяемых показателей является коэффициент Герфиндаля-Гиршмана, который при характеристике уровня

монополизации рынка учитывает как численность предприятий, так и неравенство их положения на рынке.

Индекс Герфиндаля-Гиршмана рассчитывается как сумма квадратов рыночных долей всех фирм в определенной отрасли:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2,$$

где HHI – индекс Херфиндаля-Хиршмана,

S_i – доля продаж i -й фирмы в общем объеме реализации на рынке, %;

n – количество хозяйствующих субъектов на рынке.

Максимальное значение индекса наблюдается при полной монополизации рынка одним продавцом ($HHI = 100^2 = 10000$). Чем меньше HHI (значение коэффициента стремится к единице), тем меньше концентрация, тем при прочих равных условиях сильнее конкуренция на данном рынке и тем слабее рыночная власть отдельных предприятий.

Таблица 7.1.3. Значения коэффициента концентрации и индекса Герфиндаля-Гиршмана при оценке различных типов рыночных структур

Типы рынков		Значения CR-3 и HHI	Значения CR-4 и HHI
Монополия		На рынке монополии только 1 производитель, потому показатели CR-3 и CR-4 рассчитать не представляется возможным	
		CR-1 = 100% HHI = 10000	
Олигополия:	высококонцентрированная олигополия	При $70\% < CR-3 < 100\%$ $2000 <$	При $80\% < CR-4 < 100\%$ $1800 < HHI < 10000$
	среднеконцентрированная олигополия	При $45\% < CR-3 < 70\%$ $1000 < HHI < 2000$	При $45\% < CR-4 < 80\%$ $1000 < HHI < 1800$
Монополистическая конкуренция		При $CR-3 < 45\%$ $HHI < 1000$	При $CR-4 < 45\%$ $HHI < 1000$
Совершенная конкуренция		$CR-3 \rightarrow 0\%$ $HHI \rightarrow 1$	$CR-4 \rightarrow 0\%$ $HHI \rightarrow 1$

Рыночная власть и показатели ее оценки. Для оценки уровня монополизации рынка необходимо определить уровень рыночной власти продавцов, под которой понимают способность экономического субъекта воздействовать на параметры рыночного равновесия (цены и объемы продаж) в собственных интересах. Главными признаками использования фирмами рыночной власти являются рост цен и снижение объемов продаж, в результате чего общество получает меньшее количество товаров по более высокой цене, нежели это возможно при конкуренции продавцов.

О степени монопольной власти предприятия можно судить, основываясь на некоторых показателях (см. рисунок 7.1.2).



Рисунок 7.1.2. Показатели рыночной власти

Одним из основных и наиболее часто применяемых показателей, характеризующих степень рыночной власти, является *коэффициент Лернера*, который рассчитывается как отношение разницы между ценой реализации продукции и предельными издержками ее производства к цене продукции:

$$L = \frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_d},$$

где L – значение коэффициента Лернера;

P – цена продукции;

MC – предельные издержки выпуска продукции;

E_d – ценовая эластичность спроса.

Данный коэффициент может принимать значения от нуля до единицы. Чем больше его значение (т.е. чем больше разница между ценой продукции и величиной предельных издержек), тем выше степень монопольной власти фирмы на рынке. Для рынка совершенной конкуренции, при которой цена товара равна предельным издержкам его производства, данный коэффициент равен нулю.

Таблица 7.1.4. Значения коэффициента Лернера

Тип рыночной структуры	Коэффициент Лернера	Наличие рыночной власти
Совершенная конкуренция	0	нет
Монополистическая конкуренция	0,3–0,5	незначительная
Олигополия	0,6–0,8	есть, значительная
Рынок с доминирующей фирмой	0,8–0,9	есть, значительная
Монополия	1,0	неограниченная

Современная конкуренция является регулируемой, причем ее правительственное регулирование является одним из важнейших компонентов системы государственного регулирования экономики.

Государственное регулирование конкурентных отношений может осуществляться в двух формах: конкурентной и антимонопольной политики.

Поскольку «конкурентная политика – это, прежде всего, формирование системообразующих правил, а также соответствующих механизмов, которые делают данные правила жизнеспособными» [13], а «антимонопольное регулирование – это целенаправленная государственная деятельность, осуществляемая на основании и в пределах, допускаемых действующим законодательством, по установлению и реализации правил ведения экономической деятельности на товарных рынках с целью защиты добросовестной конкуренции обеспечения эффективности рыночных отношений» [12], то различия их заключаются в том, что первая предполагает создание условий, «правил» для поддержания соперничества на рынках, в то время как вторая представляет собой реализацию мер по выявлению, пресечению и наказанию субъектов, нарушивших правила конкуренции. При этом общей целью конкурентной и антимонопольной политики является создание условий для формирования эффективной конкурентной среды. Таким образом, в регулировании конкуренции выделяют следующие направления:

- 1) меры по созданию и развитию конкурентной среды;
- 2) меры по ограничению монополизма, доминирующего положения на рынке;
- 3) меры по защите конкуренции, пресечение действий, направленных на ограничение конкуренции.

Главным антимонопольным органом в России является Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации, которая выполняет следующие основные функции [9]:

- 1) обеспечивает государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий и рекламы;
- 2) выявляет нарушения антимонопольного законодательства, принимает меры по прекращению нарушения антимонопольного законодательства и привлекает к ответственности за такие нарушения;
- 3) предупреждает монополистическую деятельность, недобросовестную конкуренцию, другие нарушения антимонопольного законодательства;
- 4) осуществляет государственный контроль за экономической концентрацией в сфере использования земли, недр, водных и других природных ресурсов, в том числе при проведении торгов, в случаях, предусмотренных федеральными законами.

7.1.3. Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции. Максимизация прибыли совершенно конкурентной фирмой: равенство цены и предельных издержек ($P=MC=MR=AR$)

В условиях совершенной конкуренции фирма выступает в качестве ценополучателя. Кривая спроса на ее продукцию имеет вид прямой, параллельной оси выпуска. Общая выручка фирмы изменяется пропорционально изменению выпуска продукции, средняя и предельная выручки равны и совпадают с ценой ($p^* = MR = AR$).

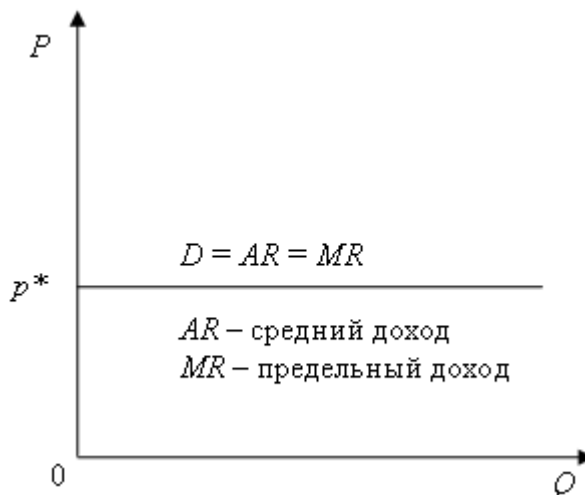


Рисунок 7.1.3. Линия спроса на продукцию конкурентной фирмы

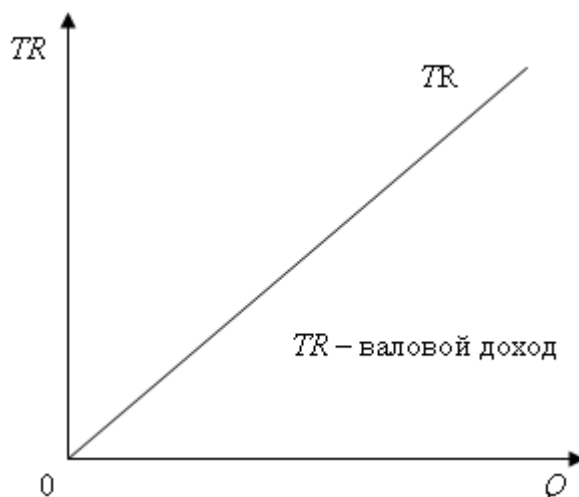


Рисунок 7.1.4. Линия, характеризующая выручку конкурентной фирмы

Для определения уровня производства, при котором конкурентная фирма будет получать максимальную прибыль, используются два подхода:

- 1) Сравнение общей выручки – TR и совокупных (валовых) издержек – $ТС$:

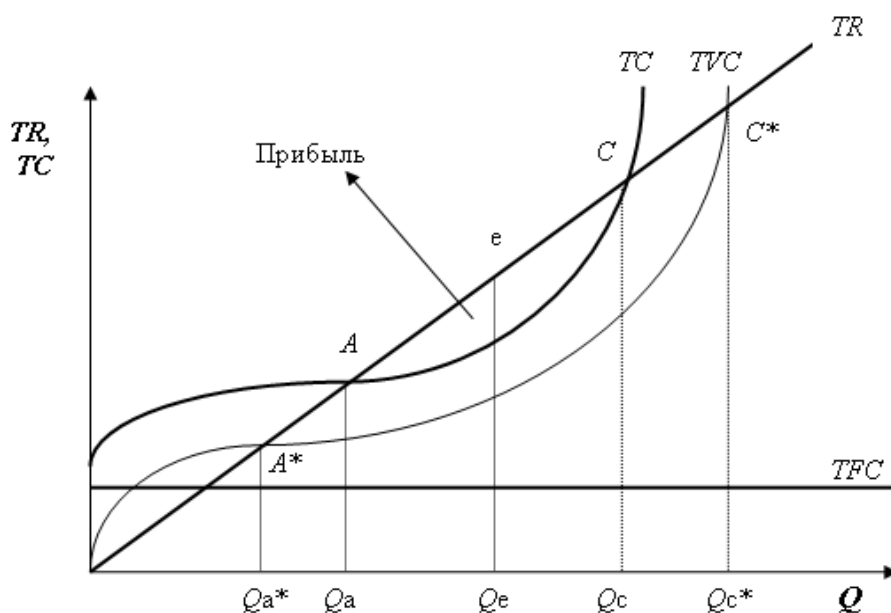


Рисунок 7.1.5. Максимизация прибыли или минимизация убытков конкурентной фирмы (сопоставление TR и TC)

Точки A и C — точки критического объема производства: любые объемы за пределами этих точек ($<Q_a$ или $>Q_c$) принесут убытки, т. к. общая выручка меньше общих затрат ($TR < TC$).

Если же рынок установит такую цену, при которой $TR < TC$ и фирма будет нести убытки, то на первый взгляд, ей надо закрыться. Однако если фирма не производит товары, то в краткосрочном периоде она все равно несет убытки в размере постоянных затрат. Поэтому в краткосрочном периоде фирме имеет смысл продолжить функционирование, если при достигнутом уровне производства $TR > TVC$, т. к. некоторая часть выручки пойдет на оплату TFC .

Если же $TR < TVC$, фирма, осуществляя производство, понесла бы убытки больше постоянных затрат. Лучший выбор в такой ситуации — закрыться и оплатить TFC из собственного кармана.

2) Сравнение предельной выручки (MR) и предельных издержек (MC).
Общее правило для любой фирмы: фирма будет максимизировать прибыли или минимизировать убытки, производя такой объем продукции, при котором: $MR = MC$.

Максимизация прибыли

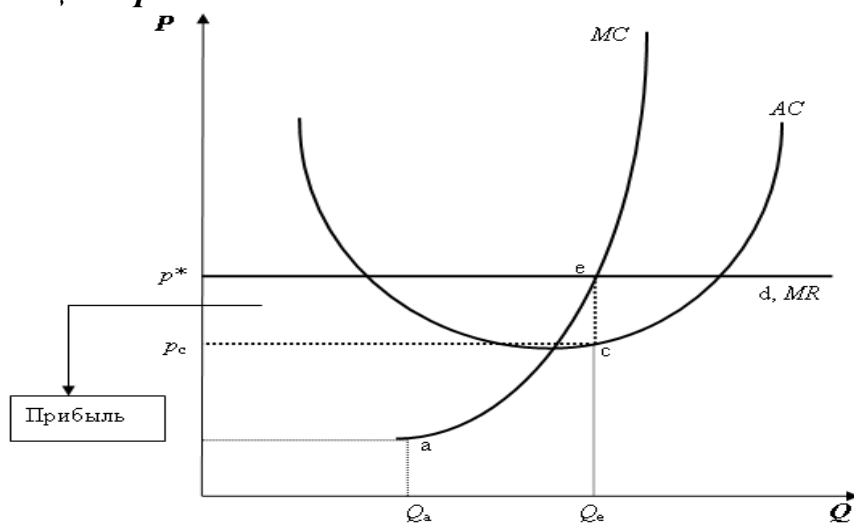


Рисунок 7.1.6. Максимизация прибыли конкурентной фирмы
(сопоставление MR и MC)

При объеме производства Q_a предельные издержки минимальны. Однако фирма, стремящаяся к максимизации прибыли, должна продолжить расширять производство до Q_e , где $MR=MC$. Прибыль на единицу продукции равна разнице между ценой и средними издержками ($p-AC$) или ec – на графике. Общая величина прибыли будет равна площади $p_c p^* ec$.

Предположим, однако, что цена меньше средних издержек ($p < AC$). В таком случае фирма должна попытаться минимизировать убытки.

Минимизация убытков

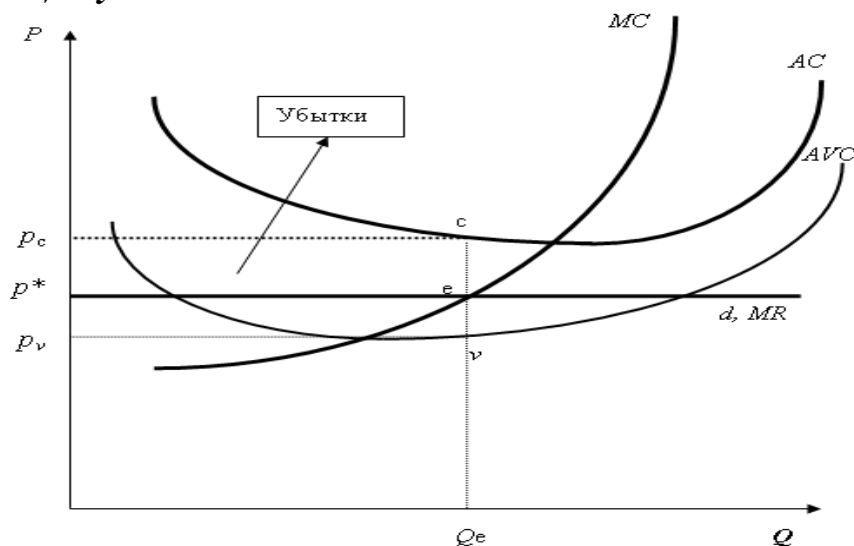


Рисунок 7.1.7. Минимизация убытков конкурентной фирмы
(сопоставление MR и MC)

В данной ситуации убытки фирмы равны площади $p^* p_c se$. Стремясь минимизировать убытки, фирма должна попытаться покрыть выручкой

средние постоянные затраты: $AFC=AC-AVC$. Если цена выше AVC , то фирме это удастся.

Таким образом, если $p > AVC$, то в краткосрочном периоде фирме стоит продолжить функционирование. Если же $p < AVC$, — закрыться и оплатить убытки из собственного кармана.

Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде. В данной ситуации на передний план выступает такая особенность совершенной конкуренции, как свобода входа в отрасль и выхода из нее, т. е. мобильность ресурсов.

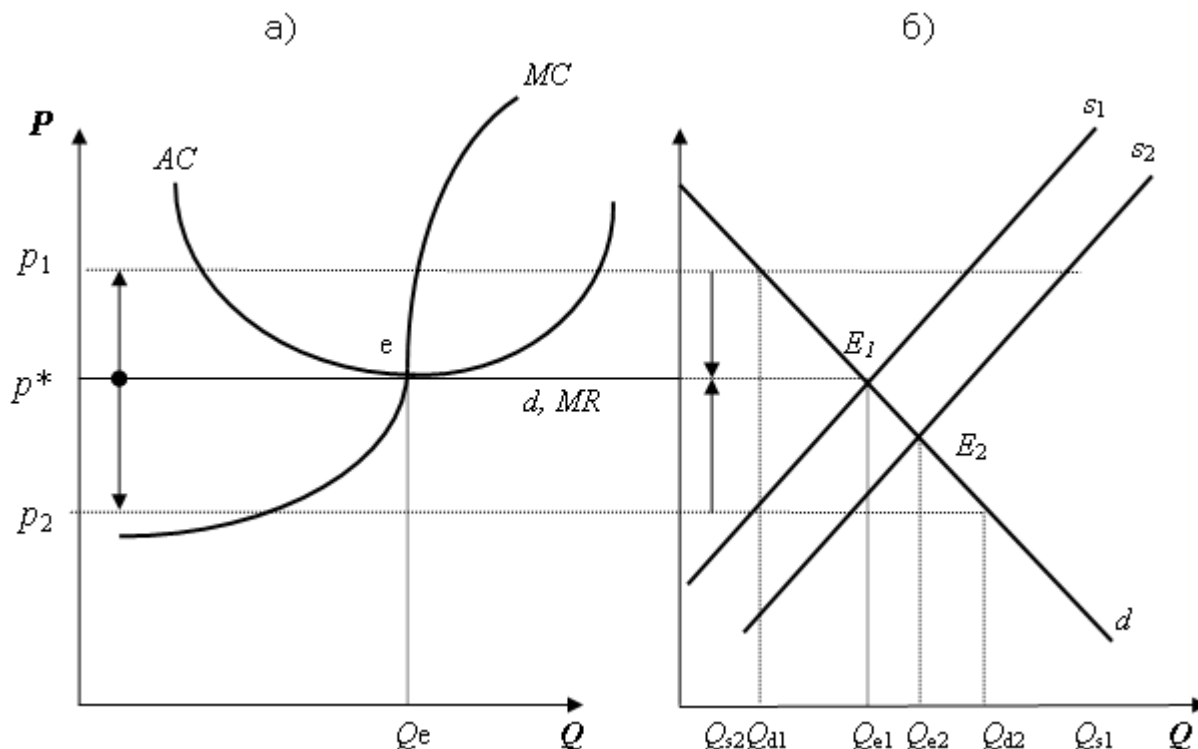


Рисунок 7.1.8. Положение равновесия конкурентной фирмы в долгосрочном периоде: а) предприятие, б) отрасль

Если, к примеру, $p_1 > p^*$, то фирма получает прибыль. Тогда в эту отрасль устремляются дополнительные капиталы. Линия предложения в отрасли сдвигается из s_1 в s_2 . Но при p_1 величина спроса в отрасли составляет Q_{d1} , а величина предложения — Q_{s1} . Возникает избыток предложения и p_e падает. Прибыли уменьшаются, что вызывает отток капитала из отрасли.

Если $p_2 > p^*$, то в отрасли величина спроса возрастает до Q_{d2} , а предложения — падает до Q_{s2} . Возникает дефицит и цена растет.

В итоге в долгосрочном периоде оптимум конкурентной фирмы в точке e , где $MR=MC=AC$, т. е. устанавливается при нулевой экономической прибыли.

7.1.4. Поведение фирмы в условиях монополистической конкуренции. Условие равенства предельного дохода предельными издержками ($MC=MR$)

Правило $MR=MC$, как уже отмечалось, характерно для любой фирмы.

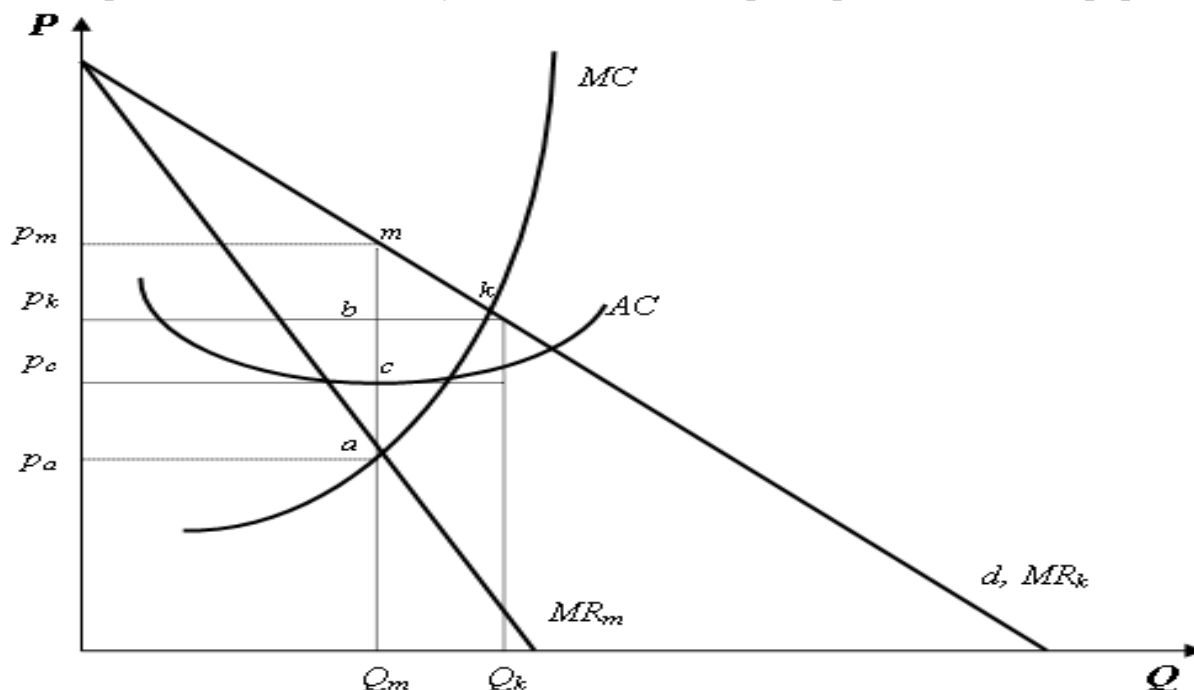


Рисунок 7.1.9. Оптимум монополии

В краткосрочном периоде ситуация напоминает чистую монополию. Фирма будет максимизировать свои прибыли, производя такой объем продукции, который обозначен пересечением кривых предельных издержек и предельной выручки ($MR=MC$). При этом фирма устанавливает цену, равную цене спроса на такой объем продаж (p_m).

Таким образом, объем выпуска в условиях монополии – Q_m определяется пересечением MR и MC – точка а. Но для такого объема производства цена спроса – p_m . Отсюда – оптимум монополии: Q_m и p_m .

Сравним с оптимумом конкурентной фирмы: здесь цена постоянна и выполняется равенство $p^* = MR_k = MC$. Точка оптимума – точка k . Следовательно, в условиях монополии выпуск продукции меньше ($Q_m < Q_k$), а цена выше ($p_m > p_k$). При этом покупатель платит монополисту больше, чем тому нужно для производства дополнительной единицы товара: MC при Q_m равны p_a .

Исходя из этого, общая прибыль монополиста на весь объем продукции равна площади $p_c p_a m c$, сверхприбыль – $p_k p_m m b$.

Вопросы для самопроверки

1. Какие классификации рынков выделяют?
2. Что представляет собой конкуренция? Чему способствует развитие конкуренции?
3. Охарактеризуйте типы рыночных структур? Объясните критерии анализа? Дайте определения каждой рыночной структуре?
4. Какие виды олигополий различают?
5. Опишите сравнительную характеристику особенностей хозяйствования в условиях различных рыночных структур?
6. Что представляют собой коэффициенты Херфиндаля-Хиршмана и А. Лернера?
7. Как фирма совершенный конкурент определяет объемы производства в краткосрочном периоде?
8. Как фирма совершенный конкурент определяет объемы производства в долгосрочном периоде?
9. Охарактеризуйте поведение фирмы в условиях монополистической конкуренции?

Тесты

1. Для рынка совершенной конкуренции характерно то, что ...
Укажите не менее двух вариантов ответа
 - а) производители могут свободно входить на рынок и выходить из него
 - б) каждый производитель устанавливает свою цену
 - в) продукция фирм разнородна с точки зрения потребителя и производителя
 - г) каждый продавец имеет мизерную долю рынка данного товара
2. На рынке совершенной конкуренции отдельный продавец ...
Укажите не менее двух вариантов ответа
 - а) рекламирует свою продукцию
 - б) свободно входит на рынок
 - в) не влияет на цену
 - г) самостоятельно назначает цену своего товара
3. Рынки несовершенной конкуренции не характеризуются...
Укажите не менее двух вариантов ответа

- а) однородностью продукции
- б) совершенством рыночной информации
- в) значительной долей рынка у отдельного производителя
- г) наличием барьеров для проникновения в отрасль

4. Монополистическая конкуренция характеризуется...

Укажите не менее двух вариантов ответа

- а) дифференциацией продукта
- б) отсутствием входных барьеров
- в) наличием взаимосвязи между фирмами
- г) наличием избыточных производственных мощностей

5. Олигополия - это рыночная структура, для которой характерно...

- а) большое число фирм - производителей дифференцированного продукта
- б) наличие на рынке одной крупной фирмы
- в) доминирующее положение нескольких крупных фирм
- г) большое число фирм - производителей однородного продукта

6. Рынок олигополии отличается от рынка монополистической конкуренции тем, что...

- а) производимые товары являются уникальными
- б) существуют высокие барьеры входа на рынок
- в) осуществляется дифференциация товаров
- г) предельные издержки равны предельным доходам

7. Если на рынке функционирует бесконечное множество мелких фирм, то индекс монопольной власти (индекс Лернера) стремится ...

- а) к единице
- б) к трем
- в) такого показателя не существует
- г) к нулю

8. Укажите, может ли монополист получить экономическую прибыль в долгосрочном периоде ...

- а) да, если ему удастся предотвратить вхождение в отрасль других предприятий

б) нет, так как он не в состоянии обеспечить равенство предельного дохода и предельных издержек.

в) да, так как он в состоянии определить объем выпуска, при котором предельный доход выше предельных издержек

г) нет, поскольку его средние общие издержки непременно уравниваются с ценой товара

9. Монополист, максимизирующий прибыль, будет снижать цену на продукцию, если ...

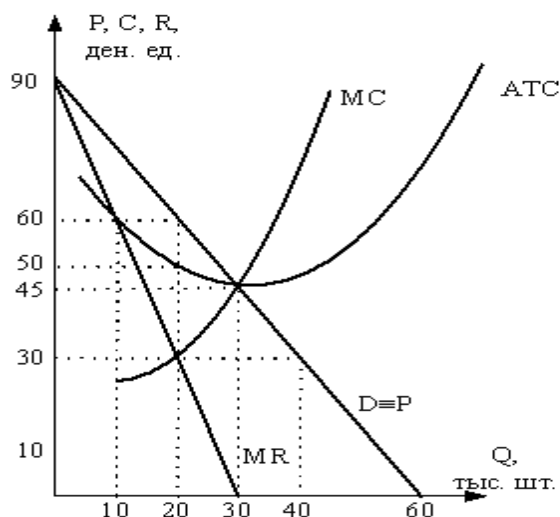
а) средние издержки падают

б) его об этом попросят покупатели

в) затраты на рекламу не увеличиваются

г) предельный доход больше предельных издержек ($MR > MC$)

10. На рисунке представлена графическая модель доходов и издержек фирмы-монополиста:



Тогда монопольная прибыль при оптимальном объеме производства равна ...

а) 200 тыс. ден. ед.;

б) 200 ден. ед.;

в) 1350 ден. ед.;

г) 1200 тыс. ден. ед.

Глоссарий:

Конкуренция (от лат. concurrentia - сталкиваться) - состязание между производителями (продавцами) товаров, а в общем случае - между любыми экономическими, рыночными субъектами; борьба за рынки сбыта товаров с

целью получения более высоких доходов, прибыли, других выгод. Конкуренция представляет цивилизованную, легализованную форму борьбы за существование и один из наиболее действенных механизмов отбора и регулирования в рыночной экономике.

Совершенная конкуренция (*perfect competition*) — рыночная структура, характеризующаяся следующими признаками: 1) большое число продавцов и покупателей товара; 2) однородность продукции; 3) абсолютная мобильность движения ресурсов, отсутствие барьеров вхождения в отрасль и выхода из нее; 4) ни один экономический агент не обладает властью над ценами; 5) полная информированность участников о ценах и условиях производства.

Несовершенная конкуренция — все рынки, за исключением тех, на которых выполняются условия совершенной конкуренции: монополия, монопосония, монополистическая конкуренция, олигополия и олигопсония; рынки, на которых покупатели или продавцы способны в одностороннем порядке влиять на рыночные цены.

Неценовая конкуренция — конкуренция посредством дифференциации продукции, рекламы, мер по стимулированию сбыта и т.д.; воздействие на рыночный спрос в целях увеличения объемов продаж при неизменных ценах.

Монополия — рынок, на котором число продавцов столь незначительно, что каждый из них может повлиять на общий объем предложения и на цену товара. Модель чистой монополии предполагает наличие в отрасли единственного производителя (продавца) конкретного товара или услуги и отсутствие у фирмы прямых конкурентов, поскольку проникновение и деятельность на рынке других фирм являются практически невозможными или экономически неэффективными.

Естественная монополия — структура рынка, обусловленная существованием в отдельных отраслях значительного положительного эффекта масштаба производства. Достижение фирмой минимальных средних издержек при объемах (масштабах) производства, обеспечивающих практически полностью потребности рынка в данном товаре, вытесняет остальные фирмы из отрасли и создает ситуацию естественного монополизма.

Монополистическая конкуренция — рынок, на котором действует значительное количество фирм, производящих дифференцированную продукцию; доступ на рынок относительно свободный; фирма обладает

определенной монопольной властью и использует значительную неценовую конкуренцию.

Олигополия – рынок, на котором действует ограниченное количество фирм, производящих однородную (чистая монополия) или дифференцированную продукцию (дифференцированная олигополия); монопольная власть отдельной фирмы ограничена особой взаимозависимостью фирм друг с другом; преобладает сильная неценовая конкуренция.

Картельное соглашение – договоренность между двумя или несколькими предприятиями, фирмами о создании картеля. Различают горизонтальное соглашение, заключаемое между одинаково специализированными фирмами, и вертикальное соглашение, направленное на ограничение гибкости рынка, достигаемое за счет атомистичности и текучести.

Тема 7.2 Особенности ценообразования в условиях олигополии и чистой монополии. Антимонопольное законодательство.

7.2.1. Модели олигополий: модель дуополии Курно; модель ломаной кривой спроса (некооперированные олигополии), модель ценового лидерства, модель картеля.

7.2.2. Поведение монополиста в краткосрочном и долгосрочном периоде. Условие максимизации прибыли монополистом: равенство предельного дохода предельным издержкам ($MC=MR$, где $MR<P$).

7.2.3. «Потери мертвого груза». Положительные и отрицательные последствия существования монополий.

7.2.4. Регулирование деятельности монополий. Антимонопольная политика.

Основная литература:

1. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
3. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
4. Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ,

Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

Дополнительная литература :

5. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.

6. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.

7. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 608с.

7.2.1. Модели олигополий: модель дуополии Курно; модель ломаной кривой спроса (некооперированные олигополии), модель ценового лидерства, модель картеля.

Олигополия – это такая рыночная структура, при которой доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами [12, с.249].

На рассматриваемом рынке представлено небольшое количество сравнительно крупных предприятий-продавцов однородной либо незначительно различающейся продукции. Отличительной особенностью олигопольного рынка является возможность стратегического взаимодействия конкурентов [15, с.229].

Различают однородную и дифференцированную олигополии. Однородная олигополия существует в отраслях, производящих стандартизированную продукцию (как правило, сырье и полуфабрикаты): сталь, цемент, технический спирт, сахар и т.д. Дифференцированная олигополия предполагает производство дифференцированной продукции – автомобилей, телевизоров, компьютеров, сигарет и т.д.

Рынок материально-технических ресурсов для сельского хозяйства (I сфера АПК) – сельскохозяйственное машиностроение, производство удобрений, энергоносителей и комбикормовое производство – характеризуется олигополистической структурой.

К разряду неоднородной и высокодифференцированной продукции (по каждому виду продукции имеется широкий набор сортов с различными характеристиками качества) относится продукция, реализуемая на рынке продовольственных товаров высокой степени переработки. Сюда относят обширный ассортимент готовых к употреблению продуктов. Такой рынок, как правило, также является олигополистическим.

По аналогии с олигополией определяется понятие олигопсонии – рыночной структуры, при которой несколько фирм–потребителей контролируют основной объем покупок на данном рынке. Такая структура характерна, например, для рынков сельскохозяйственного сырья, на которых небольшому числу продавцов (сельхозтоваропроизводителей) противостоит несколько крупных предприятий пищевой промышленности, приобретающих сельскохозяйственную продукцию в качестве сырья для его дальнейшей переработки.

Трудности диагностирования реакции конкурентов на олигополистических рынках усиливают склонность фирм к согласованию своих действий посредством сговора, образуя картель.

Картель — это группа фирм, объединенная соглашением о разделе рынка и осуществляющая согласованные действия в отношении предложения (ограничение объемов выпуска) и цен (фиксация) с целью получения монопольной прибыли. Представим отрасль из двух фирм, выпускающих одинаковую продукцию при одинаковых краткосрочных и долгосрочных издержках и постоянной отдаче от масштаба (рисунок 7.2.1).

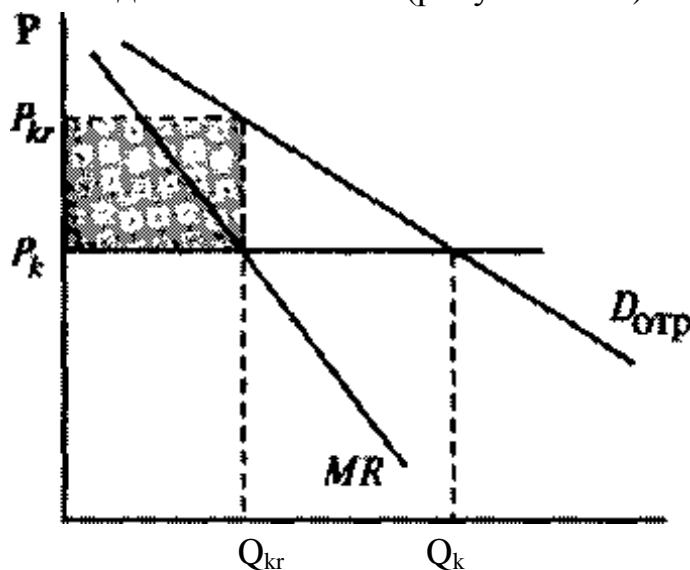


Рисунок 7.2.1. Максимизация прибыли при картелизации отрасли

Если бы фирмы взаимодействовали на принципах совершенной конкуренции, то конкурентное предложение составило бы Q_k при цене P_k , а каждая фирма производила бы половину объема рыночного спроса, не получая при этом экономической прибыли. Зная спрос на свою продукцию, фирмы, достигнув соглашения об ограничении объема выпуска Q_{kr} и фиксации цены на уровне P_{kr} , могли бы получать экономическую прибыль равную монопольной (затемненная фигура).

Следовательно, для получения монопольной прибыли фирмы должны координировать свою деятельность так, чтобы их совместный выпуск равнялся рыночному спросу для установленной монопольной цены. Несмотря на очевидную выгоду для участников, картель является неустойчивым образованием.

Во-первых, всегда существуют факторы, не только способствующие, но и противодействующие его возникновению. Чем меньше количество фирм в отрасли и чем больше их размер, чем более однородной является продукция и чем устойчивее спрос, тем выше вероятность картелизации отрасли. Напротив, при большом количестве фирм и низких отраслевых барьерах, высоких темпах роста отрасли и внедрения нововведений добиться координации деятельности фирм сложно и вероятность возникновения картеля падает.

Во-вторых, даже в случае образования картеля возникает проблема обеспечения его стабильности, что представляет задачу куда более сложную, нежели его создание. В этом отношении важнейшей для сохранения картеля является проблема контроля за выполнением соглашения, тем более что внутри самого картеля заложен и механизм его разрушения (рисунок 7.2.2).

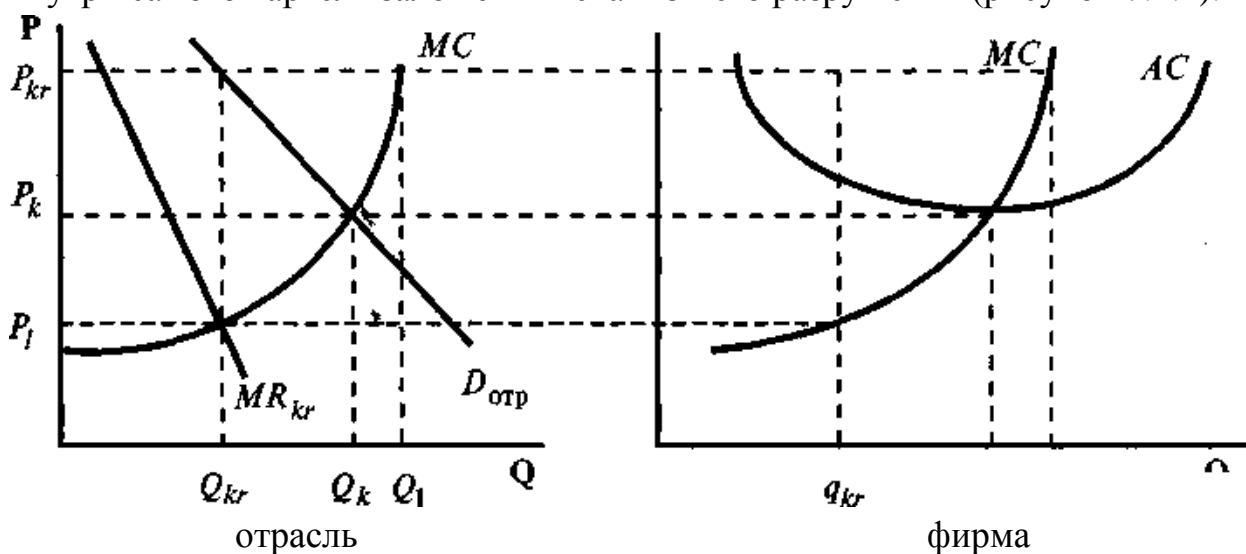


Рисунок 7.2.2 Механизм разрушения картеля

В случае конкурентного равновесия предложение отрасли составило бы Q_k при цене P_k , а фирмы отрасли не получали бы экономической прибыли. При достижении картельного соглашения фирмы отрасли должны будут сократить предложение до $Q_{кр}$ и продавать свою продукцию по установленной картельным соглашением цене $P_{кр}$, что обеспечит им получение монопольной прибыли при $MC = MR_{кр}$. Но это возможно только в том случае, если фирмы отрасли будут производить в объеме определенных

для участников картеля квот q_{kr} . Проблема, однако, состоит в том, что для отдельной фирмы, входящей в картель, прибыль максимизируется при $P_{kr} = MC$ и она будет стремиться увеличить свой выпуск до q_1 . Если все члены картеля поступят подобным образом, то рыночный объем вырастет до Q_1 а рыночная цена упадет до P_k и экономическая прибыль фирм отрасли снова станет нулевой, что будет означать разрушение картеля.

Успех деятельности картеля зависит от способности его участников выявлять и пресекать нарушения достигнутых соглашений. Практическая же реализация такого требования осуществима только в том случае, если процедуры контроля и наложения санкций по соблюдению соглашения не требуют больших издержек, а применяемые в отношении нарушителей санкции превышают выгоды от нарушения соглашения.

Так как обычной практикой является правовое преследование картельных соглашений, фирмы могут согласовывать свои действия в неявной форме. Такой тип поведения называется сознательным параллелизмом, при котором ценовая координация достигается через ценовое лидерство. Когда в отрасли имеется доминирующая фирма, обеспечивающая значительную долю отраслевого предложения, другие фирмы отрасли в своей ценовой политике предпочитают следовать за лидером.

Устойчивость модели ценового лидерства обеспечивается не только при помощи возможных санкций со стороны лидера, но и заинтересованностью других участников рынка в наличии лидера, взваливающего на себя бремя исследования рынка и выработки оптимальной цены. Суть взаимодействия фирм в данной модели состоит в том, что максимизирующая прибыль ценового лидера цена является фактором, задающим условия производства остальным фирмам отраслевого рынка (рис. 7.2.3).

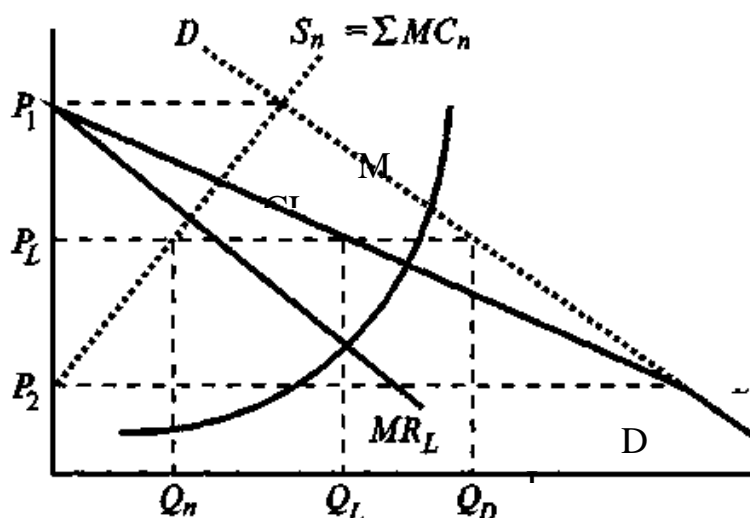


Рисунок 7.2.3 Установление цены на рынке с доминирующей фирмой

Имея кривую рыночного спроса D и кривую предложения (сумма кривых предельных издержек) остальных фирм отрасли S_n , ценовой лидер определяет кривую спроса на свою продукцию DL как разность между отраслевым спросом и предложением конкурентов. Поскольку при цене P_1 весь отраслевой спрос будет покрываться конкурентами, а при цене P_2 конкуренты не смогут осуществлять предложение и весь отраслевой спрос будет удовлетворяться ценовым лидером, то кривая спроса на продукцию лидера DL сформируется в виде ломаной кривой P_1P_2DL . Имея кривую предельных издержек MC_L , ценовой лидер установит цену P_L , обеспечивающую ему максимизацию прибыли ($MC_L = MR_L$). Если все фирмы отраслевого рынка принимают цену лидера в качестве равновесной рыночной цены, то предложение ценового лидера составит Q_L , а остальных фирм отрасли — $Q_n(P_L = S_n)$, что в сумме даст совокупный объем отраслевого предложения $Q_D = Q_L + Q_n$. При этом предложение каждой отдельной фирмы будет формироваться в соответствии с ее предельными издержками.

Конкурентная стратегия ценового лидера заключается в том, что он должен ориентироваться на получение долгосрочной прибыли, агрессивно реагируя на вызовы конкурентов как в отношении цены, так и доли рынка. Напротив, конкурентная стратегия фирм, занимающих подчиненное положение, состоит в том, чтобы, избегая прямого противостояния лидеру, использовать меры (чаще всего инновационного характера), на которые лидер отреагировать не сможет. Часто доминирующая фирма не располагает возможностями, чтобы навязать свою цену конкурентам. Но и в этом случае она остается для фирм отрасли своеобразным проводником ценовой политики (объявляет новые цены), и тогда говорят о барометрическом ценовом лидерстве.

Модель дуополии Курно демонстрирует механизм установления рыночного равновесия в условиях, когда действующие в отрасли две фирмы одновременно принимают решения по объему выпуска стандартизированного блага, исходя из заданного объема выпуска конкурента. Суть взаимодействия фирм состоит в том, что каждая из них выбирает собственное решение об объеме выпуска, принимая объем производства другой постоянным (см. рис. 7.2.4)

Допустим, рыночный спрос представлен кривой D , а предельные издержки фирмы MC постоянны. Если фирма A считает, что другая фирма не будет производить, то максимизирующий прибыль объем ее выпуска составит Q . Если же она предполагает, что фирма B будет осуществлять предложение в объеме Q единиц, то фирма A , воспринимая это как смещение

на эту же величину спроса на свою продукцию D_t , будет оптимизировать свой выпуск на уровне Q_v . Любое дальнейшее увеличение предложения фирмой Б фирма А будет воспринимать как смещение спроса на свою продукцию D_2 и оптимизировать в соответствии с этим выпуск Q_r . Таким образом, изменяясь в зависимости от предположений об объеме выпуска фирмы Б, решения по объему производства фирмы А представляют собой кривую реагирования Q^A на изменения выпуска фирмой Б. Действуя аналогично, фирма Б будет иметь свою кривую реагирования Q^B на предполагаемые действия фирмы А.

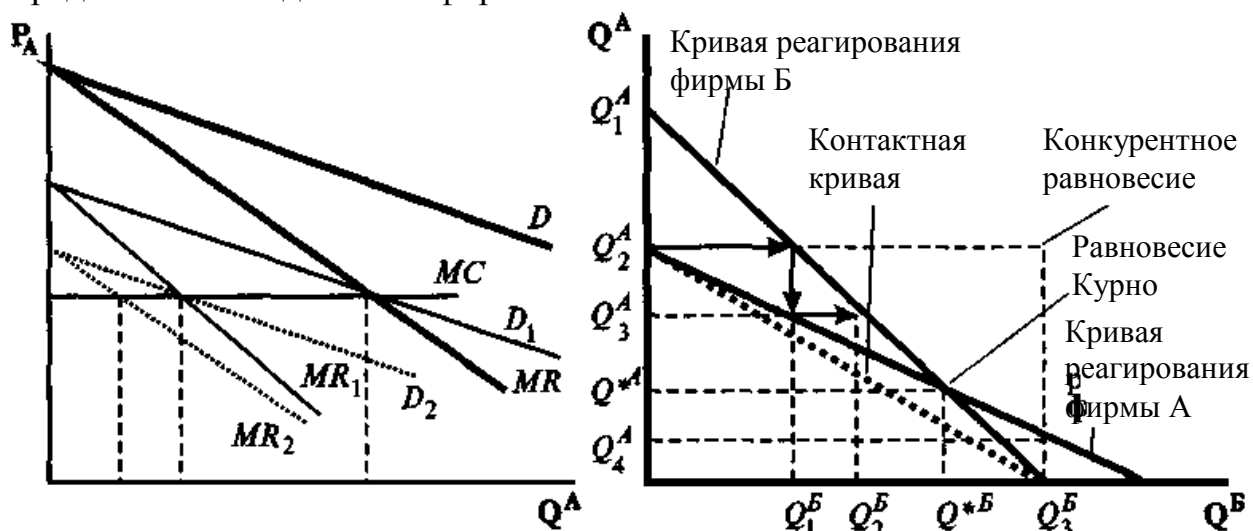


Рисунок 7.2.4. Модель дуополии Курно

Отражая максимизирующий прибыль объем производства одной фирмы в зависимости от выпуска другой, кривые реагирования позволяют проследить, как устанавливается равновесный выпуск. Если фирма А будет производить Q_1^A то в соответствии со своей кривой реагирования фирма Б не будет производить, так как в этом случае рыночная цена продукции равна средним издержкам и любое увеличение выпуска приведет к ее снижению ниже средних издержек. Когда фирма А осуществляет производство на уровне Q_2^A фирма Б отреагирует на это выпуском Q_1^B . Реагируя на выпуск конкурента Q_1^B фирма А сократив выпуск до Q_3^A конечном счете, устанавливая объем выпуска в соответствии со своей кривой реагирования, фирмы достигнут равновесия в точке пересечения их кривых реагирования, что даст равновесный уровень объема их производства Q^*A и Q^*B .

Такое равновесие называется равновесием Курно, которое свидетельствует о наилучшем с точки зрения максимизации прибыли положении фирмы при заданных действиях конкурента. Однако сама модель не объясняет, как достигается равновесие, так как предполагает объем производства конкурента постоянным. Если бы фирмы производили на

уровне предельных издержек $A=Q_{A2}$, $B=Q_{B2}$, они достигли бы конкурентного равновесия, при котором осуществляли бы больший выпуск, но не получали экономической прибыли. В этом смысле достижение равновесия Курно для них выгоднее, так как позволяет извлекать экономическую прибыль. Но если бы фирмы вступили в сговор и ограничили совокупный объем производства так, чтобы предельная выручка равнялась предельным издержкам, они бы увеличили свою прибыль, выбрав комбинацию выпуска на кривой $Q_{A2}Q_{B2}$ называемой контрактной кривой.

Модель ломаной кривой спроса — отражает случай чисто ценовой конкуренции в условиях олигополии. Модель построена исходя из предпосылки, что в условиях тесного олигополистического взаимодействия конкуренты не будут реагировать на повышение фирмой цены и адекватно ответят на ее снижение.

Допустим, схожие фирмы продают идентичный товар по цене P , реализуя Q единиц (рисунок 7.2.5). Если бы одна из фирм снизила цену до P_1 , то она могла бы увеличить объем продаж до Q_1

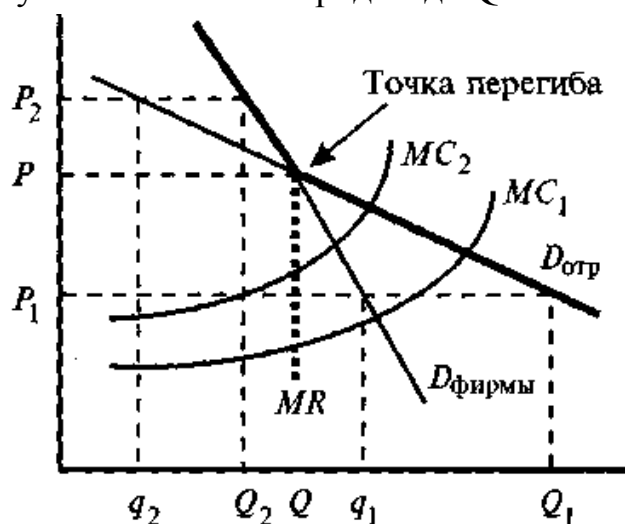


Рисунок 7.2.5. Модель ломаной кривой спроса

Но так как другие фирмы отрасли последуют ее примеру, то фирма сможет реализовать только q_1 . Если же фирма повысит цену (P_2), то при отсутствии реакции со стороны других фирм она реализует q_2 , а при наличии таковой рыночное предложение увеличится до Q_2 . Таким образом, кривая отраслевого спроса принимает вид ломаной кривой $D_{отр}$, точка перегиба которой является точкой превалирующей отраслевой цены. При этом нетрудно заметить, что кривая спроса на продукцию каждого олигополиста имеет тенденцию быть высокоэластичной выше точки перегиба и неэластичной ниже ее, так как предельная выручка MR становится резко отрицательной и валовый доход фирм будет снижаться. Это означает, что

олигополистические фирмы: 1) будут воздерживаться от необоснованного повышения цен, опасаясь потери своей доли рынка и прибыли, и 2) будут воздерживаться от немотивированного снижения цен, боясь потери потенциала роста продаж, доли рынка и прибылей. Учитывая положение кривой предельной выручки MR , можно предположить, что даже при изменении предельных издержек в пределах вертикальной части кривой предельной выручки (MC_1 , MC_2) цены и объемы продаж изменяться не будут. Однако на практике модель так работает не всегда, поскольку не всякое снижение цены воспринимается конкурентами как стремление завоевать рынок. Поскольку товары легко заменяемы, участники олигополистического рынка склонны продавать свой продукт при чистой олигополии по одинаковым, а при дифференцированной олигополии — по сравнимым ценам.

7.2.2. Поведение монополиста в краткосрочном и долгосрочном периоде. Условие максимизации прибыли монополистом: равенство предельного дохода предельным издержкам ($MC=MR$, где $MR<P$).

Монополия — это рынок, характеризующийся абсолютным преобладанием в экономике единоличного производителя или продавца товара, который не имеет близких заменителей. Такое преобладание предоставляет фирме, добившейся монопольного положения, исключительное право распоряжения ресурсами, установления барьеров входа/выхода на рынок и оказания давления на потребителей, а также возможность устойчивого получения прибылей и сверхприбылей [7, с. 37].

В ряду рынков с монопольной структурой особое положение занимают так называемые естественные монополии. В связи со значительной экономией от масштаба производства и технологической нецелесообразностью развития конкуренции на рынке может существовать только один хозяйствующий субъект, полностью удовлетворяющий существующий спрос. Рассредоточенность производства на нескольких предприятиях нецелесообразна, так как это приведет к неоправданному росту затрат [8, с.50].

В экономике современных государств всегда существуют такие сферы, в которых сохранение и поддержание рыночной конкуренции нецелесообразны по причине ее экономической неэффективности (на таких рынках сохранение монополии экономически оправдано) или из соображений национальной безопасности страны. Как правило — это предприятия

общественного пользования – электро-, водо-, газоснабжение, телефонная служба, железнодорожные перевозки и т.д.

Определяющая особенность чистой монополии как модели рынка состоит в том, что одна фирма олицетворяет собой отрасль. В силу этого кривая спроса на продукцию монополиста есть не что иное, как кривая рыночного спроса. Следовательно, кривая средней выручки фирмы совпадает с кривой рыночного спроса, а кривая предельной выручки будет располагаться ниже кривой рыночных цен. Это означает, что в условиях монополии предельная выручка не равна цене.

Являясь единственным продавцом, монополист может оказывать влияние на цену своей продукции. Однако такое влияние не является произвольным.

Во-первых, в соответствии с законом спроса цена на продукцию монополиста будет функцией объема ее предложения.

Во-вторых, сталкиваясь с убывающей кривой спроса, монополист регулирует объем предложения так, чтобы оставаться на эластичной части кривой спроса. Таким образом, он может регулировать цену лишь посредством изменения объема своего предложения. Руководствуясь принципом максимизации прибыли, монополист выберет объем предложения Q_m , для которого $MR = MC$, что даст цену P_m . При соответствующем спросе на его продукцию и данном для этого объема выпуска уровне средних издержек прибыль монополиста составит $\Pi = [AR(P) - AC(Q_m)]Q_m$ — (затемненный прямоугольник на рис. 7.2.5).

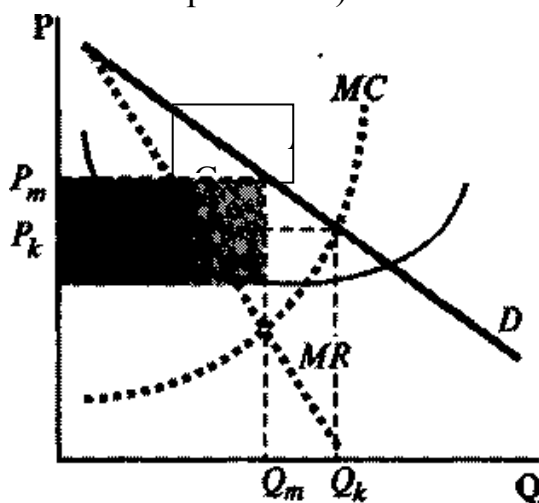


Рисунок 7.2.5 Максимизация прибыли монополистом

Хотя и в модели совершенной конкуренции, и в модели монополии фирмы руководствуются одним и тем же принципом оптимизации предложения ($MR = MC$), при аналогичной функции средних издержек объем

предложения монопольной отрасли (Q_m) будет меньше предложения совершенно конкурентной отрасли (Q_k). При этом монопольная цена (P_m) за единицу продукции выше конкурентной (P_k). Учитывая, что предельная выручка монополиста зависит от эластичности спроса $MR = D(1 + 1/E_d)$, он назначает цену, превышающую предельные издержки производства (MC) на величину, обратно пропорциональную эластичности спроса, взятой с отрицательным знаком ($-1/E_d$). Следовательно, чем более неэластичным является спрос (чем круче кривая спроса), тем больше рыночная власть монополиста [$P_m - MC(Q)$] и сильнее его влияние на рыночную цену.

Говоря о рыночной власти монополий, следует избегать неправильных ее трактовок. Во-первых, даже обладание большой рыночной властью не означает, что монополист взимает максимально возможную цену, поскольку в условиях убывающего спроса это не обеспечивает ему максимальной прибыли. Во-вторых, само обладание рыночной властью не является гарантией получения прибыли, поскольку прибыль зависит не только от цены, но и от уровня средних издержек, что при определенном их сочетании (в случае падения спроса) может принести убытки. В-третьих, само по себе монопольное положение на рынке не является свидетельством получения высокой прибыли. Даже при отсутствии конкурентов низкий спрос и высокие издержки производства уже сами по себе ограничивают возможности извлечения высоки прибылей. С другой стороны, действуют факторы, ограничивающие монополиста в реализации имеющейся у него рыночной власти. Это опасения, связанные с применением антимонопольных мер в случае получения чрезмерно высоких прибылей. Почти всегда существующая угроза проникновения в отрасль потенциальных конкурентов заставляет монополиста умерить свои устремления к реализации всей рыночной власти в целях сохранения высоких барьеров проникновения в отрасль и, следовательно, своего монопольного положения. («Лучшая монополия — спокойная жизнь».) Существуют ограничения и со стороны спроса, связанные с ростом противодействия потребителей по мере усиления проявления рыночной власти монополии, — переход к заменителям, развитие вертикальной интеграции и т.п.

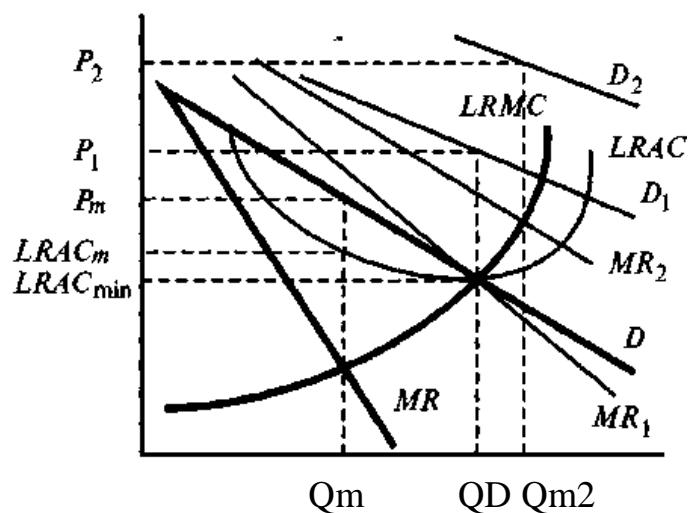


Рисунок 7.2.6

Так как в условиях чистой монополии вход в отрасль других фирм блокирован, решение монополиста об изменении масштабов производства зависит только от соотношения кривых рыночного спроса и долгосрочных средних издержек. Причем в отличие от рынков с совершенной конкуренцией, где рыночные силы принуждают фирмы производить с минимальными долгосрочными средними издержками, монополист может выбрать любой объем выпуска (с долгосрочными средними издержками ниже или выше минимальных), позволяющий извлекать максимальную прибыль (рис. 7.2.6). Достигая равновесия при $MR = LRMC$, монополист выберет объем предложения Q_m для спроса D и Q_m для спроса D_Y . Поскольку и в том и в другом случае он производит с издержками выше минимальных, то это указывает на не эффективность использования ресурсов: в первом случае — из-за неполного использования имеющегося при данном объеме спроса эффекта масштаба, а во втором — из-за действия отрицательного эффекта масштаба.

Так как равновесное количество обусловлено уровнем спроса, то использование всего эффекта масштаба возможно и при монополии (D_t , MR_X). Однако причиной этого является не конкуренция, а уровень спроса, при котором $MC = MR_V$. Между тем проблема выбора оптимального, с точки зрения минимизации издержек, масштаба производства стоит и перед монополией, так как при прочих равных условиях позволяет получить большую прибыль. Являясь единственным продавцом в отрасли, монополист может увеличить прибыль путем осуществления производства не на одном заводе, а на нескольких, каждый из которых обеспечивает минимальный уровень издержек. Это возможно в том случае, когда спрос, при котором $MR = LRAC_{min}$, является кратным выпуску, обеспечивающему минимальные долгосрочные средние издержки (рис. 7.2.7).

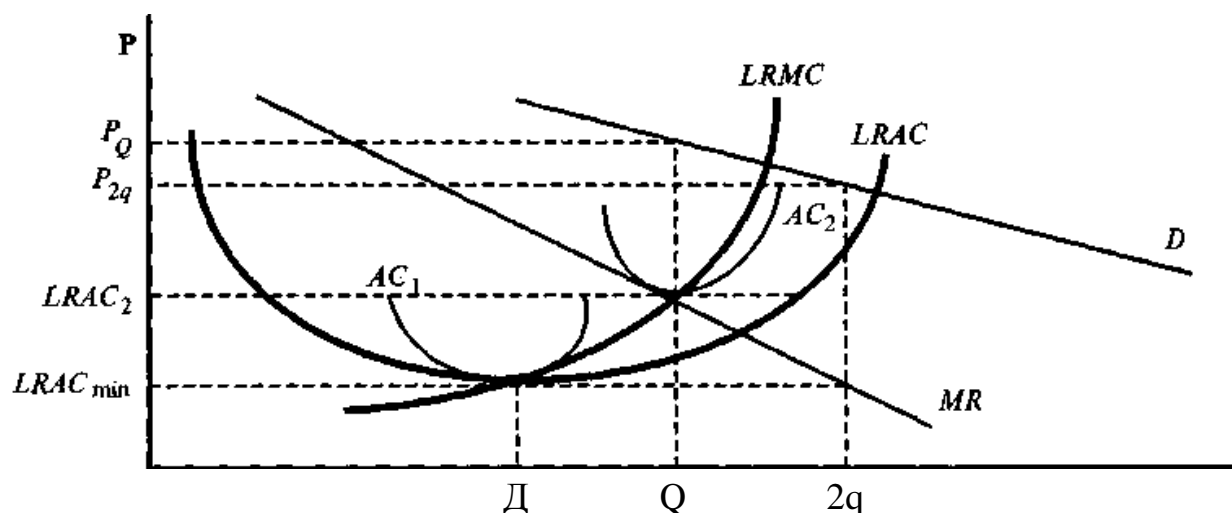


Рисунок 7.2.7 Минимизация издержек в долгосрочном периоде

В случае увеличения рыночного спроса монополист может увеличить предложение до объема Q путем расширения производства на одном заводе. В этом случае, осуществляя производство с минимальными краткосрочными средними издержками AC_2 , он будет иметь долгосрочные средние издержки на уровне $LRACV$ которые значительно превышают их минимальные значения для объема выпуска, равного q .

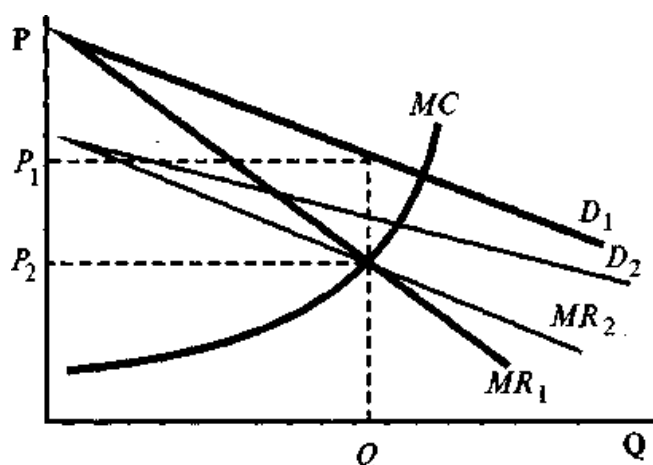


Рисунок 7.2.8

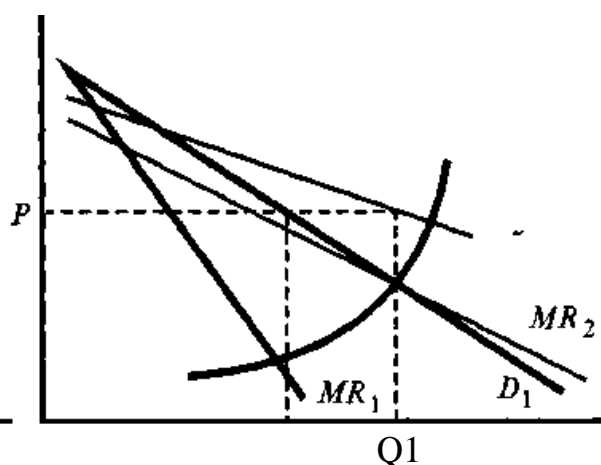


Рисунок 7.2.9

Если характер спроса таков, что позволяет оптимизировать предложение на уровне, кратном объему выпуска, дающего минимальные средние издержки, то, построив два завода масштаба q , монополист увеличит суммарное предложение до $2q$, что будет означать осуществление предложения при минимальных долгосрочных средних издержках, где $MR = LRMC = LRAC_{min}$. В результате, не смотря на снижение рыночной цены с уровня P_Q до P , суммарная прибыль монополиста возрастет как за счет снижения средних издержек производства, так и за счет увеличения предложения. При этом, правда, максимизация прибыли будет достигнута

лишь при обеспечении равной эффективности использования факторов производства на обоих заводах. Из всего сказанного следует тот важный вывод, что решение монополиста об объеме предложения зависит не столько от кривых издержек, сколько от характера спроса. При этом существенное значение для принятия им решения имеет не только сдвиг кривой спроса, но и эластичность последнего, влияющая на изменение положения кривой предельной выручки, что для монополиста является решающим. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что какой-то пропорциональной зависимости между ценой и объемом предложения в условиях монополии не существует. В зависимости от характера изменений в спросе при одном объеме предложения могут сформироваться разные цены (рис. 7.2.8), а одному уровню цены — соответствовать разные объемы предложения (рис. 7.2.9). Поэтому для монопольного рынка кривой предложения, отражающей зависимость между рыночной ценой и объемом предложения, не существует.

7.2.3. «Потери мертвого груза». Положительные и отрицательные последствия существования монополий.

Потери «мертвого груза» — не единственная форма снижения эффективности в условиях монополии. Отсутствие давления конкурентных сил позволяет фирме функционировать не в оптимальном режиме, так как возникающую при этом неэффективность она может компенсировать за счет имеющейся рыночной власти. Потери эффективности, связанные с выбором нерациональных методов производства и неоптимальных размеров, называются Х-неэффективностью. Она может являться в форме излишних производственных мощностей, чрезмерного управленческого персонала, неоправданно высоких расходов на рекламу. Главное же в том, что причиной ее является не неспособность оптимизировать производство, а недостаток конкуренции. Хотя потери эффективности из-за монополии могут быть существенными, большинство экономистов склоняются к тому, что в действительности бремя монополии невелико. Связано это с тем, что, с одной стороны, чистая монополия встречается редко и чаще всего мы можем говорить лишь о монопольном влиянии, а с другой стороны, сами монополисты сталкиваются с противодействием ряда ранее упоминавшийся нами факторов, которые ограничивают реализацию их рыночной власти.

Монополия приводит не только к отрицательным последствиям — она дает и некоторые выгоды. Во-первых, позволяя получать экономическую прибыль, рыночная власть создает более широкие возможности для

инновационной деятельности фирм и способствует научно-техническому прогрессу, особенно когда барьеры проникновения в отрасль невысоки. Во-вторых, рыночная власть ведет к экономии на информационных издержках, поскольку сама фирменная марка уже является информацией для потребителя. В-третьих, в условиях монополии существует возможность более полного извлечения экономии от масштабов и, следовательно, производства при более низких, нежели в условиях совершенной конкуренции, издержках.

7.2.4. Регулирование деятельности монополий. Антимонопольная политика.

Современная конкуренция является регулируемой, причем ее правительственное регулирование является одним из важнейших компонентов системы государственного регулирования экономики.

Государственное регулирование конкурентных отношений может осуществляться в двух формах: конкурентной и антимонопольной политики. Поскольку «конкурентная политика – это, прежде всего, формирование системообразующих правил, а также соответствующих механизмов, которые делают данные правила жизнеспособными» [17], а «антимонопольное регулирование – это целенаправленная государственная деятельность, осуществляемая на основании и в пределах, допускаемых действующим законодательством, по установлению и реализации правил ведения экономической деятельности на товарных рынках с целью защиты добросовестной конкуренции обеспечения эффективности рыночных отношений» [16], то различия их заключаются в том, что первая предполагает создание условий, «правил» для поддержания соперничества на рынках, в то время как вторая представляет собой реализацию мер по выявлению, пресечению и наказанию субъектов, нарушивших правила конкуренции. При этом общей целью конкурентной и антимонопольной политики является создание условий для формирования эффективной конкурентной среды. Таким образом, в регулировании конкуренции выделяют следующие направления:

- 1) меры по созданию и развитию конкурентной среды;
- 2) меры по ограничению монополизма, доминирующего положения на рынке;
- 3) меры по защите конкуренции, пресечение действий, направленных на ограничение конкуренции.

В экономической и юридической литературе по антимонопольному регулированию принято различать две основные модели государственного антимонопольного регулирования: американскую и европейскую [5].

Американская модель строится на принципе запрещения монополии как структурной единицы независимо от социально-экономических последствий ее деятельности. Сторонники такого подхода (структуралистский) утверждают, что отрасль, имеющая монополистическую структуру, обязательно будет негативной с общественной точки и должны подпадать под действие антимонопольного законодательства.

Европейская модель, в отличие от американской, делает упор на принцип контроля за злоупотреблениями. Такой подход, называемый бихевиористским, акцентирует внимание не на структуре отрасли, а на поведении отдельных хозяйствующих субъектов. В этой модели незаконной провозглашается незаконной только та монополия, социально-экономические последствия которой имеют для общества негативный характер.

Российская практика антимонопольного регулирования тяготеет больше к европейской модели. Это находит выражение в содержании российского антимонопольного законодательства, основанного на Федеральном законе №135-ФЗ «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 г. (посл. ред. 01.03.2011) [1], в котором определяются организационные и правовые основы защиты конкуренции.

Главным антимонопольным органом в России является Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации, которая выполняет следующие основные функции [13]:

- 1) обеспечивает государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий и рекламы;

- 2) выявляет нарушения антимонопольного законодательства, принимает меры по прекращению нарушения антимонопольного законодательства и привлекает к ответственности за такие нарушения;

- 3) предупреждает монополистическую деятельность, недобросовестную конкуренцию, другие нарушения антимонопольного законодательства;

- 4) осуществляет государственный контроль за экономической концентрацией в сфере использования земли, недр, водных и других природных ресурсов, в том числе при проведении торгов, в случаях, предусмотренных федеральными законами.

Вопросы для самопроверки

1. Что представляет себя картель?
2. Причины существования картелей?
3. Почему фирма лидер определяет цены в отрасли?
4. Что представляет из себя модель Курно?
5. В какой точке фирмы в модели Курно получают максимальную прибыль?
6. Почему кривая спроса олигополиста имеет ломаную форму?
7. Может ли фирма-монополист произвольно менять цены на продукцию?
8. Какие условия максимизации прибыли у монополиста?
9. Чему равна прибыль монополиста?
10. Какие модели антимонополистической политики?

Тесты:

1. Что из ниже перечисленного не является условием совершенной конкуренции:
 - а) свобода входа на рынок;
 - б) свобода выхода с рынка;
 - в) диверсификация производства;
 - г) большое число продавцов и покупателей.
2. Одной из основных черт монополистической конкуренции является то, что:
 - а) фирмы не могут свободно входить и выходить с рынка;
 - б) на рынке действует ограниченное число фирм;
 - в) фирма, действующая на рынке, выпускает дифференцированную продукцию;
 - г) на рынке имеется свободный доступ к информации.
3. В условиях совершенной конкуренции спрос на товар:
 - а) совершенно неэластичный;
 - б) совершенно эластичный;
 - в) неэластичный;
 - г) эластичный.

4. Фирма в условиях монополистической конкуренции производит:

- а) уникальный продукт;
- б) дифференцированный продукт;
- в) стандартизированный продукт;
- г) обычный продукт.

5. Общей чертой рынков совершенной и монополистической конкуренции является:

- а) выпуск дифференцированных товаров;
- б) наличие множества покупателей и продавцов;
- в) выпуск однородных товаров;
- г) зависимость рыночного поведения каждой фирмы от реакции конкурентов.

6. Целями государственной антимонопольной политики являются:

- а) снижение уровня рыночных цен;
- б) увеличение объемов продаж товаров;
- в) увеличение прибыльности компаний, занимающих доминирующее положение на рынке;
- г) максимизация налоговых поступлений в государственный бюджет.

7. Если число фирм в отрасли стремится к бесконечности, то индекс Герфиндаля-Гиршмана:

- а) отрицателен;
- б) стремится к нулю;
- в) стремится к единице;
- г) тоже стремится к бесконечности.

8. В условиях монополистической конкуренции индекс Лернера:

- а) положителен;
- б) отрицателен;
- в) равен нулю;
- г) равен единице.

9. Какое из следующих утверждений справедливо для продавца, работающего на рынке совершенной конкуренции:

- а) он не станет рекламировать свою продукцию;

- б) долгосрочное равновесие для него означает наличие экономической прибыли;
- в) продаваемые им товары имеют фирменный знак;
- г) продаваемые им товары несколько отличаются от товаров конкурентов.

10. В авиастроении США на долю 8 крупнейших фирм приходится 81% продаж. К какому типу рыночной структуры можно отнести авиастроительный рынок в США?

- а) совершенная конкуренция;
- б) монополистическая конкуренция;
- в) олигополия;
- г) монополия.

Глоссарий:

Конкуренция - представляет собой соперничество экономических субъектов за наиболее выгодные условия хозяйственной деятельности.

Рынок совершенной конкуренции - рыночная структура, характеризующаяся следующими признаками: 1) большое число продавцов и покупателей товара; 2) однородность продукции; 3) абсолютная мобильность движения ресурсов, отсутствие барьеров вхождения в отрасль и выхода из нее; 4) ни один экономический агент не обладает властью над ценами; 5) полная информированность участников о ценах и условиях производства.

Монополия – фирма, являющаяся единственным производителем экономического блага, не имеющего близких заменителей-субститутов, и огражденная от непосредственной конкуренции высокими входными барьерами в отрасль.

Олигополия – рыночная структура, когда на рынке действует ограниченное число фирм, выпускающих однородный продукт и обладающих неполной рыночной властью над ценами, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами.

Монополистическая конкуренция - тип рыночной структуры, возникающий в результате дифференциации товаров и услуг. Монополистическая конкуренция — случай, когда «много конкуренции и мало монополии», монополистическая власть на рынке относительно невелика.

Антимонопольное регулирование – комплекс экономических, административных и законодательных мер, осуществляемых государством и направленных на обеспечение условий для рыночной конкуренции и не допущения чрезмерной монополизации рынка, угрожающей нормальному функционированию рыночного механизма.

Коэффициент рыночной концентрации (Герфиндаля-Гиршмана) – показатель, который используют при определении уровня монополизации рынка. Индекс Герфиндаля-Гиршмана рассчитывается как сумма квадратов рыночных долей всех фирм в определенной отрасли: $HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$, где HHI – индекс Герфиндаля-Гиршмана; S_i – доля продаж i -й фирмы в общем объеме реализации на рынке, %; n – количество хозяйствующих субъектов на рынке.

Коэффициент рыночной власти монополии (Аббы Лернера) – показатель, характеризующий степень рыночной власти. Рассчитывается как отношение разницы между ценой реализации продукции и предельными издержками ее производства к цене продукции: $L = \frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_d}$, где L – значение коэффициента Лернера; P – цена продукции; MC – предельные издержки выпуска продукции; E_d – ценовая эластичность спроса.

Картельный сговор - неформальное соглашение участников одной рыночной отрасли продавать или покупать товары или услуги по определенной цене. Также картельным сговором является договорное регулирование объемов закупок и продаж участниками рынка с целью влияния на уровень цен.

Ценовое лидерство – неофициальный метод установления цены, согласно которому одна фирма (ценовой лидер) объявляет изменение цены, а другие (следующие за лидером) фирмы вскоре объявляют (примерно) идентичные изменения цены.

Тема 8.1 Рынки факторов производства: рынок труда, земли, капитала.

Специфика взаимодействия спроса и предложения.

8.1.1. Особенности спроса и предложения факторов производства.
Факторные доходы: рента, заработная плата, процент, прибыль.

8.1.2. Рынок труда: спрос и предложение труда в условиях совершенной конкуренции и монополии. Роль профсоюзов.

8.1.3. Рынок земли: особенности спроса и предложения. Цена земли.

8.1.4. Земельная рента, ее виды: абсолютная рента, дифференциальная рента I, дифференциальная рента II. Рента и арендная плата.

8.1.5 Особенности капитала как фактора производства. Износ и амортизация. Равновесие на рынке основного капитала. Процент. Дисконтирование.

Основная литература:

1. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
3. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
4. Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ, Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

Дополнительная литература (книги):

5. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.
6. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.
7. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 608с.

8.1.1. Особенности спроса и предложения факторов производства. Факторные доходы: рента, заработная плата, процент, прибыль.

В этой теме рассматриваются рынки факторов производства. Как мы знаем факторы производства (ресурсы), это те элементы, которые используются в производстве благ. Для производства благ необходимы ресурсы, которые в процессе производства становятся факторами производства.

На лекции «Рынок и законы его функционирования» были рассмотрены рынки благ, поведение покупателей и продавцов благ при этом покупателями являлись индивиды, а продавцами производители, то есть фирмы. На рынке ресурсов положение меняется, продавцами ресурсов являются владельцы ресурсов, в конечном счете – индивиды, а покупателями фирмы производители продукции. Меняются цели покупателей и их поведение. Так, в случае с конечной продукцией целью потребителя является максимизация удовлетворения потребностей, целью потребителей

ресурсов является максимизация прибыли, таким образом, удовлетворяется потребность производителя. Соответственно при изменении цен на продукцию в коротком периоде производитель будет изменять объем производства и использование ресурсов, так как максимизация прибыли достигается при больших или меньших объемах производства.

Спрос и предложение на этих рынках формируются под влиянием рынков потребительских товаров и услуг. Поэтому спрос на ресурсы выступает как производный спрос, а предложение ресурсов зависит в конечном счете от предложения потребительских благ.[2]

Также спрос на конкретный фактор производства зависит от цены на другие факторы производства, так как они взаимозаменяемые в процессе производства, например, при снижении цены на труд он замещает капитал, и спрос на капитал сокращается.

Если для потребителя ресурсов покупка ресурсов является издержками производства, то для продавцов является доходами и называются: от труда – заработная плата, земли – рента, капитала – процент, предпринимательских способностей – прибыль.

Факторы производства, будучи источником дохода своих собственников, лишь на время передаются в пользование покупателя (производственной фирмы), который выплачивает цену за пользование услугами этих факторов, но не приобретает их в полную собственность. [1]

8.2 Рынок труда: спрос и предложение труда в условиях совершенной конкуренции и монополии. Роль профсоюзов.

Рынок труда, как и рынки капиталов, товаров, ценных бумаг и т.д., является составной частью рыночной экономики. На нем предприниматели и трудящиеся совместно ведут переговоры, коллективные или индивидуальные, по поводу трудоустройства, условий труда и заработной платы.

На современном этапе развития экономики рынок труда представляет собой систему общественных отношений, отражающих уровень развития и достигнутый на данный период баланс интересов между присутствующими на рынке силами: предпринимателями, трудящимися и государством. Другими словами, рынок труда – это механизм или институт, сводящий вместе покупателей (работодателей) и продавцов (работников) труда.

На рынке труда существуют три основных агента – предприниматели, профсоюзы и государство. Государство же выступает в качестве

работодателя на государственных предприятиях и инвестора, финансируя крупные проекты и программы развития. Однако главная его функция заключается в определении правил регулирования интересов партнеров и противостоящих сил. В результате определяется та равнодействующая, которая служит базой решений и основой механизма регулирования рынка труда, куда включается и система социальной защиты, и система стимулирования развития производительных сил.

Рынок труда представляет собой механизм осуществления контактов между покупателями рабочей силы (нанимателями) и продавцами рабочей силы (нанимаемыми). Этот рынок включает не только специально организованные учреждения – биржи труда, но и все индивидуальные сделки по найму рабочей силы. Рынок труда тесно связан с остальными подсистемами рынка. Например, для того чтобы пользоваться спросом, рабочая сила должна обладать определенной совокупностью физических, умственных и профессиональных способностей. Реализуя эти способности в процессе производства, она должна постоянно воспроизводиться. Это зависит, в частности, от состояния рынка потребительских товаров. На рынке рабочей силы должна присутствовать конкуренция как основная движущая сила совершенствования способностей работника к труду.

Испытывая потребность к постоянному воспроизводству, причем каждый раз на новом, более высоком уровне, носитель рабочей силы ищет только такого работодателя, которому он мог бы предложить ее на наиболее выгодных условиях. Поэтому в спросе на рабочую силу также должна быть конкуренция. При таких условиях будет происходить социальное и экономическое развитие общества, основанное на рыночной активности работников, предлагающих свою рабочую силу, с одной стороны, и нанимателей – с другой.

Рынок труда выражает социально-трудовые отношения, обеспечивает занятость экономически активного населения, создаёт возможность получения необходимого заработка для воспроизводства самого работника и его семьи, облегчает переход работника на более подходящее для него рабочее место и т.д. Следует также учитывать, что термин «рынок труда» получил широкое распространение в мировой экономической литературе.

На рынке труда присутствуют общественные отношения: есть взаимная связь между работодателями и работниками, которая образуется на основе их общих интересов (работодатель заинтересован в заполнении имеющейся у него свободной вакансии, а работник – в том, чтобы ее занять).

Общественными же такие отношения являются потому, что существуют между людьми. Такие отношения являются социально-экономическими. Речь идёт об экономических отношениях, поскольку характеризуется именно рынок – категория исключительно экономическая. Также присутствует социальный аспект, который прослеживается в деятельности государства, проводящего, согласно статье 7 Конституции Российской Федерации, социальную политику. В числе основных направлений такой политики Конституция называет охрану труда и установление гарантированного минимального размера оплаты труда. Это свидетельствует о том, что действия одного из субъектов рынка труда имеют социальную окраску.

Кроме того, государство зачастую является посредником на таком рынке (за исключением случаев найма на государственные предприятия; но здесь оно выступает как работодатель, а не как субъект социальной политики).

Таким образом, рынок труда – это система социально-экономических отношений, складывающихся между работодателями и экономически активным населением, при посредничестве государства и занимающихся вопросами трудоустройства негосударственных организаций. Поскольку у субъектов, выходящих на рынок труда, может быть только один интерес (работник хочет продать свою рабочую силу, а работодатель – её купить), то любые отношения между ними так или иначе связаны с куплей-продажей рабочей силы и жизненных средств.

Теоретические подходы к анализу рынка труда и особенности его функционирования. Согласно неоклассическому подходу рынок труда – это рынок, где реализуется лишь один из прочих ресурсов. Причём, можно выделить четыре основных концептуальных подхода к анализу функционирования современного рынка труда. В основе первой концепции лежат постулаты классической политэкономии. Ее придерживаются в основном неоклассики (П. Самуэльсон, М. Фелдстайн, Р. Холл), а в 80-х г.г. ее поддерживали также сторонники концепции экономики предложения (Д. Гилдер, А. Лаффер и др.). Приверженцы этой концепции полагают, что рынок труда, как и все прочие рынки, действует на основе ценового равновесия, т.е. основным рыночным регулятором служит цена – в данном случае рабочей силы (заработная плата). Именно с помощью заработной платы, по их мнению, регулируется спрос и предложение рабочей силы, поддерживается их равновесие. Инвестиции в образование и квалификацию (в человеческий капитал) – это аналоги инвестиций в машины и

оборудование. Из неоклассической концепции следует, что цена рабочей силы гибко реагирует на потребности рынка, увеличиваясь или уменьшаясь в зависимости от спроса и предложения, а безработица невозможна, если на рынке труда существует равновесие.

Иного подхода к объяснению функционирования рынка труда придерживаются **кейнсианцы** и монетаристы. В отличие от неоклассиков они рассматривают рынок труда как явление постоянного и фундаментального неравновесия. **Кейнсианская** модель (Дж.М.Кейнс, позже Р.Гордон и др.), в частности, исходит из того, что цена рабочей силы (заработная плата) жестко фиксирована и практически не изменяется (особенно в сторону уменьшения). Этот элемент модели никак не доказывается, он берется как безусловный факт. Поскольку же цена (заработная плата) по данной концепции не является регулятором рынка, он (регулятор) должен быть привнесен извне. Его роль отводится государству, которое, уменьшая или увеличивая совокупный спрос, может ликвидировать данное неравновесие. Так, снижая налоги, государство стимулирует рост спроса и потребления. Это, в свою очередь, приводит к росту производства и занятости. Таким образом, спрос на рабочую силу по этой модели регулируется не колебаниями рыночных цен на труд, а совокупным спросом, иначе – объемом производства.

Как и сторонники кейнсианского подхода, представители школы **монетаристов** (прежде всего, М.Фридмен) исходят из жесткой структуры цен на рабочую силу и, более того, из предпосылки их однонаправленного, повышательного движения. Монетаристами вводится понятие некоего естественного уровня безработицы, отражающего структурные характеристики рынка труда, делающего цены на нем негибкими, препятствующими нормальному его функционированию, усугубляющими его неравновесие и, стало быть, безработицу.

По мнению представителей данной школы, для, например, американского рынка труда такими негативными факторами, усиливающими рыночное неравновесие, являются установление государством минимального уровня заработной платы, сильные позиции профсоюзов, отсутствие всей необходимой информации о наличии вакансий и резервной рабочей силы. Для уравнивания рынка монетаристы предлагают использовать инструменты денежно-кредитной политики. Речь, в частности, идет о необходимости использовать такие рычаги, как учетная ставка Центрального банка, размеры обязательных резервов коммерческих банков на счетах Центрального банка, что позволит, в частности, стимулировать

инвестиционную и деловую активность и таким образом увеличить занятость в стране.

Еще один распространенный теоретический подход к механизму функционирования рынка труда представлен школой **институционалистов** (Дж.Данлоп, Л.Ульман и др.). Основное внимание в ней уделяется анализу профессиональных и отраслевых различий в структуре рабочей силы и соответствующих уровней заработной платы. Здесь прослеживается отход от макроэкономического анализа и попытка объяснить характер рынка особенностями динамики отдельных отраслей, профессиональных демографических групп.

В марксистской экономической теории рынок труда определяется как рынок особого рода. Его отличает от других рынков разница товара «рабочая сила» и физического капитала. Если рабочая сила в процессе труда создает стоимость, то все прочие виды ресурсов лишь переносятся на новую стоимость самим трудом.

Это кардинально отличает рабочую силу от всех прочих ресурсов, обеспечивает ее ключевое значение в общественном производстве. Кроме того, марксисты полагают, что рынок рабочей силы, хотя и подчиняется общим рыночным закономерностям, имеет существенные особенности, поскольку сама рабочая сила как субъективный фактор производства, будучи товаром, может в то же время активно влиять на соотношение спроса и предложения.

Рассматриваемые концепции, дополняя друг друга, дают общую картину функционирования рынка труда.

Таким образом, рынок труда, подчиняясь в целом законам спроса и предложения, по многим принципам механизма своего функционирования представляет собой специфический рынок, имеющий ряд существенных отличий от других товарных рынков.

Рынок труда. Заработная плата определяется и в широком, и в узком смысле этого слова, что связано с неоднозначной трактовкой понятия «труд». В широком смысле заработная плата – это оплата труда работников самых различных профессий, будь то неквалифицированные рабочие, или люди профессий, труд которых требует больших затрат на образование (врачи, юристы, преподаватели), или работники сферы услуг. При таком подходе к определению заработной платы в нее включаются и доходы в виде гонораров, премий и иных вознаграждений. В узком смысле понимается ставка заработной платы, т.е. цена, выплачиваемая за использование единицы труда в течение определенного времени. Это позволяет отделить общий

доход от заработной платы.

Различают номинальную и реальную заработную плату.

Номинальной заработной платой является сумма денег, которую получает наемный работник за свой труд в течение определенного периода времени.

Реальная заработная плата – это те товары и услуги, которые можно приобрести на полученные деньги.

$$W_p = W_n / P$$

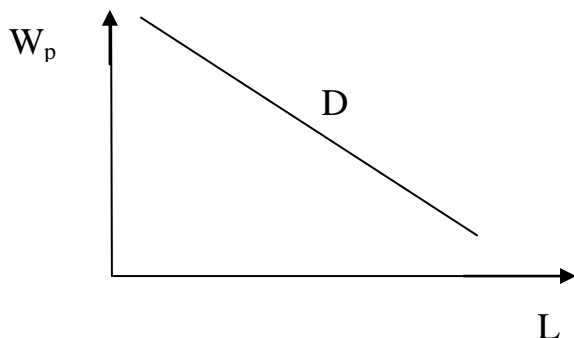
где, W_p – реальная з/п;

W_n – номинальная з/п;

P – уровень цен на товары.

Цены на факторы производства, в том числе на труд, определяются на основе закона спроса и предложения.

Классическая теория занятости предполагает построение функции совокупного спроса на труд и совокупного предложения труда в условиях совершенной конкуренции. Субъектами спроса на рынке выступают предприниматели и государство, а субъектами предложения – работники с их навыками и умениями. Спрос на труд находится в обратной зависимости от величины заработной платы. При росте заработной платы спрос на труд со стороны предпринимателя сокращается, а при снижении заработной платы спрос на труд возрастает (см. рис 8.1).



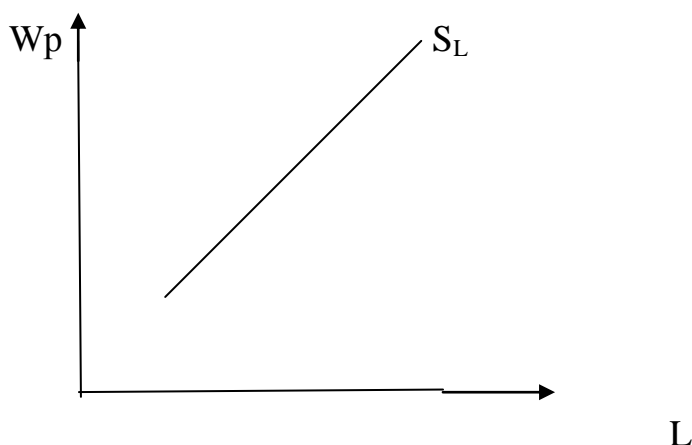
где L – количество требуемых работников.

Рисунок 8.1. График изменения спроса на труд

Предложение труда также зависит от величины заработной платы, но уже в прямой пропорции. Кривая предложения труда показывает, что при повышении реальной заработной платы возрастает предложение труда, а при ее снижении уменьшается (см. рисунок 8.2).

При увеличении заработной платы каждый момент отработанного времени лучше оплачивается, следовательно, каждый момент свободного

времени является для работника упущенной выгодой, поэтому появляется стремление заместить свободное время дополнительной работой. В краткосрочном периоде имеет место эффект масштаба. Это когда увеличение заработной платы увеличивает издержки производства, в результате уменьшается объем производимой продукции, следовательно, уменьшается спрос на труд.



где — L — количество работников, предлагающих свой труд

Рисунок 8.2. График предложения труда

Помимо эффекта масштаба, при увеличении заработной платы падает цена на капитал, что ведет к увеличению спроса на капитал и снижению спроса на труд. Этот процесс называется эффектом замещения

Сокращение предложения труда при увеличении заработной платы происходит из-за действия эффекта дохода (противоположного эффекту замещения). Во-первых, человек располагает лишь 24 часами в сутки, пять или шесть, из которых ему к тому же просто необходимо отдыхать; во-вторых, когда работник достигает определенного уровня благосостояния, меняется его отношение к свободному времени, увеличить количество которое в данном случае можно лишь при сокращении дополнительной работы. Данная зависимость предложения рабочей силы от уровня заработной платы в форме проявления в определенный момент эффекта дохода характеризует индивидуальное предложение труда отдельных лиц или групп лиц. Для экономики в целом функция совокупного предложения труда всегда будет возрастающей из-за циркуляции рабочей силы.

Особую важность представляет исследование взаимодействия совокупного спроса и совокупного предложения для достижения рыночного равновесия. Очевидно, что оно достигается в точке E , которой соответствует определенный уровень заработной платы W_E и заданное этим уровнем предложение труда L_E . Это означает, что все предприниматели, согласные

платить зарплату W_E , находят на рынке необходимое количество работников. Точка E определяет положение полной занятости (см. рисунок 8.3).

В случае превышения зарплатой уровня равновесной цены предложение на рынке труда превышает рыночный спрос. В этой ситуации происходит отклонение от положения полной занятости, возникает избыток предложения труда. В случае снижения уровня заработной платы по сравнению с ее равновесным уровнем, спрос на рынке труда будет превышать предложение. В результате образуются незаполненные рабочие места из-за нехватки работников, согласных на более низкую заработную плату.

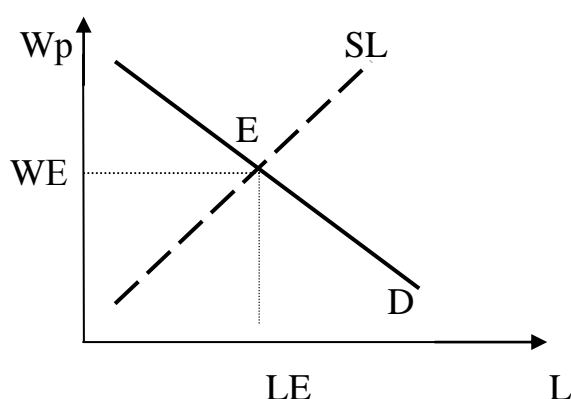


Рисунок 8.3 Рыночное равновесие на рынке труда

Как в первом, так и во втором случаях равновесие на рынке труда восстанавливается, и этот рынок приходит в состояние полной занятости. Но размер заработной платы зависит не только от колебаний спроса на труд и предложения труда, но и от качества труда, квалификации и профессионализма работников. Различные виды работ могут быть в разной мере привлекательными для человека, требовать разных затрат на профессиональное образование, поэтому заработная плата должна стимулировать, например, выполнение менее престижных видов работ или компенсировать материальные затраты на образование. Такая дифференциация в заработной плате называется «уравнивающими различиями».

Рассмотрим специфику ценообразования на рынке рабочей силы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.

На конкурентном рынке труда с одной стороны — большое число фирм, конкурирующих друг с другом при найме конкретного вида труда, а с другой — многочисленные работники, имеющие одинаковую квалификацию

и независимо друг от друга предлагающие данный вид услуг труда. Конкурентный рынок характеризуется тем, что ни фирмы, ни рабочие не осуществляют контроль над ставкой заработной платы.

Цены на факторы производства, в том числе на труд, определяются на основе закона спроса и предложения. Объединив кривую спроса и кривую предложения труда можно определить равновесную ставку заработной платы. Пересечение кривых спроса на труд (D_L) и предложения труда (S_L) позволяет определить равновесную ставку заработной платы (W_0). Равновесие на рынке труда означает, что предприниматели, согласные платить заработную плату W_0 , находят на рынке необходимое количество труда. В положении равновесия находят работу все работники, желающие трудиться при ставке W_0 .

Для отдельной фирмы ставка заработной платы W_0 является величиной заданной. Каждая фирма, действующая на данном рынке труда, нанимает незначительную часть общего предложения данного вида труда и не может влиять на ставку заработной платы. Предложение труда такой фирмы — абсолютно эластично. Поскольку для отдельной конкурентной фирмы задана цена ресурса, то предельные издержки на данный ресурс (MRC) будут постоянны и равны цене ресурса (ставке заработной платы). Фирме выгодно нанимать рабочих до точки, в которой текущая ставка заработной платы равна предельному продукту труда в денежном выражении ($MRPL$). Фирма максимизирует свою прибыль путем найма рабочих до точки, при которой ставки заработной платы и, соответственно, предельные издержки на труд равны их предельному продукту в денежном выражении (рисунок 8.4, б).

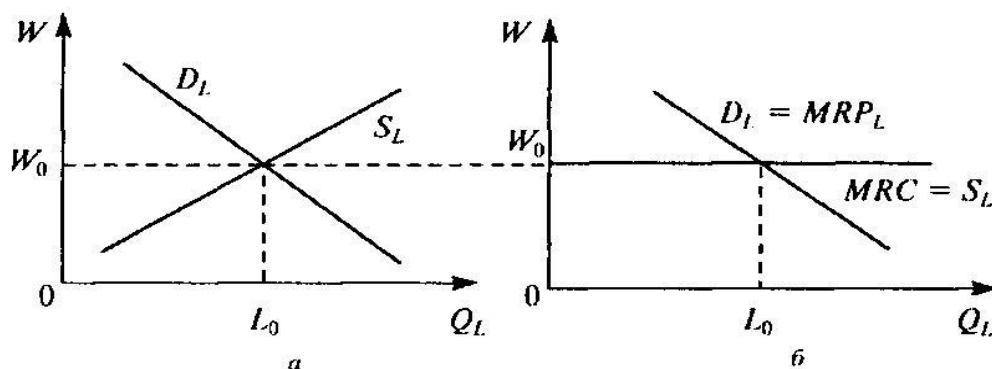


Рисунок 8.4 Равновесие на конкурентном рынке труда (а) и для конкурентной фирмы (б)

Совершенная конкуренция на рынке труда является скорее исключением, чем правилом. Для большинства таких рынков характерна несовершенная конкуренция, крайний случай которой — монопсония, или монополия, покупателя. Монопсония — ситуация, когда фирма выступает как монополист на рынке, где она является покупателем. Такая ситуация на

рынке труда возможна в небольших городах, где одно крупное предприятие может оказаться практически единственным работодателем. Поскольку в условиях монополии один наниматель представляет большую часть спроса на данный вид труда, то фирма-работодатель диктует ставку заработной платы. Ставка заработной платы, которую фирма выплачивает работникам, находится в прямой зависимости от их нанятого количества.

В отличие от совершенно конкурентной фирмы монополисту соответствует восходящая кривая предложения. Фирма-монополист будет вынуждена платить более высокую ставку заработной платы, чтобы заполучить больше работников. Иными словами, для фирмы-монополиста предельные издержки ресурса будут превышать его цену ($MRC > W$). Издержки на дополнительного работника превысит заработную плату этого работника на величину, необходимую для доведения зарплаты ранее нанятого персонала до ее нового высокого уровня. Новая ставка заработной платы должна выплачиваться и дополнительному работнику, и всем ранее нанятым. На графике подобная ситуация отразится так, что кривая предельных издержек пройдет выше кривой предложения труда (см. рисунок 8.5).

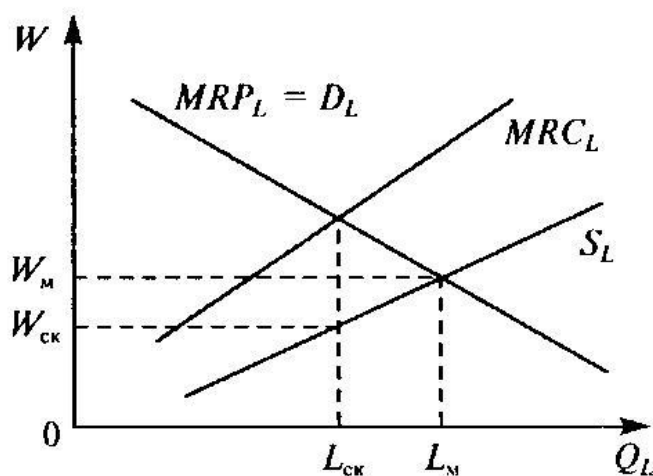


Рисунок 8.5 Монополистический рынок труда

При прочих равных условиях монополист максимизирует свою прибыль путем найма меньшего количества рабочих и при этом выплачивает ставку заработной платы меньше, чем в условиях конкуренции.

В целях максимизации прибыли фирма будет следовать правилу: $MRC = MRP$. Пересечение кривых предельных издержек (MRC) и предельной доходности ресурса (MRP) обусловит рыночное равновесие фирмы-монополиста. При этом число занятых составит L_M , а ставка заработной платы — W_M . Ставка заработной платы в этой ситуации определяется кривой предложения труда. В случае если бы данный график иллюстрировал

совершенную конкуренцию, равновесие установилось бы в точке пересечения кривых спроса и предложения труда. В результате количество занятых составило бы $L_{ск}$, а заработная плата — $W_{ск}$.

Роль профсоюзов на рынке труда

До сих пор мы полагали, что рабочие активно конкурируют при продаже своих услуг. Однако многие современные рынки труда характеризуются наличием сильных и организованных союзов работников.

Профсоюзы — объединения работников, обладающие правом на ведение переговоров с предпринимателем от имени и по поручению своих членов. При анализе экономической деятельности профсоюзов исходят из того, что их целью является максимизация заработной платы и занятости. Рассмотрим несколько моделей рынка труда с участием профсоюзов.

Совершенная конкуренция на рынке труда.

Предположим, что профсоюз сформировался на конкурентном рынке труда и ведет переговоры с относительно большим числом нанимателей. Для достижения своей цели — максимизации заработной платы своих членов — в условиях конкурентного рынка труда профсоюзы могут способствовать росту спроса на труд или сокращению предложения труда. В первом случае происходит рост как ставки заработной платы, так и занятости, во втором — рост ставки заработной платы при сокращении занятости. Очевидно, что наиболее желательным является первый вариант.

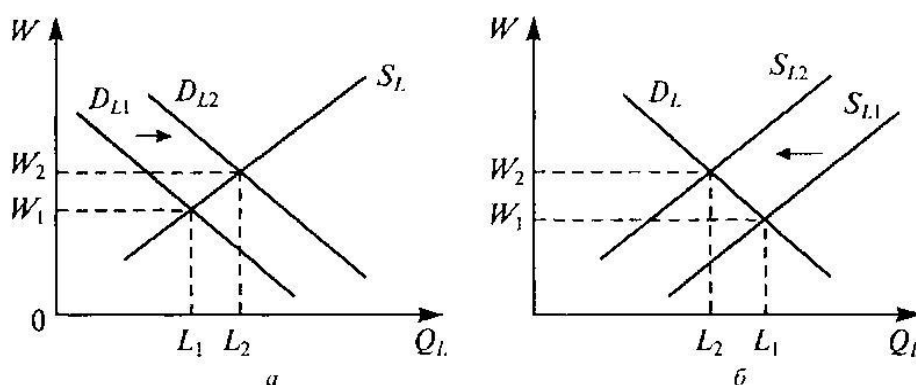


Рисунок 8.6 Профсоюзы на рынке труда, стимулирование роста спроса на труд (а) и сокращение предложения труда (б)

Роста спроса на труд профсоюзы добиваются через рост спроса на продукт (реклама, политическое лобби и т. д.); рост производительности труда (лучшее использование оборудования, улучшение качества продукции и т. д.); повышение цен на ресурсозаменители (повышение минимальной ставки заработной платы и т. д.). Необходимо отметить, что возможности воздействия профсоюзов на спрос на труд являются весьма ограниченными. Сокращения предложения труда профсоюзы добиваются как

законодательным путем (сокращение или запрет детского труда или сверхурочных работ, понижение пенсионного возраста и обязательный уход на пенсию; ограничение иммиграции рабочей силы, лицензирование профессий и т. д.), так и путем внутренней профсоюзной политики (например, ограничение приема членов).

Несовершенная конкуренция на рынке труда. Монопольная власть профсоюза

Предположим, что профсоюз сформировался на неконкурентном рынке труда. Рассмотрим крайнюю ситуацию, когда профсоюз оказался в роли монополиста. Как покупатели факторов производства обладают монополистической властью, так и продавцы этих факторов могут иметь монополистическую власть. Монопольная власть профсоюза позволяет ему сократить число занятых с $L_{СК}$ до L_M и увеличить, таким образом, заработную плату с $W_{СК}$ до W_M .

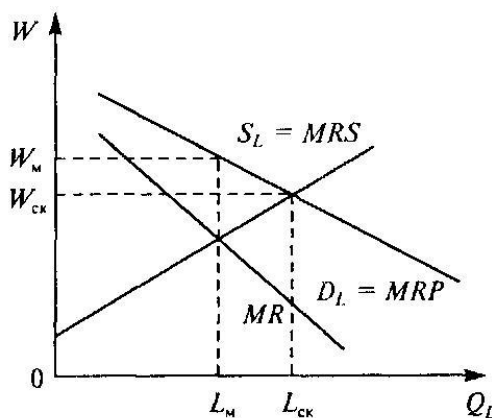


Рисунок 8.7 Монопольное предложение труда профсоюзом

Кривая спроса на рабочую силу (D_L) отражает предельные доходности фирм, конкурирующих за приобретение рабочей силы на данном рынке труда. Кривая предложения рабочей силы (S_L) показывает, как работники предлагали бы свой труд, если на рынке не существовало бы монополистической власти профсоюза. В условиях совершенной конкуренции равновесная ставка заработной платы составила бы $W_{СК}$ и было бы нанято $L_{СК}$ рабочих.

Поскольку профсоюз обладает монополистической властью, то профсоюз может выбрать любую ставку заработной платы и соответствующее количество труда. Если бы профсоюз максимизировал количество нанятых работников, то он выбрал бы ситуацию, соответствующую конкурентному равновесию. Если же профсоюз намерен максимизировать ставку заработной платы, то он пойдет путем ограничения количества своих членов. Профсоюз выбирает количество нанимаемых работников таким образом, чтобы его предельный доход (дополнительная заработная плата) равнялся

дополнительным издержкам по привлечению его членов к работе. На рисунке это соответствует ситуации, когда кривая предельного дохода (MR) пересекает кривую предложения. В результате в условиях монопольной власти профсоюза будет нанято L_M работников, заработная плата которых составит W_M .

Несовершенная конкуренция на рынке труда. Двусторонняя монополия.

На современных рынках труда часто сильные и организованные профсоюзы сталкиваются с не менее сильными и организованными работодателями. Рассмотрим ситуацию двусторонней монополии, когда монополия покупателя рабочей силы (монопсония) противостоит монополии продавца рабочей силы (профсоюз-монополист). Такая ситуация может возникнуть тогда, когда представители профсоюза и компании, нанимающей работников определенной квалификации, встречаются для ведения переговоров о заработной плате.

Двусторонняя монополия на рынке труда — ситуация, когда работодатель является единственным покупателем труда (монопсонистом), а продавец труда (профсоюз) обладает монопольной властью.

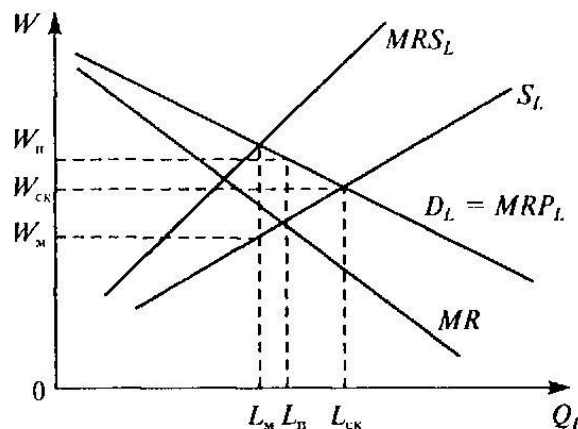


Рисунок 8.9 Двусторонняя монополия на рынке труда

Кривая S_L представляет собой предложение труда, а кривая D_L — спрос фирмы на рабочую силу. Если бы на рынке труда существовала совершенная конкуренция, то равновесная ставка заработной платы составила бы $W_{ск}$, а количество нанятых работников — $L_{ск}$. На неконкурентном рынке труда монопсонический наниматель, руководствуясь правилом $MRP = MRC$, будет стремиться к установлению заработной платы W_M , которая ниже конкурентной равновесной ставки, нанимая при этом L_M работников. Ставка заработной платы не может опуститься ниже этого уровня, поскольку и так является наихудшим для работников вариантом. Профсоюз рассматривает

кривую спроса DL как отражение политики фирмы по найму работников в зависимости от ставки заработной платы. Кривая MR на графике характеризует дополнительную зарплату, которую профсоюз обеспечивает своим членам по мере роста численности нанимаемых работников. Кривая SL отражает для профсоюза предельные издержки на персонал. Профсоюз будет настаивать на какой-то сверхравновесной конкурентной ставке заработной платы W_{Π} . При этом ставка заработной платы не может подняться выше, так как иначе для монополиста предельные издержки труда превысят предельные доходы от него. Таким образом, при незначительном различии в численности нанимаемых работников прослеживаются существенные различия в оплате труда в политике профсоюза и фирмы-работодателя. Нельзя сказать определенно, какая из этих двух возможностей (W_M или W_{Π}) реализуется. Скорее всего, результат будет промежуточным и ставка заработной платы установится где-то между W_M и W_{Π} . Сторона, обладающая большей силой и более эффективной стратегией, будет способна принудить оппонента принять ставку заработной платы более близкую к той, на которой она настаивает. Возможно, что монополярная сила профсоюза компенсирует монополистическую силу фирмы, в результате чего ставка заработной платы и занятость могут оказаться социально желаемыми и будут соответствовать ситуации конкурентного рынка.

8.1.3. Рынок земли: особенности спроса и предложения. Цена земли.

Рынок земли является частью рынка ресурсов и представляет собой систему экономико-правовых отношений и структурирующих их правил (институтов) возникающих между покупателями и продавцами тех или иных прав собственности на землю и определения цены их продажи. Рынок земли обобщает в себя всю совокупность сделок (transaction) с землей, в рамках которых осуществляется добровольное отчуждение (купля-продажа) или передача (аренда, залог) тех или иных прав собственности на землю. Для осуществления сделок с землей необходимо осуществлять затраты времени и денежных ресурсов связанных с поиском информации об объекте и субъекте сделки, об уровне рыночных цен на имущество, введения переговоров и заключением контракта. Эти денежные затраты в институциональной экономической теории рассматриваются как трансакционные издержки (издержки осуществления трансакций-сделок) .

На рынке земли встречаются два главных субъекта: продавец (собственник земли) и покупатель (предприниматель, землепользователь). Эти субъекты могут выступать как в роли продавцов, так и в роли покупателей. Рынок земли состоит из нескольких рынков: рынка купли-продажи земли, в которой происходит полное отчуждение прав собственности на землю (рынок земельных активов), рынка аренды земли, в которой продаются права временного ее использования и рынка земельной ипотеки – получения кредита под залог земли.

В науке экономика под «землей» определяют все естественные ресурсы, которыми обладает страна (плодородную почву, запасы пресной воды, полезные ископаемые). В данной теме под термином «земля» мы будем иметь в виду только поверхность почвы, которую можно использовать для производства сельскохозяйственной продукции. Земля с её почвенным покровом, имеет уникальное, неповторимое значение, она является естественной основой создания продуктов питания для существования всего человечества. Около 29% земной поверхности состоит из суши и лишь 30% этой территории это земли используемые человечеством для производства продуктов питания – сельскохозяйственные угодья. По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстата) площадь земельного фонда Российской Федерации на 1 января 2008 года составила 1 709,8 млн. га, в том числе сельскохозяйственные угодья 220,5 млн. га из них посевные площади которые мы в настоящее время используем, составляют 77805 тыс. г .

В сельском хозяйстве земля является объектом собственности, хозяйствования и купли-продажи. Специфика земли как объекта хозяйствования, собственности и купли-продажи проявляется в следующем.

Земля как объект хозяйствования представляет собой специфическое средство производство, которое совместно с другими ресурсами: капиталом, трудом, предпринимательскими способностями и накопленными знаниями осуществляет производство (создание, возвращение) продуктов питания. Услуга, которую оказывает земля, заключается в ее способности производить – выращивать сельскохозяйственную продукцию – продукты питания без которой жизнь на земле невозможна. Земля как объект хозяйствования может использоваться как самим собственником земли, так и землепользователем – арендатором.

Земля искусственно не воспроизводима и ограничена. Как экономический ресурс земля не создана трудом человека, она является результатом созидательной деятельности природы, следовательно она не может быть оценена затратами труда и других ресурсов, как другие

экономические блага. Затраты труда и капитала могут лишь улучшить её качество (плодородие).

Земля не может быть заменена никакими другими средствами производства, поэтому не следует допускать её безвозвратной утраты. На практике идет активный процесс изъятия земель из сельскохозяйственного оборота, к 2000 году площадь изъятых земель этой категории в Российской Федерации достиг 15%. Идет процесс снижения плодородия земельных ресурсов аграрной сферы экономики, необходимо применять меры по ее восстановлению. Сохранение плодородия земли и разработка технологий экологического ее использования становится основным необходимым условием дальнейшего наращивания объемов производимого продовольствия и обеспечения потребностей людей в продуктах питания.

Земля неоднородна по своему качеству по плодородию и по местоположению – удаленности от рынка сбыта: различаются лучшие, средние и худшие участки земли. Производство сельскохозяйственной продукции на землях лучшего качества выгоднее, чем на землях среднего и худшего качества и соответственно реализация выращенной на этой земле продукции обеспечивает производителям получение не только средней нормы прибыли, но и дополнительного (сверхдохода) дохода. Более 70 % земельных ресурсов аграрной сферы экономики нашей страны, расположены в зонах крайне холодного или засушливого климата. То есть в неблагоприятной для производства продуктов питания климатической зоне (в зоне рискованного земледелия). В результате биологический потенциал для выращивания важнейших сельскохозяйственных культур в России в два-три раза ниже, чем в Западной Европе и Соединенных Штатах Америки [3], вследствие чего энергозатраты на производства сельскохозяйственной продукции в 2 – 3 раза выше, чем в развитых странах Запада.

Земля при правильном ее использовании способна улучшаться и, следовательно, может расти производительная сила и доходность данного фактора производства. Но при этом необходимо иметь в виду существование закона убывающей отдачи земли. Так, при вкладывании в землю все большего количества капитала, отдача от каждой доли инвестиций будет постепенно уменьшаться, то есть, рост урожайности и соответственно доходности земли имеют свои границы.

Земля и другие природные ресурсы является объектом различных форм собственности. В соответствии с Конституцией Российской Федерации (статья 9) земля может находиться в частной, государственной, муниципальной и иных формах собственности.

8.1.4. Земельная рента, ее виды: абсолютная рента, дифференциальная рента I, дифференциальная рента II. Рента и арендная плата.

Рента (лат. *reddita* – отданная назад, возвращенная) – особый вид устойчивого дополнительного дохода, возникающего при использовании земли в аграрной сфере экономики и присваиваемого собственником земли вследствие передачи или продажи прав пользования землей на определенный срок.

К. Маркс подчеркивал “...на практике всё, что фермер платит земельному собственнику в форме арендных денег за разрешение возделывать землю, выступает естественно, как земельная рента”.

А. Маршалл отмечал, что “... этот избыточный продукт (избыточный над средней нормой прибыли – Д.Л.) может при определенных условиях может стать рентой, которую владелец земли вправе взыскать с арендатора за её пользование”.

Земельная рента – та форма, в которой земельная собственность реализуется экономически, то есть приносит доход. Возникает вопрос, а есть ли другие формы экономической реализации собственности на землю? Да есть, собственник сам может использовать землю для производства и реализации сельскохозяйственной продукции. Если использование земли для производства продукции приносит дополнительный доход, то есть доход сверх средней нормы прибыли, собственник земли будет его присваивать как факторный доход. П. Самуэльсон называет этот доход «условно начисляемой рентой». При этом ресурс земля, для него будет бесплатным (за исключением платы налога на землю) и он будет производить продукцию в экономически выгодных условиях (он будет получать всю среднюю норму прибыли и сверхдоход). Именно поэтому ряд стран мира, например США и Япония в XX веке разрабатывали и осуществляли земельную политику, направленную на передачу земли в собственность непосредственным производителям.

В прошлые века на практике арендную плату за землю называли земельной рентой. В настоящее время для обозначения формы платы за пользование землей используют понятия земельная рента и арендная плата за землю. В современной практике хозяйствования используется термин арендная плата, которая включает в себя земельную ренту. Арендная плата за земли сельскохозяйственного назначения, в которых как обычно нет сооружений, построек, дорог, равна земельной ренте. Земельная рента

представляет собой непосредственную плату только за пользование землей или плату за те услуги, которые оказывает земля как фактор производства.

Если на земле имеются эти сооружения, как правило, арендная плата больше земельной ренты на амортизационные отчисления за эти здания, ссудный процент, уплачиваемый за временное использование вложенного в землю капитала. При этом арендодатели стараются включить в сумму земельной ренты и величину налога на землю, которую в соответствии с земельным законодательством должен платить собственник земли.

Определение и согласование величины земельной ренты, то есть той части дополнительного дохода, которую землепользователь должен будет передавать собственнику земли за предоставленное право пользоваться землей, происходит в рамках рентных экономических отношений. В свою очередь, рентные отношения в рамках которой согласуются экономические интересы собственника земли и землепользователя происходят в рамках аренды земли являющейся по своей природе правовыми (договорными) отношениями. Аренда (найм), многими экономистами и юристами, рассматривается как имущественный найм, договор, по которому арендодатель предоставляет арендатору имущество во временное пользование за определенное вознаграждение – арендную плату[9]. Следовательно, рентные отношения между собственником земли и землепользователем по поводу определения величины земельной ренты, возникают и развиваются в рамках договорных арендных отношений. Таким образом, экономические и правовые отношения, возникающие между арендодателем (собственником земли) и арендатором (землепользователем) по поводу передачи или продажи прав пользования землей и определения величины земельной ренты мы можем рассматривать как арендно-рентные отношения. Арендно-рентные отношения по своему экономическому и правовому содержанию могут быть как рыночными, так и нерыночными. В первом случае продажа прав пользования землей и определения величины земельной ренты происходит на рынке аренды земли, во втором, передача прав пользования происходит в рамках одной системы собственности на землю и величина земельной ренты определяется из одного центра.

Постепенно аренда земли трансформировался в рынок аренды земли, а земельная рента приобрела форму цены аренды земли. Рассмотрим более подробно рынок аренды земли и возникающие между покупателем (арендатором) и продавцом (арендодателем) рыночные арендно-рентные отношения.

Каков механизм взаимодействия спроса и предложения на рынке аренды земли и установления равновесной цены аренды земли (земельной ренты). П. Самуэльсон одним из первых объясняет возникновение цены аренды земли (земельной ренты), как результат действия законов спроса и предложения и рассматривает земельную ренту, как рыночную равновесную цену аренды земли, такого же мнения придерживаются К. Макконнелл и С. Брю (Рис. 8.10).

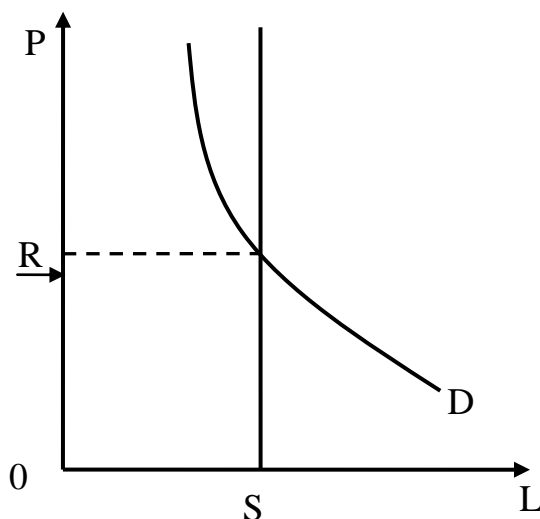


Рисунок 8.10 Спрос и предложение на рынке аренды земли и земельная рента в соответствии с теорией П. Самуэльсона

В данной схеме P – цена аренды земли, R – арендная плата за землю, равная ренте, S – предложение земли, D – спрос на аренду земли, L – количество земли. Смотрите рисунок 8.10. Из рисунка видно, что R – арендная плата за землю – формируется в результате действия спроса и предложения. Количество земель сельскохозяйственного назначения ограничено, также редки земельные участки лучшего качества и выгодного местоположения. Когда мы отмечаем ограниченность земли, мы имеем в виду землю, предлагаемую на рынке аренды земли определенного качества, расположенную в определенном месте. Ограниченность и нехватка земли приводит к тому, что предложение земли на рынке аренды земли становится неэластичным от цены. Действительно при значительном повышении спроса на землю и росте цены аренды земли, количество предлагаемой земли остается ограниченным. Следовательно, рост цены аренды земли не приведет к увеличению количества предлагаемой земли, поэтому кривая предложения параллельна оси ординат, смотрите рисунок 8.10. Таким образом, рост величины земельной ренты в данной модели рынка напрямую связано с ростом спроса на землю, рост величины спроса и

изменения кривой спроса могут привести к росту или снижению цены аренды земли.

В ряде стран мира, в том числе в аграрной сфере экономики нашей страны предложение земель сельскохозяйственного назначения на рынке аренды земли в результате влияния целого ряда внешних и внутренних факторов перестает быть строго ограниченным ресурсом. В каких случаях это происходит, мы рассмотрим при изучении условий возникновения дифференциальной ренты один в нашей аграрной сфере экономики.

Рынок аренды земли представляет собой экономические и правовые отношения, возникающие между земельным собственником и землепользователем по поводу продажи на определенный срок прав пользования или владения землей и определения величины цены аренды земли (земельной ренты). В результате взаимодействия спроса и предложения на землю как на объект хозяйствования формируется взаимосогласованная цена аренды земли, по-другому та величина дополнительного дохода, которую присваивает собственник земли в форме платы за пользование землей. Предложение земли зависит от количества собственников земли, которые не хотят или не могут работать на собственной земле и желают продать или передать права пользования землей. Предложение земли в аренду также зависит от размеров земельных участков принадлежащих владельцам земли, чем меньше или значительнее размеры земельных владений, тем больше собственников земли предпочитают сдавать ее в аренду. Это обусловлено тем, что организация и ведение аграрного производства на мелких участках земли не выгодно, тогда как в крупных земельных участках требуются значительные финансовые затраты.

Величина спроса на аренду земель сельскохозяйственного назначения определяется количеством землепользователей фермеров или капиталистов предпринимателей желающих арендовать землю в целях производства сельскохозяйственной продукции. Спрос на аренду земли имеет свои особенности, он включает в себя сельскохозяйственный и несельскохозяйственный спрос. Сельскохозяйственный спрос на землю в условиях развитого рыночного хозяйства является производным от спроса на продовольствие.

По мнению К.Маркса спрос на аренду земель сельскохозяйственного назначения является производным от общественного спроса на сельскохозяйственную продукцию. Чем выше становится общественный спрос на сельскохозяйственную продукцию и соответственно на

продовольствие, тем выше становится цена на продукты питания, тем выгоднее становится землепользователям заниматься производством сельскохозяйственной продукции и тем выше становится спрос на аренду земли и соответственно цена аренды земли, то есть величина земельной ренты.

Д. Рикардо писал: «Не потому хлеб дорог, что платиться рента, а рента платиться потому, что хлеб дорог. Цена хлеба нисколько не понизилась бы, если бы даже землевладельцы отказались от своей ренты»[12]. Цена зерна в связи с ее ограниченностью и недостатком колебалась на уровне издержек производства на землях худшего качества. Такая цена на зерно была обусловлено тем, что в 18 веке урожайность зерна в европейских странах, была невысокой от 11–15 центнеров с гектара, что приводила к ее нехватке и использованию для этих целей всех земель сельскохозяйственного назначения. Что соответственно приводило к росту рыночных цен на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие до уровня издержек ее производства на землях худшего качества. Это значит, что производитель зерна, хозяйствующий на лучших землях, получал дополнительный доход по сравнению с теми производителями, которые хозяйствовали на землях худшего качества. Именно этот дополнительный доход присваивался земельным собственником в виде дифференциальной земельной ренты один.

Дифференциальная, абсолютная и монопольная земельная рента: условия возникновения. В дальнейшем, в результате целого ряда научных открытий и широкого применения в аграрной сфере экономики агрономических знаний произошел резкий рост урожайности сельскохозяйственных культур вследствие чего на рынке продовольствия объем предлагаемой продукции систематически начал превышать спрос. В результате началось снижение рыночных цен на продукты питания и на сельскохозяйственную продукцию и как следствие, какую то часть худших земель, в которых уровень издержек производство этой продукции становилась выше рыночных цен, стало невыгодно использовать. Худшие земли, которые при данной рыночной цене на зерно еще имел смысл возделывать, назывались предельными землями. По мнению Е.В Серовой, понятия предельных земель относительно. Предельные земли с точки зрения спроса и цены на зерно, могут оказаться далеко не предельными с точки зрения пастбищного животноводства обусловленного спросом и ценой на мясо и молоко. Во-вторых, вследствие подвижности спроса на сельскохозяйственную продукцию и изменения цен на нее предельные земли могут перемещаться с участков с более высоким плодородием на участки с

меньшим плодородием. Это будет, происходит при росте спроса на продовольствие и соответственно при росте цены на сельскохозяйственную продукцию. Наоборот, при сокращении спроса на сельскохозяйственную продукцию и снижении цены на нее предельными могут стать более плодородные земли. Дифференциальная земельная рента один возникает в результате существования разницы между дополнительным доходом возникающим при производстве и реализации сельскохозяйственной продукции, произведенной на земле не являющимися предельным, и доходом полученным от использования предельных земель.

Рыночные цены на продовольствие диктуют величину издержек производства сельскохозяйственную продукцию и соответственно дают ответ на вопрос, земли какого качества будут предельными, а какого нет, какие земли позволят получить дополнительный доход, а какие только среднюю норму прибыли. Прежде чем приступить к более подробному рассмотрению возникновения дополнительного дохода в аграрной сфере экономики и ее присвоения земельными собственниками в виде дифференциальной земельной ренты один сделаем ряд исключений из общего правила. Рассматривая рынок аренды земли в первом случае, мы исходили из того, что все вовлекаемые на этот рынок земли имеют одинаковое качества (плодородие). В действительности земля имеет различное плодородие (качество) и местоположение соответственно различную доходность. Во все земельные участки различного плодородия вкладывается равновеликий капитал, при этом рыночные цены на произведенную сельскохозяйственную продукцию формируется под действием спроса и предложения. Следовательно, цены на сельскохозяйственную продукцию не обязательно формируются на уровне издержек (себестоимости) ее производства на землях худшего качества, как это было в период нехватки продовольствия обусловленного низкой урожайностью или в административно-командной экономике, когда цены устанавливались централизованно.

Когда цены на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие устанавливались из одного центра (органа государственной власти), величина дифференциальной земельной ренты один и два исчислялась в виде разницы цены реализации (государственной закупочной цены) одного центнера или тонны сельскохозяйственной продукции и цены её производства (себестоимость плюс средняя норма прибыли) умноженная на фактическую урожайность. Таким образом, определялась величина дополнительного дохода получаемого производителем от использования

одного гектара земли, которая изымалась в виде земельной ренты в пользу собственника земли – государства. Величина дополнительного дохода (земельной ренты) зависело от уровня сложившихся издержек производства сельскохозяйственной продукции, цены реализации (государственных закупочных цен) и цены производства сельскохозяйственной продукции. Причем цена реализации и цена производства сельскохозяйственной продукции определялась централизованно.

Для понимания современного процесса возникновения дополнительного дохода и формирования дифференциальной земельной ренты один рассмотрим сложившиеся единые закупочные цены на пшеницу 3 класса на государственных интервенционных торгах 2009 года и сложившихся издержек ее производства на землях различного качества. Смотрите таблицу 8.1.

Таблица 8.1 Дифференциальная земельная рента I (по естественному плодородию)

Участки земли	Урожай, ц с гектара	Валовые издержки на гектар, руб.	Издержки производства 1 ц, руб.	Рыночная цена 1 т. руб.	Валовой доход с гектара, руб.	Дифференциальная рента I, руб. с гектара. (– убыток)
1	13	5000	385	3 300	4290	– 710
2	20	5000	250	3 300	6600	1600
3	25	5000	200	3 300	8250	3250

Цены на тонну мукомольной пшеницы 3 – класса на интервенционных биржевых торгах в 2009 году сложились на уровне 3 300 рублей, тогда как, средняя по стране себестоимость его производства у одних производителей была выше, у других ниже. С учетом перевозок до элеваторов реализация этого зерна в государственный интервенционный фонд оказывался для многих товаропроизводителей убыточным.

Действительно такая ситуация на рынке сельскохозяйственной продукции нашей страны возникало не раз, так в 1998 г. средняя себестоимость производства 1 ц зерна в России составила 63 руб., а реализационная цена – 52, в результате ее производство было убыточным в большинстве сельскохозяйственных организаций страны. В 1997 и в 1998 гг. полная себестоимость сахарной свеклы в России составляла, соответственно, 24 и 27 руб. за 1 ц. при цене реализации 20 и 26 рублей; уровень рентабельности, с учетом дотаций и компенсаций из бюджета, оказалось отрицательным, соответственно на – 7 и – 3% [16]. Следствием

существования отрицательного разрыва между себестоимостью единицы производимой сельскохозяйственной продукции и сложившимися внутри страны рыночными ценами явилось низкая рентабельность производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции и общей рентабельности. Если общая рентабельность производства сельскохозяйственной продукции в 2002 г. составила 6%, в 2003 г. – 9%, в 2004 г. – 10%, то в 2005 г. данный показатель снизился до 8%.

Сложившаяся до 2010 года в стране взаимосвязь рыночных цен на сельскохозяйственную продукцию и издержек ее производства с рынком аренды земли и соответственно величиной земельной ренты нами демонстрируется путем построения графика (модели) их зависимостей.

При построении графика мы исходили из того, что, во-первых, в аграрной сфере экономики существуют земли лучшего, среднего и худшего качества и издержки производства (себестоимость и соответственно цена производства) единицы продукции производимой на них, различны; во-вторых, что в используемые для производства сельскохозяйственной продукции земли вкладывается равновеликий капитал и труд, в-третьих, что рыночные закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию во всех регионах одинаковы. Треугольник ABC – излишек над средней нормой прибыли (дополнительный доход), возникающий в результате разницы рыночной цены (P_{Π}) и себестоимости и цены производства (равной себестоимости плюс средней нормы прибыли) единицы продукции на землях лучшего и части среднего качества ($\Pi_{\text{пр1}}$, $\Pi_{\text{пр2}}$); треугольник ДЕЁ – убыток при использовании земель худшего и среднего качества возникающей при превышении себестоимости и цены производства единицы продукции над рыночной ценой (P_{Π}); Sp – первоначальное предложение земли (оно полностью неэластично от цены); S – предложение земли (количество земель предлагаемых в аренду) при рыночной цене (P_{Π}); D – спрос на рынке аренды земли при рыночной цене (P_{Π}); R – земельная рента (цена аренды земли); $ЗВ$ – земли, вышедшие из сельскохозяйственного оборота; $ЗНИ$ – земли нерыночного использования; $ЗРИ$ – земли рыночного использования.

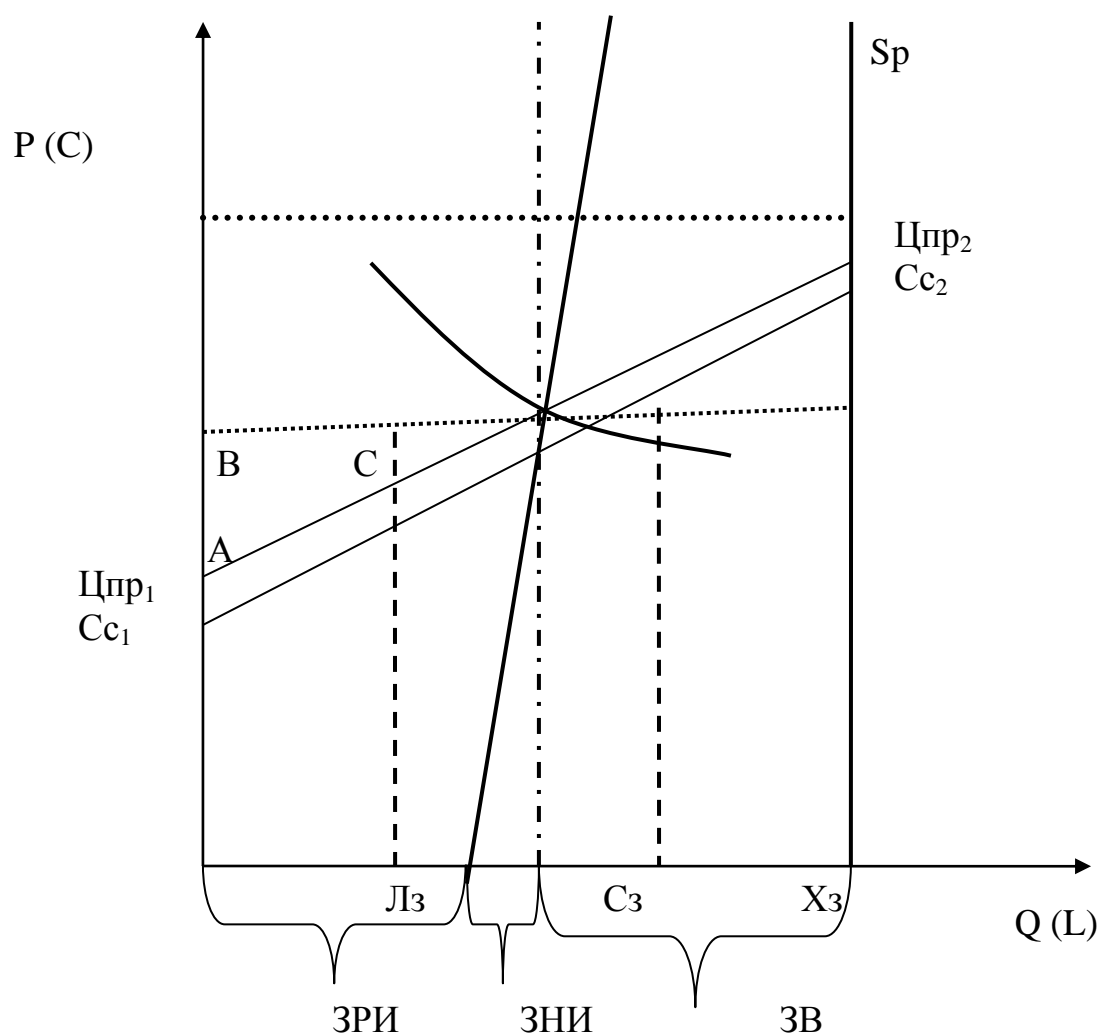


Рисунок 8.11 Модель взаимосвязи рыночных цен на сельскохозяйственную продукцию, себестоимости (издержек) её производства на землях различного качества, спроса и предложения на рынке аренды земли и цены аренды земли

Современная рыночная цена на сельскохозяйственную продукцию ($P_{ц}$), в результате преобладания на рынке продовольствия до 2007 года импортной продукции начала колебаться на уровне издержек её производства на землях среднего качества. В течение 2008 года объем импорта продовольствия вырос и достиг 35.2 млрд. долл., что составлял около половины объема производимой в стране сельскохозяйственной продукции. В итоге использование земель худшего и части земель среднего качества в отечественной аграрной сфере экономики стала невыгодным. В результате кривая рыночного предложения земель (S) сместилась влево и зафиксировалась на уровне пересечения рыночной цены и цены производства (себестоимости) на единицу сельскохозяйственную продукцию на землях среднего качества. Рыночный арендный спрос также перемещается на те

земли использование, которых для предпринимателей будет выгодным. Остальные земли в связи с невыгодностью их использования не будут востребованы рыночным спросом и как следствие предложение земель, не приносящих среднюю норму прибыли и дополнительный доход не будут охвачены рынком аренды земли. Так рыночным спросом будут охвачены те земли, использование которых могут приносить отраслевую среднюю норму прибыли и дополнительный доход.

Предпринимателей перестают интересовать земли худшего качества и часть земель среднего качества, так как их использование для производства сельскохозяйственной продукции при данной рыночной цене является убыточным. Этот убыток в модели показан в виде треугольника – ДЕЁ. Предпринимателей интересуют земли лучшего качества и выгодного местоположения, то есть те есть те земли, использование которых позволят произвести продукцию себестоимостью и цена производства, которого будет ниже рыночной цены. Этот сверхдоход, который присваивается собственником земли в виде земельной ренты, в настоящее время, возникает только на землях лучшего качества, в рисунке показан в виде треугольника АВС.

Таким образом, рыночный спрос и предложение на рынке аренды земли сместятся на уровень пересечения рыночных цен ($P_{ц}$) на единицу сельскохозяйственной продукции и цены ее производства ($Ц_{пр1}, Ц_{пр2}$) на землях среднего качества. В этой ситуации рыночным арендным спросом будут охвачены лишь земли лучшего качества и часть земель среднего качества (находящиеся левее от точки R – величины земельной ренты) использование которых приводит к возникновению дополнительной прибыли (АВС). Эти земли нами рассматриваются как земли рыночного использования (ЗРИ) и эти земли при данной рыночной цене являются предельными землями. Себестоимость сельскохозяйственной продукции на землях худшего и части среднего качества оказываются выше рыночных цен. Использование этих земель для производства продуктов питания с целью продажи при данной рыночной цене становится убыточным. Эти земли мы обозначаем как земли нерыночного использования (ЗНИ), они могут использоваться для производства сельскохозяйственной продукции для внутреннего потребления (эта продукция может быть использована в виде кормов). В связи с тем, что производство сельскохозяйственной продукции на землях худшего качества при этих рыночных становится невыгодным, эти ресурсы постепенно перестают использоваться и выводятся из сельскохозяйственного оборота. Эти земли мы обозначим как земли

вышедшие из сельскохозяйственного оборота (ЗВ). Так, часть земельных ресурсов аграрной сферы экономики нашей страны оказалась выведенной из сельскохозяйственного оборота, по неофициальным данным количество данной категории земель в 2000 году достиг 40 млн. га .

На приведенной нами модели впервые показаны земли нерыночного использования (ЗНИ) это земли сельскохозяйственного назначения, которые используются для удовлетворения собственных потребностей (для производства нетоварной продукции) или вовлекаются в процессе нерентабельного производства в результате неэкономического (административного) принуждения. В связи с тем что их использование не позволяет производителям получать дополнительный доход, а некоторых случаях и среднюю норму прибыли, затраты на приобретение прав пользования землей (арендную плату, составной частью которой является земельная рента) становятся частью издержек производства сельскохозяйственной продукции. В результате роста издержек производства сельскохозяйственной продукции относительно сложившихся рыночных закупочных цен рентабельность отечественного аграрного производства продолжает снижаться.

В данной схеме предложение земли (S) нами рассматривается не как строго ограниченный, а как относительно ограниченный ресурс. Так, кривая предложения земли наклонена вправо. Это связано с тем, что часть сельскохозяйственных угодий в аграрной сфере нашей страны, в настоящее время, выведено из сельскохозяйственного оборота. При повышении рыночных цен на сельскохозяйственную продукцию, эти земли могут быть вновь востребованы, а в случае дальнейшего снижения рыночных цен на сельскохозяйственную продукцию относительно сложившейся себестоимости её производства количество этих земель будет возрастет. При этом также становится ясно, что использование земель аграрной сферы экономики худшего качества при сложившихся средних издержках производства сельскохозяйственной продукции и государственных закупочных и рыночных ценах на сельскохозяйственную продукцию 2009 года не позволит производителям получать среднюю норму прибыли и дополнительный доход. Использование этой категории земель для производства сельскохозяйственной продукции будет выгодным только при кардинальном снижении издержек ее производства.

Существование земель рыночного и нерыночного использования, соответственно, свидетельствует о необходимости применения в регулировании цен на сельскохозяйственную продукцию рыночных и

нерыночных механизмов и институтов (правил). Если в результате действия рыночных сил часть земель оказалось вне сельскохозяйственного оборота, нам нужно использовать нерыночные (государственные) механизмы регулирования аграрного производства. В том числе пересмотреть политику государственной поддержки аграрного сектора экономики. Ни в одной стране мира аграрный сектор экономики не функционирует без государственного субсидирования – прямого и косвенного. В целом агропромышленный комплекс России, как отмечает М. Максимов, по сравнению с США и ЕС недофинансирован в 10–15 раз [19].

Дополнительный доход, получаемый арендатором в результате эффективного вложения собственного капитала в землю, К. Маркс назвал дифференциальной земельной рентой два. Арендатор, арендуя землю для сельскохозяйственных целей, стремится получить дополнительный доход. Одним из путей получения дополнительного дохода, является вкладывание дополнительного капитала в землю, увеличение урожайности сельскохозяйственных культур и снижение тем самым издержек производства сельскохозяйственной продукции. Снижение издержек (себестоимости) производства сельскохозяйственной продукции над сложившимися рыночными ценами на неё позволит получить дополнительную прибыль. После окончания срока аренды эти добавочные вложения капитала становятся достоянием собственника земли, и на них начисляется процент при заключении нового договора. Именно поэтому арендатор всегда был заинтересован в продлении срока аренды, а собственник земли – в краткосрочной аренде.

К. Маркс также выявил существование монопольной и абсолютной земельной ренты. Монопольная земельная рента это дополнительный доход, который возникал в результате монопольной цены, по которой продаются продукты редкого качества, например, такие как твердые сорта пшеницы, особые сорта винограда и т.д. Таким образом, монопольная цена не зависит от общественной рыночной цены производства. Монопольная рента это излишек, над средней нормой прибыли возникающий в результате превышения рыночной ценой над издержками производства исключительных и уникальных видов сельскохозяйственной продукции. Таким образом, условием возникновения монопольной ренты является разница между сложившимися монопольными ценами на уникальные и исключительные виды продуктов питания и издержками их производства.

Дополнительный доход, который возникал в результате превышения рыночных цен над издержками производства сельскохозяйственной

продукции на худших и соответственно на всех землях, К.Маркс рассматривал как абсолютную земельную ренту. Действительно в определенные периоды времени, когда ощущалась острая нехватка продуктов питания и существовал повышенный спрос на сельскохозяйственную продукцию рыночные цены на нее ($P_{ц1}$), оказывались выше издержек (себестоимости) их производства на землях худшего качества. Смотрите рисунок 8.11, если рыночные цены ($P_{ц1}$) окажутся выше издержек производства сельскохозяйственной продукции на землях худшего качества, то соответственно она окажется выше издержек производства на всех землях. Следовательно, дополнительный доход (доход который выше средней нормы прибыли) возникнет при использовании всех земель.

В настоящее время в условиях перепроизводства сельскохозяйственной продукции рыночные цены стремятся к уровню затрат их производства на землях среднего качества и говорить о существовании абсолютной земельной ренты в марксовской трактовке мы не можем.

Подведем итоги. Классики экономической теории в частности Д. Рикардо и К. Маркс исходили из того, что в виде земельной ренты изымается дополнительный доход, возникающий при производстве и реализации сельскохозяйственной продукции. Это правило изъятия земельной ренты они использовали для объяснения всех видов вышеперечисленных рент. В настоящее время, сложившиеся рыночные цены на сельскохозяйственную продукцию приводят к тому, что использование земельных ресурсов худшего и части среднего качества в аграрной сфере экономики нашей страны является убыточным. Возникновение дополнительного дохода и ее изъятие в виде дифференциальной ренты один становится возможным на части земель и среднего и на всех землях лучшего качества. В этой ситуации возникает следующее правило формирования и изъятия земельной ренты, это отнесение платы за пользование землей в издержки производства сельскохозяйственной продукции. Рост издержек производства сельскохозяйственной продукции приводит к снижению рентабельности аграрного производства. Таким образом, одним из резервов повышения рентабельности аграрного производства в нашей стране, становится передача земель сельскохозяйственного назначения в собственность непосредственным производителям.

Цена купли-продажи земли. Особенности ценообразования на земли сельскохозяйственного назначения в современной аграрной сфере экономики

Цена купли и продажи земель сельскохозяйственного назначения определяется на рынке купли-продажи земли под влиянием спроса и предложения. Ее величина определяется целым рядом факторов, таких как спрос и предложение, уровнем дополнительного дохода который создается на данном участке земли, от инвестиционной привлекательности аграрного сектора экономики, то есть от выгодности вложения капитала в эту отрасль и в данный участок земли, от сроков окупаемости капитальных вложений в данную отрасль. Покупатель, вкладывая капитал на приобретение данного участка земли, планирует компенсировать денежные затраты осуществленные на приобретение данного ресурса и в дальнейшем получать с ее производственного использования или передачи в аренду дополнительный доход. Поэтому он стремится снизить цену купли-продажи земель сельскохозяйственного назначения. Продавец земли предпочитает установить цену земли на более высоком уровне, так как это должна быть такая сумма денег, положив которую в банк, он мог бы получать бы аналогичный земельной ренте процент. Цена купли-продажи земель сельскохозяйственного назначения представляет собой равновесную цену, которая удовлетворяет экономическим интересам покупателей и продавцов данного имущества.

$$P_L = \sum \frac{R_j}{(1+i)^j}$$

Цена земли это бессрочное вложение капитала в землю. А любые вложения капитала должны приносить дополнительный доход. Поэтому при определении цены земли главную роль играет ставка ссудного процента.

$$j \rightarrow \infty, \text{ то } \frac{1}{(1+i)^j} \rightarrow 0.$$

Тогда

$$\lim P_L = \lim_{j \rightarrow \infty} \sum \frac{R_j}{(1+i)^j} = \frac{R}{i};$$

где R – годовая рента;

i – рыночная ставка ссудного процента.

При этом, цена земли представляет собой дисконтированную стоимость будущего дополнительного дохода, который в случае собственного использования или передачи данного участка земли в аренду присваивается собственником земли в виде земельной ренты.

Дисконтированная стоимость учитывает фактор времени в прогнозировании и приведении стоимостного показателя к заданному моменту времени [20]. Цена земли представляет собой дисконтированную стоимость актива. Для активов длительного пользования, к каковым относится земля, некоторые экономисты предлагают следующую формулу дисконтированной стоимости [21].

$$A = \frac{D}{P_R} \times 100\% ;$$

где A – актив длительного пользования, D – годовой доход, P_R – процентная ставка в банке.

Отличия, имеющиеся в этих формулах незначительны, но следует отметить, что в первой формуле в числителе определена земельная рента, во второй, годовой доход от использования земли. Таким образом, при исчислении цены земли можно рассматривать как весь годовой доход, который можно получить от использования земли или только дополнительный доход. В первом случае при исчислении формулы цен земли умножение на сто процентов отсутствует, но при этом подразумевается.

Если годовой арендная плата состоит из земельной ренты и она равняется 600 рублей, а ставка ссудного процента составляет 4%, то цена земли равняется $600 : 4 = 15000$ рублей. Цена купли продажи земли напрямую связано от величины дополнительного дохода (земельной ренты) которую можно получить при использовании земли в целях производства сельскохозяйственной продукции. Если величина земельной ренты будет падать, соответственно будет снижаться цена земли. Если величина дополнительного дохода получаемого от использования земель сельскохозяйственного назначения будет расти, то соответственно будет расти цена купли-продажи земель этой категории. При этом возможность получения дополнительного дохода (земельной ренты, если земля будет сдана в аренду) от данного участка земли также зависит от её местоположения. Если земля сельскохозяйственного назначения независимо от её качества, будет находиться вблизи от рынков сбыта, то есть городов и крупных населенных пунктов, то доходность данного участка земли будет выше в связи с сокращением затрат на перевозку сельскохозяйственной продукции.

Подводя итог, мы можем сказать, что цена купли-продажи земель сельскохозяйственного назначения, в конечном счете, напрямую зависит от эффективности функционирования аграрного сектора экономики и

рационального использования имеющихся в этой отрасли земельных ресурсов.

8.1.5 Особенности капитала как фактора производства. Износ и амортизация. Равновесие на рынке основного капитала. Процент. Дисконтирование.

Понятие капитала сложное и многогранно, под капиталом понимается в широком смысле слова это любые ресурсы созданный с целью производства большего количества благ.

Капитал разделяют на физический капитал (машины здания сооружения сырье и т.д.) и человеческий капитал (общие и специальные знания трудовые навыки, производственный опыт и.д.) человеческий капитал – это особая разновидность трудовых ресурсов. Поэтому под капиталом обычно подразумевается физический капитал. (в2)Физический капитал разделяется на основной и оборотный капитал.

Основной капитал материализованный в зданиях и сооружениях, станках, оборудовании, функционирующий в процессе производства несколько лет, обслуживая несколько производственных циклов[2]. В сельском хозяйстве к основному капиталу относят: здания (фермы, амбары и т.д.) машины (трактора, комбайны, и т.д.) рабочий и продуктивный скот (коровы, лошади, свиньи, овцы и т.д.), а также многолетние насаждения (яблони, груши, смородина, малина и т.д.) Оборотный капитал вид капитала, включающий сырье, материалы, энергетические ресурсы, расходуется полностью за один производственный цикл, воплощаясь в производимой продукции. В сельском хозяйстве к оборотному капиталу относятся семена, удобрения, корма, горюче-смазочные материалы и т.д., к основному капиталу относятся трактора, комбайны, с-х машины, животные, плодовые деревья и т.д. Капитал отличается от земли тем, что он обладает способностью воспроизводства.

Основной капитал служит в течение нескольких лет, и подлежит замене лишь по мере его физического или морального износа. Каждый год собственник основного капитала списывают определенную часть стоимости называемые амортизационные отчисления.

Другое значение термина «амортизация» – это стоимостная оценка износа основного капитала за определенный период времени. На основе этой оценки происходит ежегодное списание части стоимости основных фондов, так называемые *амортизационные отчисления*. Они поступают в

амортизационный фонд, который служит для возмещения износа основного капитала. Владельцы основных фондов осуществляют амортизационные отчисления согласно утверждаемым для всей страны *нормам амортизационных отчислений* по балансовой стоимости основных фондов.

Расчет размеров амортизационных отчислений, или списаний, производится по формуле:

$$A = \frac{K_{\Pi} - K_o}{T},$$

где A – размер ежегодных амортизационных отчислений, руб.; K_{Π} – первоначальная стоимость основного капитала, руб.; K_o – остаточная стоимость основного капитала на момент его предполагаемого выбытия из эксплуатации, руб.; T – срок службы вещественных носителей основного капитала, годы.

Ежегодные амортизационные отчисления включаются в издержки производства. Поэтому предприниматели заинтересованы в увеличении списаний в амортизационный фонд, так как эти средства более выгодно, чем прибыль, использовать для финансирования инвестиций: с них не надо платить налогов.

В современных условиях амортизационные отчисления – главный источник финансирования капитальных вложений в развитых странах. Поэтому государство часто разрешает фирмам *ускоренную амортизацию*, позволяющую на основе высоких норм амортизационных отчислений списывать стоимость основных фондов быстро, за несколько лет. Обычно ускоренная амортизация разрешается для активной части основных фондов. Однако это может иметь следствием не только быстрое обновление основного капитала, но и увеличение той части издержек производства, которая приходится на амортизационные отчисления.

Как уже упоминалось, цена любого блага зависит от полезности, полезность фактора производства является в удовлетворение производственных потребностей, а именно в получение будущего дохода.

Собственник капитала получит доход от капитала только в случае использования его в производственных целях, при передаче его предпринимателю, или сам станет предпринимателем. Доход от производства получаем только после реализации полученных благ, а капитал в течение всего производственного цикла и реализации который занимает некоторый промежуток времени. Время от начала производства и реализации продукции колеблется в зависимости от отрасли и вида продукции. Так, в растениеводстве производственный цикл равен почти году, а также необходимо реализация продукции, колебание цены в течение года

значительна разница составляет почти в 3 раза. По этой причине с момента начала производства до реализации проходит почти от года до полутора лет. Чем длиннее цикл производства то есть время для получения дохода тем больше доход должен быть. Таким образом, фактор времени приобретает при анализе капитала первостепенное значение.

Когда говорят о капитале как объекте купли-продажи на рынке, обычно имеют в виду не весь имеющийся в экономике запас капитальных благ, а поток нового капитала, который появляется в данный период в производстве[1].

Для создания и увеличения капитала необходимы вложения денежных средств – инвестиции. **Инвестирование** – это прогресс создания *или* пополнения запаса *капитала*. Обычно под процессом инвестирования понимают приток нового капитала в данном году. Различают валовые и чистые инвестиции. **Валовые инвестиции** – это *общее увеличение запаса капитала*. Валовые инвестиции сравниваются с затратами на возмещение. **Возмещение** – *это процесс замены изношенного основного капитала*. **Чистые инвестиции** – это валовые *инвестиции за вычетом средств, идущих на возмещение*. [1]

Если валовые инвестиции больше возмещения, то чистые инвестиции положительны (имеет место прирост запаса капитала, производство расширяется). Если валовые инвестиции меньше возмещения, то чистые инвестиции отрицательны: "проедается" имеющийся капитал. И наконец, если валовые инвестиции равны возмещению, то запас капитала остается на прежнем уровне, имеет место продолжение производства в тех же самых масштабах (простое воспроизводство).[1]

В целом в экономике фирмы предъявляют спрос не просто на какие-то материальные капитальные блага (трактора, комбайны, удобрения), а на временно свободные денежные средства, которые можно потратить на эти капитальные блага и вернуть, отдав часть прибыли от их использования в будущем. Поэтому спрос на инвестиции это спрос на заемные средства, а ссудный процент есть цена заемных средств. Следовательно, когда мы говорим о рынке капитала, мы имеем в виду рынок денежного капитала. (3)

Спрос на денежный капитал тем больше, чем ниже ставка судного процента. Это связано с тем, что производитель применяет капитал в том количестве когда предельный доход от капитал будет равен предельным издержкам от использования капитала. Соответственно при увеличение ставки судного процента увеличивают и придельные издержки, что ведет к сокращению использования капитала и сокращению спроса на капитал.

Например, при производстве зерна мы можем увеличить его урожайность только с увеличением применения удобрений, мы будем увеличивать применения удобрений до тех пор пока стоимость дополнительной продукции будет расти быстрее чем увеличение затрат на покупку удобрений вызвавшей прирост полученной продукции.

Кроме ставки судного процента на спрос влияет изменения цены использования других факторов производства, изменения цен на готовую продукцию, изменения производительности факторов производства и т.д.

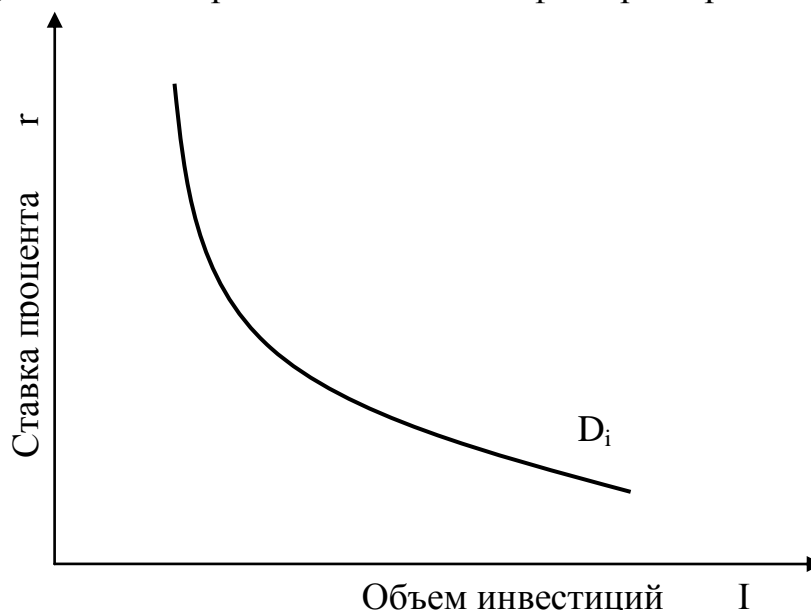


Рисунок 8.12 Кривая спроса на инвестиции

Предложения капитала тем выше, чем выше ставка судного процента. Данная закономерность связана с тем, что источником инвестиций является сбережения. Сбережения — это часть дохода, которая не потреблена на данный момент. Для того чтобы увеличить инвестиции необходимо увеличить сбережения. При увеличении сбережений сокращается потребление. Но как мы знаем человек стремится к максимальному удовлетворению своих потребностей, а сокращение потребления ведет к сокращению уровня удовлетворения потребностей на данный момент. Соответственно человек будет сберегать только в том случае, когда будущей уровень удовлетворения потребностей будет выше, чем на данный момент. А это означает, что для увеличения сбережения необходимо повышения доходности инвестиции, то есть повышения судного процента.

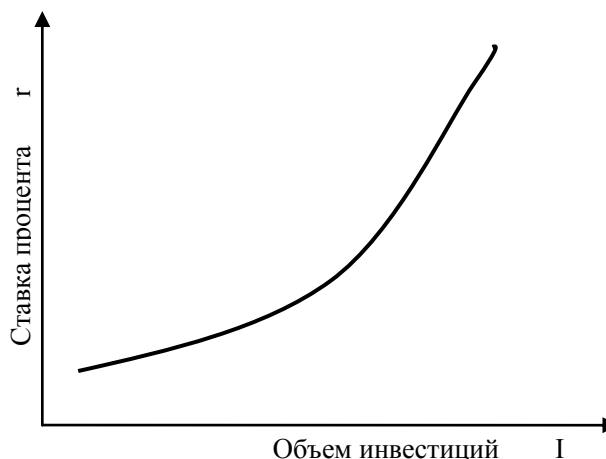


Рисунок 8.13 Кривая предложения инвестиций

На предложения капитала влияют не только ставка судного процента но и другие факторы. Уровень доходов, различные риски, и д.р.

При совмещении спроса и предложения на денежный капитал получим равновесие на рынке капитала.

Зная ставку процента I можно определить будущей доход инвестиций $I \times (1+i)$ но зачастую необходимо оценить нынешнюю стоимость будущих доходов данный показатель называется текущая дисконтированная приведенная стоимость (Present Discount Value – PDV) – это нынешняя стоимость 1 доллара, выплаченного через определенный период времени.[1]

$$PDV = \pi_n / (1+i)^n$$

где π_n доход в n -ом году;
 i ставка процента.

Оценка будущих доходов играет важную роль при принятии решений по инвестициям. Для этого используют **понятие чистой дисконтированной стоимости (NetPresent Value – NPV)**.

$$NPV = \sum \pi_n / (1+i)^n - I$$

где: π_n доход в n -ом году;
 i – ставка процента;
 I – инвестиции.

Данный показатель показывает целесообразность инвестирования. Если чистая дисконтированная стоимость больше нуля, то это означает что доход от ожидаемых инвестиций больше, чем величина инвестиций.

Таким образом, объем инвестиций соответственно капиталовложений в отрасль зависит от доходности дополнительного вложения капитала и ставки процента на капитал сложившегося на рынке капитала. Если доходность

капитала в отрасли ниже чем ставка процента, то происходит зачатую отток капитала так как существуют более доходные варианты вложения инвестиций. Так например слабые инвестиции в сельское хозяйство связаны с невысокой доходность инвестиций. Кроме того большим уровнем рисков в сельском хозяйстве это обусловлено тем, что в процессе производства с-х продукции участвуют природные факторы (тепло, солнечная радиация, количество осадков и т.д.) которые по большей части не подконтрольны человеку и слабо прогнозируемые. Данные особенности сельского хозяйства приводит к тому, что сельхозпроизводитель не может с достаточной вероятностью спрогнозировать доходность капиталовложений. По этой причине инвесторы не желают инвестировать в сельское хозяйства так как существуют менее рискованные отрасли и зачастую более доходные.

Вопросы для самопроверки

1. Какие рынки факторов производства вы знаете?
2. Чем отличается рынок потребительских товаров от рынков факторов производства?
3. От чего зависит спрос на ресурсы?
4. Что представляет из себя капитал?
5. Какие виды капитала выделяется?
6. Что такое амортизация?
7. Как рассчитать размер ежегодных амортизационных отчислений?
8. Что такое ускоренная амортизация?
9. Что является объектом купли продажи на рынке капитала?
10. Что такое инвестиции?
11. От чего зависит спрос и предложение на инвестиции?
12. Что является источником инвестиций?
13. Как определить дисконтированную стоимость?
14. Какие рынки факторов производства вы знаете?

Тесты

1. Укажите в кружочках авторов указанных ниже определений понятия «земельная рента». а) У. Петти, б) А. Смит, в) Д. Рикардо, г) К. Маркс.

О) Рента представляет собой наивысшую сумму, какую в состоянии уплатить арендатор при данном качестве земли.

О) На практике всё, что фермер платит земельному собственнику в форме арендных денег за разрешение возделывать землю, выступает естественно, как земельная рента.

О) Рента – это та доля продукта земли, которая уплачивается землевладельцу за пользование первоначальными и неразрушимыми силами почвы.

О) Любой излишек, в том числе излишек над стоимостью заработной платы (прибавочную стоимость), излишек при вкладывании денег в банк (ссудный процент).

2. Что такое мнимая – иррациональная форма стоимости земли по К. Марксу

а) Вещь формально может иметь цену, не имея стоимости, выражение цены является здесь мнимым

б) Чтобы продать вещь, для этого не требуется ничего иного, как только чтобы она способна была сделаться объектом монополии и отчуждения

в) Земля не создана человеческим трудом, но при этом она является экономическим благом и вовлекается в процесс производства платно

г) Все предыдущие ответы верны

3. Кто из экономистов классиков наиболее полно раскрыл многообразие форм земельной ренты

а) У. Петти

б) Дж. Андерсен

в) А. Смит

г) К. Маркс

4. Дайте нижеуказанным понятиям соответствующие определения: дифференциальная рента один, дифференциальная рента два, монополия рента, абсолютная рента.

О. Дополнительный доход, возникающий в результате различия естественного плодородия и местоположения земли и который присваивается собственником земли в виде платы за ресурс.

О. Дополнительный доход, возникающий в результате превышения монополия цены на отдельные виды сельскохозяйственной продукции над общественной (рыночной) ценой (в результате ограниченности и редкости

данного продукта) и присваиваемый земельным собственником в виде платы за землю.

О. Это сверхдоход (доход, возникающий сверх средней нормы прибыли и дополнительного дохода) возникающий в первую очередь в результате превышения общественных цен на сельскохозяйственную продукцию над ценой их производства на землях худшего качества и присваиваемый земельным собственником в виде вознаграждения за пользование землей.

О. Дополнительный доход, возникающий у арендатора сверх средней нормы прибыли в результате эффективного вложения дополнительного капитала в землю и присваиваемый земельным собственником.

5. Почему классики экономической теории особое внимание обращали на проблему земельной ренты?

а) потому что, земельная рента являлась одним из основных источников доходов (богатства) земельных собственников и государственного бюджета;

б) потому что земельная рента была незаработанным доходом, и её изъятие в пользу общества считалась справедливым;

в) потому что это было легкой и доступной темой научного исследования, в которой можно было себя проявить;

г) потому что не было других серьезных тем для научного исследования.

6. Почему в классической экономической теории за термином земельная рента закрепилось два экономических содержания: любая сверхприбыль и сверхприбыль, которую фермер платит собственнику земли за право возделывать данный участок земли?

а) в основе двойственности трактовок земельной ренты лежит различные толкования этого понятия в различных странах мира;

б) в начале земля сдавалось в аренду крепостным крестьянам, собственники земли знали, сколько дополнительного дохода дает каждый участок земли и на основе этих знаний диктовали и устанавливали величину земельной ренты на уровне этой сверхприбыли;

в) потому что, в тот период общественный спрос на продукты земли был настолько высок, что все земли давали сверхприбыль и дополнительный доход, который присваивался собственником земли, даже при передаче земли в аренду;

г) все ответы верны.

7. В чем основная причина неэластичности предложения земли от цены на рынке аренды земли?

а) спрос на землю не изменяется в краткосрочном и долгосрочном периоде;

б) цена на землю не изменяется независимо от количества земли, на который имеется спрос на рынке аренды земли;

в) количество земли ограничено и поэтому при росте цены растет предложение земли;

г) количество земли фиксировано и ограничено, в связи с этим рост или снижение цены аренды земли (земельной ренты) не приводит к росту или снижению предложения данного ресурса.

8. В чем отличие арендной платы за земли сельскохозяйственного назначения и земельной ренты.

а) никакого отличия;

б) отличия в том, что земельная рента включает в себя арендную плату;

в) отличия в том, что арендная плата за земли сельскохозяйственного назначения включает земельную ренту;

г) земельная рента может быть больше арендной платы за земли сельскохозяйственного назначения.

9. Что такое арендно-рентные отношения?

а) это единая система взаимосвязанных и взаимодополняемых друг – друга экономических и правовых отношений возникающих в процессе передачи земли во временное пользование и определения величины земельной ренты;

б) это отношения, возникающие в процессе распределения дополнительного дохода, произведенного в процессе использования земель сельскохозяйственного назначения;

в) это отношения, возникающие в процессе составления договора аренды земли;

г) это экономические отношения, возникающие в процессе определения величины земельной ренты, как цены земли.

10. Если землевладелец ежегодно получает 6 тыс. денежных единиц земельной ренты, а банк оплачивает вкладчикам 6 % годовых, то цена земельного участка равна...

- а) 100 тыс. рублей;
- б) 20 тыс. рублей;
- в) 600 тыс. рублей;
- г) 5 млн. рублей.

Глоссарий

Заработная плата (*wage*) — цена, выплачиваемая за использование труда наемного работника.

Земельная рента (*land rent*) — плата за использование земли и других природных ресурсов, предложение которых строго ограничено.

Процент (*interest*) — цена, уплачиваемая собственникам капитала за использование заемных средств в течение определенного периода.

Прибыль (*profit*) — определяется как разность между совокупной выручкой (*total revenue*) и совокупными издержками (*total cost*): $n - TR - TC$.

Дисконтирование (*discounting*) — приведение экономических показателей (выручки, издержек) будущих лет к сегодняшней ценности (*present value*).

Рынок труда — сфера формирования спроса и предложения на трудовые услуги за заработную плату и другие предоставляемые блага. Через рынок труда осуществляется продажа рабочей силы на определенный срок.

Рабочая сила (*Labor force*) — это общая численность работающих и безработных, активно ищущих работу, граждан не моложе 16 лет; способность любого человека к труду, а также общая совокупность его физических и интеллектуальных способностей, применяемых им в трудовой деятельности.

Дифференциальная рента I представляет собой добавочную прибыль, возникающую как разница в производительности труда при равновеликих затратах на средних и лучших (по местоположению или плодородию) землях.

Дифференциальная рента II представляет собой добавочную прибыль, возникающую при добавочных вложениях капитала на одном и том же земельном участке.

Тема 9.1. Особенности ценообразования на с/х продукцию в условиях свободного рынка (ВТО).

9.1.1 Особенности аграрного сектора экономики Экономическая сущность и виды цен в АПК

9.1.2 Специфика формирования цен на сельскохозяйственную продукцию в условиях свободного рынка (ВТО)

9.1.3 Ценовая политика и регулирование цен в АПК

9.1.4 Особенности ценообразования на сельскохозяйственную продукцию в условиях свободного рынка (ВТО)

Основная литература:

1. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znaniyum.com/>
2. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znaniyum.com/>
3. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znaniyum.com/>
4. Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ, Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

Дополнительная литература (книги):

5. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.
6. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.
7. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 608с.
8. Лукманов Д.Д. Рациональное использование земельных ресурсов аграрной сферы: вопросы теории и практики//Аграрный вестник Урала. – 2010. - №3. – С.27-30.

9.1.1. Особенности аграрного сектора экономики. Экономическая сущность и виды цен в АПК

Цена является одним из ключевых элементов рыночной экономики. Это сложная экономическая категория, в которой пересекаются все

основные проблемы развития отраслей АПК. В экономической литературе существует несколько определений данного понятия. Цена есть денежное выражение стоимости товара. Стоимость определяется затратами труда на производство товара, то есть имеет трудовую природу. Однако такое определение обладает естественной ограниченностью вследствие применимости только к продуктам труда. На основании этого определения не представляется возможным устанавливать цены предметов, не являющихся результатом человеческого труда, например земли или природных богатств. Согласно этому подходу считается, что они не обладают трудовой, меновой стоимостью, а следовательно, и ценой.

Другое определение цены имеет более широкое рыночное толкование.

Цена — это форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена. В такой формулировке выделяются два основных момента. Во-первых, подчеркивается непосредственная связь цены товара с ценностью, полезностью, которой он обладает как объект потребления. Во-вторых, согласно такой трактовке цена товара проявляется только в условиях его обмена на деньги или другой товар. Это значит, что вне рынка, без купли-продажи о цене говорить не приходится, ее может устанавливать только рынок. Попросту говоря, цена товара представляет собой сумму денег, которую покупатель готов заплатить за товар определенной полезности. Этот подход представляется более универсальным и конструктивным.

Цены должны обеспечивать эквивалентный обмен между отраслями народного хозяйства, насыщение продовольственного рынка за счет приоритетного и эффективного развития отечественного производства. От цены зависит как возмещение издержек производства, так и прибыль. Сложившийся в настоящее время уровень цен обуславливает низкий уровень рентабельности производства во многих предприятиях АПК.

В условиях рынка высокая эффективность агропромышленного производства возможна только при наличии экономически обоснованной системы цен и ценообразования, поскольку цена связана не только с равновесием спроса и предложения, но и с равновесием между издержками на производство сельскохозяйственной продукции и экономическими возможностями товаропроизводителей. Для производителя важно, чтобы цены реализации позволяли получать прибыль и вести расширенное воспроизводство. Однако ныне на многие виды сельскохозяйственной продукции и продовольствия действуют цены, которые не обеспечивают должный уровень рентабельности, а нередко, особенно в животноводстве, не позволяют даже оплатить вложенный труд и возместить материальные

затраты. Кроме того, в зависимости от целей экономического исследования различают следующие виды цен:

Оптовые цены предприятия – цены товаропроизводителей, по которым они реализует свою продукцию оптовым потребителям (другим предприятиям, сбытовым и оптовым организациям). Эти цены должны возмещать предприятию издержки производства и обращения и обеспечить получение такой прибыли, которая позволила бы ему нормально функционировать в условиях рынка. Следовательно, в состав оптовой цены предприятия входят издержки производства и обращения, прибыль, надбавка (скидка) и налог на добавленную стоимость.

Оптовые цены отрасли. В состав таких цен входят цена предприятия, издержки и прибыль оптовой торговли, а также издержки и прибыль розничной торговли. Сельскохозяйственное производство отличается тем, что его продукция поступает в основном на сырьевой рынок, и поэтому оно ориентировано главным образом на оптового покупателя. Цены на сельскохозяйственную продукцию в большей части регулируются государством (закупочные), либо складываются под влиянием рыночной конъюнктуры (договорные, рыночные).

Розничные цены – цена, по которой продукция реализуется конечному покупателю через розничную торговую сеть. Розничная цена выше оптовой на величину торговой надбавки, за счет которой компенсируются издержки обращения, и формируется прибыль розничного торгового предприятия.

Закупочные цены – цены, по которым государство закупает продукцию для своих нужд (госрезерв и т. п.); иногда такие цены называют гарантированными, так как уровень цен и объемы реализации устанавливаются заблаговременно и гарантируются государством;

Сопоставимые (неизменные) цены – единые общероссийские цены какого-либо определенного года, используемые для измерения динамики физических объемов производства и реализации продукции; в строительстве применяются с 1991г., в сельском хозяйстве с 1994г.

Целевые цены устанавливаются Правительством РФ для обеспечения паритетного соотношения цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию, для покрытия взимаемых налогов и других платежей. Целевые цены на сельскохозяйственную продукцию используются в качестве основы для установления гарантированных цен, залоговых ставок при залоге сельскохозяйственной продукции, а также для расчета дотаций и компенсаций сельскохозяйственным товаропроизводителям.

Гарантированные цены применяются на сельскохозяйственную продукцию в случае, если средние рыночные цены ниже гарантированных, а также при реализации сельскохозяйственной продукции непосредственно государству или при осуществлении доплат товаропроизводителям. Они рассчитываются на основе целевых цен и устанавливаются органами государственной власти. Гарантированная цена должна обеспечивать сельскохозяйственным товаропроизводителям получение доходов, достаточных для расширенного воспроизводства. Перечень сельскохозяйственной продукции, объемы (квоты) ее реализации, уровень гарантированных цен и порядок их применения устанавливает Правительство РФ.

В зависимости от территории действия различают цены единые (по стране) и региональные (зональные, местные).

Единые цены обычно устанавливают на базовые виды продукции (зерно, мясо, молоко), они регулируются государственными органами.

Региональные (местные) цены могут быть оптовые, закупочные, розничные. Их устанавливают предприятия – производители, территориальные органы ценообразования. Региональными являются цены и тарифы на подавляющее большинство сельскохозяйственной продукции, услуг грузового автотранспорта и т. д.

9.1.2. Методы ценообразования (затратный, рыночный), механизм ценообразования в АПК. Элементы цены, ее структура.

Каждый товар имеет цену, но далеко не каждое предприятие в состоянии установить цену, по которой оно хочет продавать свой товар.

Если товары не дифференцированы, а конкуренты многочисленны, предприятие не обладает рыночной силой и должно принять цену, задаваемую рынком. В зависимости от особенностей товара, размеров и финансовой помощи фирмы-продавца, целей, которые она ставит, для расчета цены могут быть использованы различные методы. Существуют два основных метода ценообразования: затратный и рыночный.

Затратные методы - учитывают интересы производителя, который стремится возместить свои затраты и получить гарантированную прибыль без учета, в какой степени такая цена адекватна той пользе, которую дает эта продукция потребителю.

При исчислении рыночной цены применяются следующие методы:

1. метод, основанный на определении полных издержек;

2. метод, ориентирующийся на прямые затраты и в то же время учитывающий совокупность всех рыночных условий, особенно условий сбыта.

Суть метода, основанного на определении полных издержек, состоит в суммировании совокупных издержек и прибыли, которую фирма рассчитывает получить.

Главное преимущество данного метода – простота и удобство, однако, он имеет два больших недостатка:

1) При установлении цены не принимается во внимание имеющийся спрос на товар, конкуренция на рынке, поэтому возможна ситуация, когда товар при данной цене не будет пользоваться спросом, а продукция конкурентов может быть лучше по качеству и более известна покупателю благодаря рекламе и т.д.

2) Любой метод отнесения на себестоимость товара постоянных накладных расходов, которые являются расходами по управлению предприятием, а не расходами для производства данного товара, является условным. Он искажает подлинный вклад продукта в доход предприятия.

Метод полных затрат наиболее распространен на предприятиях с четко выраженной товарной дифференциацией для расчета цен традиционных товаров, а так же для установления цен на совершенно новые товары, не имеющие ценовых прецедентов.

Сущность метода прямых затрат состоит в установлении цены путем добавления к переменным затратам определенной надбавки-прибыли.

При этом постоянны расходы, как расходы предприятия в целом, не распределяются по отдельным товарам, а погашаются из разницы между суммой цен реализации и переменными затратами на производство продукции.

Рыночный метод. При подобном подходе к определению цены фирма исходит из положения, что потребитель самостоятельно оценивает ценность товара (услуги), беря в расчет основные и дополнительные преимущества товара по сравнению с аналогичными на рынке, уровень и качество послепродажного обслуживания фирмой товара и т.д. и с учетом этих обстоятельств определяет соотношение между оценкой полезности товара и его ценой. Основным фактором при этом методе является покупательское восприятие, позволяющее покупателю из всей предложенной гаммы выбрать наиболее оптимальный с точки зрения цены и качества товар, учитывая при этом, что приобретение дорогостоящего товара может быть иногда целесообразнее, чем покупка более дешевого аналога.

При использовании метода с ориентацией на спрос производственные затраты рассматриваются лишь как ограничительный фактор, ниже которого реализация данного товара экономически не выгодна. При этом производственные затраты могут быть одинаковыми при разном уровне цен.

Влияние фактора конкуренции на принятие решения об установлении цены на товар зависит от структуры рынка. Компании, придерживающиеся такой тактики, установят цену на свой товар чуть выше или чуть ниже уровня конкурентов.

Для выбора метода ценообразования в сельском хозяйстве необходимо учитывать следующие особенности:

- 1) Производство испытывает влияние природно-климатических условий.
- 2) Различия в продуктивности земли и скота, а так же в издержках производства
- 3) Сезонность производства в АПК приводит к неравномерности поступления денежных средств от реализации продукции, а также потребности в них в течение года, что должно учитываться при ценообразовании.

Цены на продукцию агропромышленного производства довольно неустойчивы и подвержены влиянию целого ряда факторов, таких, как :

конъюнктура рынка, спрос и предложение; научно-технический прогресс и производительность труда; конкуренция; налоги; государственное регулирование цен; издержки производства и реализация продукции; качество продукции; сроки и каналы реализации.

Любая цена включает в себя определенные элементы. При этом в зависимости от вида цены состав этих элементов может меняться. Соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах или долях единицы, представляют собой структуру цены. Состав и структура цены приведены на рисунке 9.1.

Себестоимость продукции	Прибыль предприятия	Акция (по подакционным товарам)	НДС	Снабженческо-сбытовая организация	Торговая надбавка
Оптовая цена предприятия без НДС					
Отпускная цена предприятия без НДС					
Отпускная цена предприятия с НДС (покупная цена оптового посредника)					
Продажная цена оптового посредника (покупная цена предприятия торговца)					
Розничная цена					

Рисунок 9.1 Состав и структура цены

Если товар не облагается акцизом, то оптовая цена предприятия совпадает с отпускной и структура цены упростится. При наличии нескольких оптовых посредников будет существовать соответствующее количество однотипных элементов. В результате доля снабженческо-сбытовой надбавки в составе цены возрастает, а структура цены товара усложнится. Зная структуру цены, производимой предприятием продукцией, можно выявить, какую долю в цене занимают затраты, прибыль и косвенные налоги. На основе этого определяются резервы снижения себестоимости, вырабатывается ценовая стратегия, а так же выбирается метод ценообразования, соответствующий данному моменту и цели предприятия.

9.1.3. Ценовая политика и регулирование цен в АПК

Цены и ценообразование всегда оказывали большое влияние результаты финансовой деятельности и положения предприятий АПК. Особенно усилилась их роль в связи с переходом к рыночной экономике.

В плановой экономике закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию и оптовые цены смежных сфер АПК определялись по затратной концепции. В основе цены лежали общественно необходимые затраты на производство того или иного вида продукции плюс прибыль нормально работающего предприятия. Это позволяло поддерживать относительную сбалансированность цен между сферами АПК и отраслями сельскохозяйственного производства

С переходом к рыночной экономике положение изменилось. Преувеличенная оценка эффективности рыночных отношений и действия стихийного рыночного механизма регулирования экономики, основанная на нарушении принципов его функционирования, подтолкнуло правительство к введению свободного ценообразования на сельскохозяйственную продукцию. Само же сельское хозяйство было объявлено недотационной отраслью. Расчет был на то, что цены, сложившиеся под влиянием спроса и предложения, вызовут прогрессивную структурную перестройку и повысят эффективность экономики.

Но произошло то, что и должно было произойти, и что происходит в других странах при идентичной ценовой политике в отношении сельского хозяйства. Из-за ошибок государства в ценовой политики в России сформировалась саморазрушающая система отношений между тремя сферами АПК (предприятиями, производящие средства производства для

сельского хозяйства, самими сельскохозяйственными предприятиями и предприятиями перерабатывающей промышленности).

Регулирование цен – это деятельность государства, направленная на установление определенного уровня цен, обеспечивающего прибыльность и устойчивую конкурентоспособность предприятий. Государственные мероприятия по регулированию цен могут носить законодательный, административный и судебный характер. Мероприятия по регулированию цен осуществляют Министерство экономического развития РФ, Министерство финансов РФ и Центральный банк.

К мерам государственного административного регулирования цен относятся:

- «замораживание» цен и другие способы их фиксации на определенном уровне;
- контроль над теми ценами, которые устанавливаются отдельными монополиями и крупными предприятиями;
- регламентация методов учета издержек производства, которые служат отправной базой для установления цен;
- воздействие на спрос и предложение конкретного вида товара с целью формирования определенного соотношения между ними.

Этот способ широко применяется в отношении сельскохозяйственных и сырьевых товаров, т. е. тех, в производстве и потреблении которых государство занимает значительное место или по которым имеет крупные госзаказы.

Следует отметить, что не в одной экономически развитой стране не существует свободного ценообразования на сельскохозяйственную продукцию и продукцию ее переработки. Сфера контролируемого государством ценообразования составляет от 10 до 50% общего объема выпускаемой продукции.

В настоящее время в России основная проблема сельскохозяйственных товаропроизводителей заключается в безудержном росте цен на промышленные средства производства и услуги, особенно на ГСМ, электроэнергию и т. д., которые за 2007 – 2008г. увеличились на 40 – 60%. Низкий платежеспособный спрос на сельскохозяйственное сырье и технику сделал произведенную продукцию неконкурентоспособной.

Как показывает зарубежный опыт, сельское хозяйство в современных условиях относится к важнейшим сферам активного вмешательства государства. Аграрный сектор в развитых европейских странах является одним из приоритетных в их экономической и технической политике.

Показателями опосредованного государственного регулирования можно считать уровень бюджетной поддержки фермерских цен на произведенную продукцию. Так, начиная с 80-х годов он повысился с 14,7 до 35,8%, в том числе на растениеводческую продукцию – с 8,5 до 47, животноводческую – с 20 до 28,5%. Субсидии достигли в среднем 45 – 50% стоимости произведенной фермерами товарной продукции, в Японии и Финляндии – 70%, а вот в России – лишь 3,5%. В США на развитие сельского хозяйства в расчете на единицу продукции затрачивается на 30% больше по сравнению с другими отраслями.

Национальные дотации и компенсации в ЕС предоставляются в рамках общеевропейской дотационной политики в соответствии с ее принципами. К такого рода помощи относятся: регулирование объемов производства, ценовые вмешательства (надбавки к ценам), высокая компенсация за экспортную продукцию.

Общая основа ценообразования в АПК зарубежных стран – приведение в соответствии закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию и общественно необходимых затрат на ее производство и реализацию. К особенностям ценообразования также относится дифференциация целевых цен по месяцам хозяйственного года в пределах до 10% их среднегодового уровня. Это предусмотрено в целях компенсации фермерам затрат на хранение нереализованной продукции и непосредственно на оплату тарифов коммерческих государственных складов. В последнем случае осуществляется частичная компенсация убытков от потерь сельхозпродукции при хранении.

9.1.4. Особенности ценообразования на сельскохозяйственную продукцию в условиях свободного рынка (ВТО).

После 18 лет переговоров летом 2012 года Россия официально стала членом Всемирной торговой организации. Вступив во Всемирную торговую организацию, Россия включается во все правила мировой торговли, а также принимает на себя обязательства, которые показывают всему миру, что мы готовы их соблюдать.

В Соглашении присоединения России к ВТО предусмотрен отказ от применения мер государственной поддержки, оказывающих негативное влияние на сельскохозяйственную торговлю, т.е. всех мер непосредственно искажающих цену товара.

В соответствии с соглашением ВТО все нетарифные торговые ограничения (квоты, переменные пошлины, монополия внешней торговли и

т.д.) должны быть отменены и преобразованы в тарифные эквиваленты (обычные таможенные пошлины) с учетом разницы между средними внутренними ценами и репрезентативными мировыми ценами. Защита внутреннего рынка должна осуществляться исключительно тарифными мерами.

Страны-участники ВТО обязаны «связать» уровни тарифов, то есть зафиксировать в перечне обязательств максимально допустимые с момента присоединения к ВТО ставки ввозных таможенных пошлин. Страна не вправе устанавливать таможенные тарифы, превышающие уровень связывания, в противном случае пострадавшей стране должна быть предоставлена компенсация.

В Соглашении ВТО определены основные параметры договоренностей по ставкам импортных пошлин (табл. 1), в соответствии с которым, в части сельскохозяйственных товаров и продовольствия снижение тарифов составит порядка 4,4% с 15,6% - современное состояние к 11,2% - через 7 лет.

Таким образом, доля ввозной таможенной пошлины, в составе цены на импортную с/х продукцию будет уменьшаться. Механизм ценообразования со вступлением в ВТО теряет очень ценные инструменты регулирования импорта с/х продукции – меры нетарифного регулирования, которые будут заменены тарифными эквивалентами, роль которых также будет угасать в следствии их «связывания».

Таблица 9.1 – Основные параметры договоренностей по ставкам импортных пошлин в сравнении с действующим тарифом

	ЕТТ: средневзвешенная	ВТО: средневзвешенная	
		Начальный уровень ¹	Конечный уровень ²
Вся номенклатура	10,293	11,850	7,147
С/х товары	15,634	15,178	11,275
Промышленные товары	9,387	11,256	6,410

Еще один немаловажный принцип провозглашенный в ВТО, оказывающий влияние на механизм ценообразования в отрасли -

¹ Максимально допустимый уровень ставок пошлин, который может применяться с даты присоединения России к ВТО.

² Максимально допустимый уровень ставок пошлин, который может применяться по истечении переходных периодов.

фиксирование размеров бюджетной поддержки сельского хозяйства. (табл. 9.2).

В соответствии с которым все меры внутренней поддержки классифицируются в зависимости от того, оказывают они искажающее воздействие на торговлю и производство или нет, на два вида: меры «зеленой корзины» и меры «желтой корзины».

Таблица 9.2 Бюджетная поддержка сельского хозяйства: классификация ВТО

Меры "желтого ящика"	" Меры "зеленого ящика"
<ul style="list-style-type: none"> - Ценовая поддержка; - Сбытовые кредиты; - Выплаты из расчета площади с/х угодий; - Выплаты из расчета численности с/х животных; - Субсидии в отношении средств производства; - Отдельные программы субсидируемых кредитов. 	<p>Общие услуги (научные исследования; ветеринарные и фитосанитарные мероприятия; подготовка и повышение квалификации кадров; информационно-консультационное обслуживание; контроль безопасности продуктов питания; маркетинговые и сбытовые услуги; инфраструктурные услуги);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Содержание стратегических продовольственных запасов; - Внутренняя продовольственная помощь нуждающимся слоям населения; - Поддержка дохода (не связана с производством); - Страхование урожая; - Помощь при стихийных бедствиях; - Охрана окружающей среды; - Помощь производителям в неблагополучных районах; - Содействие структурной перестройке путем возмещения раннего выхода производителей на пенсию, путем возмещения отказа от использования ресурсов, путем инвестиционной помощи.

Меры «зеленой корзины» могут быть профинансированы государством в любом необходимом объеме, они освобождаются от обязательств по сокращению (исследования, обучение, санитарный контроль, инфраструктура, охрана окружающей среды, обеспеченность продовольствием).

Меры внутренней поддержки, оказывающие искажающее воздействие на торговлю и производство – меры «желтой корзины», подлежат «связыванию» и последующему сокращению. Максимально допустимый уровень поддержки из «желтой корзины» рассчитывается как среднегодовая величина фактических расходов этой «корзины» за последние три года (базовый период), как на региональном, так и на федеральном уровне.

Мерами «желтой корзины» являются некоторые формы поддержки доходов, а именно: содействие структурной перестройке, прямые платежи по региональным программам и программам по охране окружающей среды. В соответствии с достигнутой с ВТО договоренностью объем «желтой корзины» в 2012 году составит 9 млрд. долл., который к 2017 г должен быть снижен до

4,4 млрд. долл. в год. При этом применение мер «зеленой корзины», как об этом говорилось выше, не будет ограничено.

Важным принципом правил регулирования внутренней поддержки ВТО является «De minimis» – это доля поддержки валовой стоимости произведенной продукции: для развитых стран, к которым будет относиться и Россия это 5%, для развивающихся – это 10%.

Предполагается, что 5-процентный объем поддержки в валовой стоимости произведенной продукции оказывает минимальное искажающее воздействие на торговлю, поэтому в отношении de minimis не применяется сокращение и такие субсидии исключаются из расчетов обязательств по объемам поддержки.

Тем самым ВТО ограничивает уровень государственной поддержки, что несет за собой изменения в механизме ценообразования на с/х товары, за счет фиксирования пороговых значений субсидий в цене товара.

Таким образом, вступление в ВТО оказывает мощное воздействие на механизм ценообразования в сельском хозяйстве, за счет ограничения мер оказывающих искажающее воздействие на торговлю и производство, что в перспективе должно привести к увеличению конкурентоспособности предприятий отрасли за счет действия механизма свободного рынка.

Список использованной литературы:

1. Аграрная политика ЕС и ее влияние на международную торговлю// АПК: Экономика и управление. 2006, № 2, с.23-25
2. Агропромышленный комплекс России в 2001 – 2005 годах и первом полугодии 2006 года (экономический обзор)// АПК: Экономика и управление. 2006, № 10, с.52-58
3. Беляева И.Ю. Цены и ценообразование. М., 2004.-157 с.
4. Бодриков Д.В. Методика анализа сложной динамики цен на зерновые// Прикладная эконометрика, 2008, №2, с. 11-21
5. Волкова Н. А., Столярова О. А., Костерин Е. М. Экономика сельского хозяйства и перерабатывающих предприятий – М.: Колос, 2005. – 240 с.
6. Инфляция и ценообразование в АПК РФ: влияние государства, бизнеса и кооперации// Вопросы экономики, 2008, №8, с.153-156
7. Коваленко Н. Я. Экономика сельского хозяйства. – М.: ЭКМОС, 1999. – 448 с.

8. Попова Т.М. Экономика сельского хозяйства – М.: Проспект, 2004. – 200 с.
9. Регулирование цен на продукцию и услуги агропромышленного комплекса// АПК: Экономика и управление. 2006 № 8
10. Росстат. Основные показатели сельского хозяйства в России, - М.: Статистика России, 2011
11. Цеддиес Ю., Райш Э., Угаров А. А. Экономика сельскохозяйственных предприятий. – М.: МСХА 1999, 400 с.
12. Ермолова, О.В., Кирсанов В.В. Этапы интеграции АПК в мировую продовольственную систему / О.В. Ермолова, В.В Кирсанов // Региональные агросистемы: экономика и социология – 2011. - №2.-19 с.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение понятию «цена»?
2. Что такое оптовые цены предприятий?
3. Что такое сопоставимые (неизменные) цены?
4. Какие методы используются при исчислении рыночной цены?
5. Какие органы власти осуществляют мероприятия по регулированию цен?
6. Сколько средств в США выделяется на развитие сельского хозяйства в расчете на единицу продукции?
7. Каковы основные параметры договоренностей по ставкам импортных пошлин, в соответствии с условиями вступления (ВТО)?
8. Каким образом должны быть профинансированы государством меры «зеленой корзины» предусмотренные при вступлении в ВТО?
9. Объясните принцип правил регулирования внутренней поддержки в ВТО «De minimis».
10. Какова основная проблема сдерживающая конкурентоспособность и эффективность аграрного производства?

Тест

1. ... — это форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена.
 - а) цена;
 - б) стоимость;
 - в) полезность;

г) тариф.

2. Оптовые цены предприятий – это ...

а) цены товаропроизводителей, по которым они реализует свою продукцию оптовым потребителям;

б) цены, по которым продукция реализуется конечному покупателю через розничную торговую сеть;

в) цены, по которым государство закупает продукцию для своих нужд;

г) цены какого-либо определенного года, используемые для измерения динамики физических объемов производства и реализации продукции.

3. Розничные цены – это ...

а) цены, по которым продукция реализуется конечному покупателю через розничную торговую сеть;

б) цены, по которым государство закупает продукцию для своих нужд;

в) цены товаропроизводителей, по которым они реализует свою продукцию оптовым потребителям;

г) цены какого-либо определенного года, используемые для измерения динамики физических объемов производства и реализации продукции.

4. Кто устанавливает перечень сельскохозяйственной продукции, к которым применяются уровень гарантированных цен и порядок их применения?

а) правительство;

б) президент;

в) государственная дума;

г) центральный банк.

5. Перечислите два основных метода ценообразования:

а) затратный и рыночный;

б) полных издержек и прямых затрат;

в) полных издержек и рыночный;

г) прямых затрат и рыночный.

6. Выберите правильную последовательность установления цены:

а) Себестоимость продукции – оптовая цена предприятия без НДС – Покупная цена оптового посредника – Покупная цена предприятия торговли – розничная цена;

б) Себестоимость продукции – Покупная цена оптового посредника – оптовая цена предприятия без НДС – Покупная цена предприятия торговли – розничная цена;

в) Себестоимость продукции – Покупная цена оптового посредника – оптовая цена предприятия без НДС – розничная цена – Покупная цена предприятия торговли;

г) Себестоимость продукции – оптовая цена предприятия без НДС – Покупная цена предприятия торговли – Покупная цена оптового посредника – розничная цена.

7. ... — это деятельность государства, направленная на установление определенного уровня цен.

- а) Регулирование цен;
- б) Коррелирование цен;
- в) Дифференцирование цен;
- г) Монетарная политика.

8. Активное вмешательство государства в регулирование цен и оказание мер поддержки в сектор сельского хозяйства характерно для:

- а) Для всех стран без исключения;
- б) России;
- в) Европы и США;
- г) Для стран ОЭСР.

9. В каком году Россия вступила в ВТО?

- а) 2012;
- б) 2008;
- в) 1993;
- г) 2007.

10. В соответствии со вступлением в ВТО Россия обязуется снизить объем финансирования «желтой корзины» (искажающих цену товара) до ...?

- а) до 4,4 млрд долл в год;
- б) до 15 млрд долл в год;
- в) до 0,5 млрд долл в год;
- г) до 7 млрд долл в год.

Глоссарий

Агропромышленный комплекс (АПК) - совокупность отраслей экономики страны, включающая сельское хозяйство и отрасли промышленности, тесно связанные с сельскохозяйственным производством, осуществляющие перевозку, хранение, переработку сельскохозяйственной продукции, поставку ее потребителям, обеспечивающие сельское хозяйство техникой, химикатами и удобрениями, обслуживающие сельскохозяйственное производство.

Растениеводство – одна из основных отраслей сельского хозяйства, занимающаяся главным образом возделыванием культурных растений для производства растениеводческой продукции. Обеспечивает население продуктами питания, животноводство — кормами, многие отрасли промышленности (пищевую, комбикормовую, текстильную, фармацевтическую, парфюмерную и др.) — сырьём растительного происхождения. Включает: полеводство, овощеводство, плодоводство, виноградарство, луговоеводство, лесоводство, цветоводство.

Животноводство — отрасль сельского хозяйства, занимающаяся разведением сельскохозяйственных животных для производства животноводческих продуктов

Землепользование — особая сфера хозяйственной деятельности, включающая учет и оценку земель, определение эффективных форм земельной собственности, управление развитием земельных отношений и использованием земель для хозяйственных целей.

Рациональное землепользование — обеспечение всеми землепользователями в процессе производства максимального эффекта в осуществлении целей землепользования с учетом охраны земель и оптимального взаимодействия с природными факторами.

Крестьянское (фермерское) хозяйство — это объединение граждан, которые совместно владеют имуществом и осуществляют производственную или другую хозяйственную деятельность. После государственной регистрации крестьянско-фермерского хозяйства, его Глава является индивидуальным предпринимателем — фермером. Имущество фермерского хозяйства принадлежит его членам на праве совместной собственности.

Личные подсобные хозяйства (лпх) — непредпринимательская деятельность гражданина и членов его семьи по производству и переработке сельскохозяйственной продукции на предоставленном (приобретенном)

участке земли, как правило в сельской местности, для удовлетворения собственных нужд в продуктах питания.

Сельскохозяйственным производственным кооперативом (СПК) - кооператив, созданный гражданами для совместной деятельности по производству, переработке и сбыту сельскохозяйственной продукции, а также для выполнения иной деятельности, основанной на личном трудовом участии членов кооператива. Производственный кооператив является коммерческой организацией

Всемирная торговая организация (ВТО) — международная организация, созданная 1 января 1995 года с целью либерализации международной торговли и регулирования торгово-политических отношений государств-членов. ВТО отвечает за разработку и внедрение новых торговых соглашений, а также следит за соблюдением членами организации всех соглашений, подписанных большинством стран мира и ратифицированных их парламентами.

Соглашение по сельскому хозяйству втo состоит из преамбулы, 21 статьи и пяти методологических приложений. Оно охватывает вопросы производства и внешней торговли сельскохозяйственными товарами (исключая рыбу и рыбопродукты) и, (включая хлопок, лен, шелк, кожи и шкуры), вводит их в круг товаров, регулируемых правилами ГАТТ-1994.

Соглашение по сельскому хозяйству – одно из наиболее противоречивых соглашений ВТО. Сельское хозяйство во всех развитых странах существует под защитой многопланового аграрного протекционизма.

Тема 10.1. Несовершенство рыночного механизма: общественные блага и внешние эффекты (экстерналии)

10.1.1. Провалы (фиаско) рынка.

10.1.2. Общественные блага. Проблема безбилетника. Спрос на общественные блага и оптимальный объем общественных благ.

10.1.3. Внешние эффекты: положительные и отрицательные. Теорема Коуза.

Основная литература:

1. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с. Режим доступа: <http://www.znaniyum.com/>

2. Микроэкономика: Учебник / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 395 с. Режим доступа: <http://www.znaniyum.com/>

3. Микроэкономика: Практикум / М.Ю. Малкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

4. Экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / [К. Р. Исмагилов [и др.] ; под ред. Д. Д. Лукманова] ; М-во сел. хоз-ва РФ, Башкирский ГАУ. - . - Уфа : [Изд-во БГАУ], 2011. - . - 285 с. Режим доступа: <http://biblio.bsau.ru/metodic/9467.pdf>

Дополнительная литература (книги):

5. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев; 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2011. - 576 с.

6. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью; 4-е изд. / Пер. с англ. СПб. Питер, 2012. – 592 с.

7. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика [Текст]/ учебник / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд; пер. с англ. – Спб.: Питер, 2012. – 608с.

10.1.1. Провалы (фиаско) рынка.

Рынок как определенный механизм распределения и использования ограниченных ресурсов, основанный на добровольном обмене, имеет целый ряд преимуществ, основными из которых являются следующие.

1. Рыночная система является саморегулирующейся системой. Она способна перестраивать себя, приспосабливаться к меняющимся условиям.

Рыночный механизм способствует саморегулированию производства, функционированию без вмешательства государства, поскольку обладает определенным внутренним порядком.

2. Наиболее значимым преимуществом рынка является то, что он с высокой степенью эффективности решает вопрос производства необходимых обществу благ и услуг. Приспособление объема и структуры производства к соответствующим потребностям людей, распределение ресурсов производства непосредственно между различными отраслями происходит путем формирования спроса. В рыночной экономике нет таких явлений, как дефицит, очереди, карточная система. Если потребителям необходим конкретный товар, они формируют на него спрос, производители ответят на этот запрос путем выпуска этого блага в необходимом количестве и самого высокого качества.

3. К преимуществам рыночного механизма следует также отнести эффективность распределения ресурсов. Конкурентная рыночная система направляет ресурсы в производство тех товаров и услуг, в которых общество больше всего нуждается. Производитель может улучшить свои позиции в

конкурентной борьбе, увеличить размеры получаемой прибыли, только в случае снижения издержек, роста производительности труда, внедрения достижений НТП.

4. Еще одно преимущество рыночного механизма – наличие должных стимулов к труду. Рыночный механизм устанавливает четкую зависимость между реальным вкладом в создание товара и размером получаемого дохода.

5. В рыночной системе господствует экономическая свобода. В качестве предпринимателя или потребителя каждый волен поступать так, как считает нужным. Экономическая свобода подразумевает свободу предпринимательства, свободу перемещения ресурсов по разным сферам применения, свободу выбора продавцов или покупателей, свободу ценообразования.

Несмотря на то, что рыночный механизм представляет собой хорошо отлаженный механизм, способный решать важнейшие экономические задачи в обществе, все же он не срабатывает в ряде областей хозяйственной деятельности. Ситуации, при которых рыночный механизм не может обеспечить эффективное использование ресурсов, называют «провалами» (фиаско) рынка.

"Провалы" (фиаско) рынка (market failures) — это случаи, когда рынок оказывается не в состоянии обеспечить эффективное использование ресурсов.

Обычно выделяют четыре типа неэффективных ситуаций, свидетельствующих о "провалах" рынка:

- 1) монополия;
- 2) несовершенная (асимметричная) информация;
- 3) внешние эффекты;
- 4) общественные блага.

Во всех этих случаях приходит на помощь государство. Оно пытается решить эти проблемы, осуществляя антимонопольную политику, социальное страхование, ограничивая производство товаров с отрицательными внешними эффектами и стимулируя производство и потребление экономических благ с положительными внешними эффектами. Эти направления деятельности государства составляют как бы нижнюю границу вмешательства государства в рыночную экономику. Однако в современном мире экономические функции государства гораздо шире. В их числе: развитие инфраструктуры, дотации на школьное обучение, пособия по безработице, различные виды пенсий и пособий малообеспеченным членам общества и др. Лишь небольшое число этих услуг обладает свойствами чисто

общественных благ. Большинство из них потребляется не коллективно, а индивидуально. Тем не менее доля государственных расходов в валовом национальном продукте во всех развитых странах в XX в. имеет тенденцию к росту. К тому же обычно государство проводит антиинфляционную и антимонопольную политику, стремится сократить безработицу. В последние десятилетия все более активно оно участвует в регулировании структурных изменений, стимулирует научно-технический прогресс, стремится поддерживать высокие темпы развития национальной экономики. Если к этому добавить региональное и внешнеэкономическое регулирование, то станет очевидно, почему роль государства в течение XX в. неуклонно возрастала.

Государственный аппарат стремился решить две взаимосвязанные задачи: обеспечить нормальную работу рынка и решить (или хотя бы смягчить) острые социально-экономические проблемы.

Между тем стремительное увеличение государственного сектора и государственного регулирования в условиях рыночной экономики не может быть беспредельным. Рыночная экономика накладывает на функции государства определенные ограничения.

Прежде всего недопустимы такие методы вмешательства государства, которые разрушают рыночный механизм, подменяют его прямым администрированием. Гораздо эффективнее действуют косвенные регуляторы (налоги, субсидии и т. д.), особенно те, которые органично встроены в рыночную экономику. Поэтому государственное регулирование должно не заменять силы рынка, скорее ослаблять или усиливать действие рыночных сил. Следует помнить, что все экономические регуляторы противоречивы. Краткосрочные выгоды могут обернуться долгосрочными потерями. Более того, применяя целый набор экономических мер, не следует забывать, что многие из них противоречивы, действуют в разные, нередко прямо противоположные стороны. Поэтому необходимо своевременно выявлять их негативные эффекты и заблаговременно принимать меры по их ликвидации. Вообще сфера действия прямых и косвенных административных методов должна быть строго определена. Тенденция к огосударствлению экономики не должна быть единственной. Время от времени необходимо предпринимать энергичные шаги по разгосударствлению экономики.

Способы разгосударствления могут быть различны. Это прежде всего поощрение конкуренции и либерализация рынков, снижение барьеров для вступления в отрасль, активная антимонопольная политика. Эффективной мерой может стать и стимулирование смешанного предпринимательства.

Наконец, сильной мерой является денационализация государственной собственности, развитие процессов приватизации.

Опыт показывает, что приватизация может быть успешной лишь при наличии определенных условий. Прежде всего к ним относятся:

- наличие надежной правовой базы проведения денационализации;
- создание развитой рыночной инфраструктуры (и фондового рынка прежде всего);
- хорошо продуманная процедура продажи государственных предприятий;
- предварительная оценка величины спроса на денационализируемый сектор (или отрасли) экономики.

Лишь при наличии этих условий денационализация экономики может быть эффективной. Следует помнить, однако, что этот процесс во многом зависит от самого государства. Между тем разрастание бюрократического аппарата усложняет сам процесс принятия решений. Поэтому "провалы" рынка могут быть дополнены, а иногда и усилены "провалами" государства.

10.1.2. Общественные блага. Проблема безбилетника.

Одна из ситуаций, при которой рыночный механизм оказывается «несостоятельным», связана с так называемыми «общественными» благами.

Механизм рынка нацелен на удовлетворение только тех потребностей, которые выражаются через спрос. Но есть и такие потребности, которые нельзя измерить в деньгах и превратить в спрос. Рынок пройдет мимо таких потребностей. Речь идет о товарах и услугах коллективного пользования, в потреблении которых участвуют все члены общества. Это оборона, охрана общественного порядка, государственное управление, светофоры, уличное освещение и т.д. — эти блага в экономической науке называются общественными товарами.

Общественный товар (благо) — товар или услуга, который потребляется коллективно всеми членами общества, независимо от того, в какой степени каждый член общества оплатил пользование этим товаром или услугой. Продажа общественного блага на рынке означала бы, что его покупатель делает доступным это благо не только для своего личного пользования, но также для использования любым другим членом общества. Если бы некто производил общественное благо для своей выгоды, с целью получения дохода, то этот производитель также приносил бы пользу и всем остальным гражданам. Например, обеспеченный человек прибегнул к

услугам частной охранной компании для обеспечения безопасности в своем доме. Это приведет к возникновению положительного внешнего эффекта для его соседей. Общественное благо приводит к положительным внешним эффектам, как только оно становится доступным для других потребителей. Общественные блага имеют следующие особенности:

- они неделимы, их нельзя разбить на отдельные единицы, которые могли бы потребить разные индивиды (маяки, светофоры, другие общедоступные объекты);

- общественные товары неисключаемы из потребления — если данное благо доступно одному члену общества, то оно доступно и другому. Это означает, что потребители, не желающие платить за такие блага, не могут быть лишены возможности их потребления. Как только общественное благо будет произведено, то невозможно будет воспрепятствовать получению выгод теми, кто за него не заплатит, так как невозможно ограничить потребление общественного блага определенным кругом лиц;

- потребление общественных благ не предполагает соперничества между потребителями — будучи предоставленными одному члену общества, они могут быть предоставлены и другим членам без каких-либо дополнительных затрат с их стороны. Положение ни одного из потребителей не ухудшается, когда появляется еще один потребитель общественного товара. Например, вооруженные силы защищают население, которое все время увеличивается; новые потребители данного общественного блага также защищены.

Все общественные блага можно разделить на «чистые» и «условные». На первом принцип исключения действительно не распространяется. Например, возможности пользоваться светофором у пешеходов и водителей автосредств не изменятся, если по каким-то причинам увеличится численность «пользователей» светофором. Доступность «условных» общественных благ имеет некоторую зависимость от количества пользователей. Так, увеличение числа вызовов «скорой помощи» может привести к тому, что к кому-то медицинские работники могут прибыть с некоторой задержкой. Однако эта специфика не столь заметна, чтобы отнести «условные» общественные блага к обычным товарам. Для случая «условных» общественных благ в этой связи появляется возможность использования рыночных принципов, когда, например, милиция может легально оказывать платные услуги по охране.

Противоположностью общественных благ выступают частные блага. Частные блага — блага, каждая единица которых может быть оценена и

продана, т. е. это блага, каждая единица которых приносит полезность только индивидуальному потребителю и не приводит к отрицательному или положительному эффекту для кого-либо еще. Частные блага обладают совершенно противоположным набором свойств:

- они делимы, так как состоят из большого количества обособленных единиц, каждая из которых предназначена для потребления индивидуальным потребителем;
- потребление частного блага предполагает соперничество между потребителями - благо достается тому, кто готов заплатить за него рыночную цену;
- они исключаются из потребления, т. е. частное благо потребляется тем, кто его оплатил.

Из специфических свойств общественного товара проистекает так называемая проблема безбилетника. Безбилетник, в контексте общественных благ, — это тот, кому удастся пользоваться неким благом, требующим затрат на его производство, ничего не платя за его использование. «Проблема безбилетника» обуславливает очень важное положение: поскольку невозможно точно разделить потребителей на оплативших и неоплативших пользование общественным товаром, показатель рыночного спроса на общественное благо либо вообще не существует, либо сильно занижен, поэтому при предоставлении такого товара через рынок не будет получено достаточного дохода, чтобы покрыть издержки на производство этого товара.

Тем не менее говорить о спросе на общественные товары вполне резонно. Как и рыночный спрос на частные блага, коллективный (общий, совокупный) спрос на общественный товар определяется путем суммирования спроса индивидуальных потребителей. При этом спрос каждого индивидуального потребителя на каждую конкретную единицу общественного блага зависит от предельной выгоды (МВ), которую он получает от дополнительной единицы общественного товара. Согласно закону убывающей предельной полезности, предельная выгода является величиной убывающей, т. е. каждую следующую единицу общественного товара потребитель оценивает ниже предыдущей. Для того чтобы получить кривую коллективного спроса на общественный товар, мы должны просуммировать кривые индивидуального спроса всех его потребителей или просуммировать графики получаемых ими предельных выгод (МВ). Кривая коллективного спроса на общественные блага будет схожа с кривой рыночного спроса на частные блага только тем, что обе они имеют нисходящий наклон.

В случае определения рыночного спроса на частные блага проводится суммирование по горизонтали. При определении совокупного спроса на общественное благо, суммирование производится по вертикали.

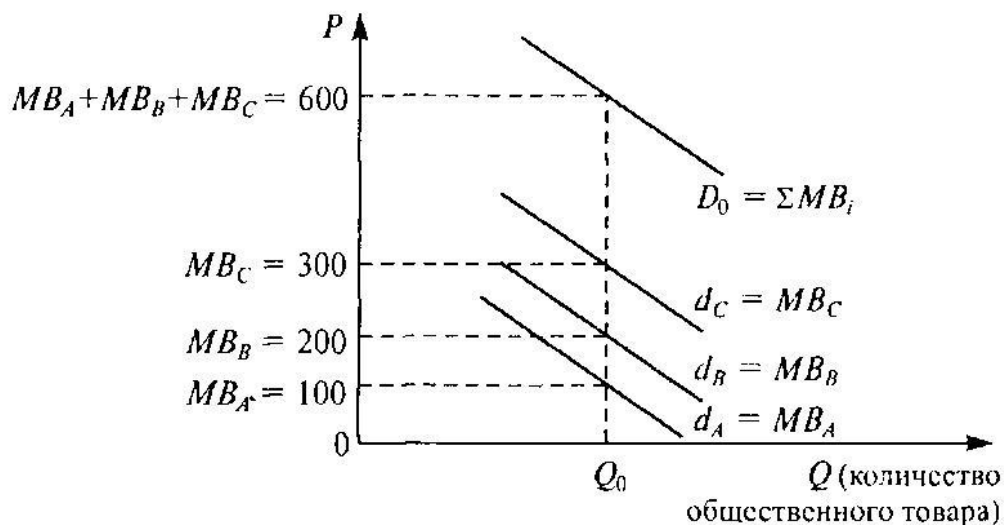


Рисунок 10.1.1 Индивидуальный и рыночный спрос на общественные блага

Каждый из множества потребителей ясеня потребляет одинаковые объемы общественного блага. Пусть наличный объем блага, например, Q_0 ед., могут потребить все желающие. Точка на кривой коллективного спроса на общественное благо получается путем сложения предельных выгод всех потребителей (А, В, С), получаемых от Q_1 -й ед. данного общественного блага. Пусть предельная выгода от Q_0 -й ед. для гражданина А (MB_A) составляет 100 ден. ед., для В (MB_B) — 200 ден. ед., и для С (MB_C) — 300 ден. ед. Соответствующая точка на кривой коллективного спроса для группы из трех потребителей будет иметь ординату — 600 ден. ед. Кривая коллективного спроса на общественное благо основана на суммировании предполагаемых предельных выгод (в стоимостном выражении) от различных дополнительных единиц этого блага, которое в равной степени доступно множеству лиц для одновременного потребления. Здесь целесообразно ввести обобщающий показатель предельной общественной выгоды (MSB). Предельная общественная выгода — дополнительная полезность (выгода), получаемая обществом от каждой следующей, дополнительной единицы данного блага. Предельная общественная выгода зависит от предельных выгод, получаемых всеми членами общества от потребления данного общественного товара $MSB = \sum MB_i$. Таким образом, в основе коллективного спроса на товар лежит показатель MSB . Трудность определения MSB , а значит, и совокупного спроса на общественные товары,

прямо пропорциональна количеству потребителей — чем их больше, тем сложнее определить ΣMB_i .

Предложение общественных товаров определяется альтернативными издержками их производства, которые связаны с привлечением ресурсов, необходимых для производства этих благ, из альтернативных сфер применения. Иными словами, с отвлечением этих ресурсов из частного сектора экономики, где производятся частные блага. На кривой производственных возможностей (КПВ), таким образом, общество выбирает между частными благами и общественными товарами (см. рисунок 10.2). Так, точка А отражает определенную комбинацию производства частных и общественных благ. При увеличении количества производимых общественных товаров выбор общества будет смещаться вниз по КПВ, допустим до точки В, сокращая объемы выпуска частных благ, а высвободившиеся при этом ресурсы направляя на производство благ общественных.

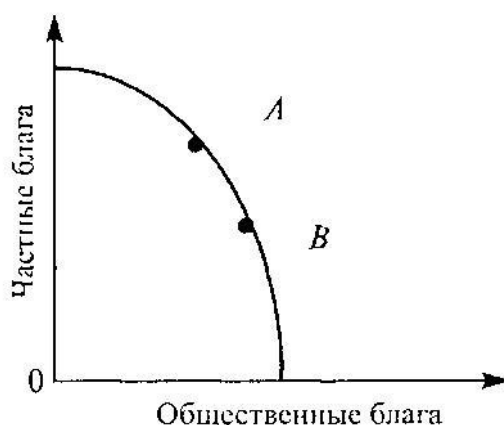


Рисунок 10.1.2 Выбор между частными и общественными благами

Закон возрастающих альтернативных издержек обуславливает увеличение альтернативных издержек производства общественных товаров по мере смещения вниз по КПВ. То есть расширение масштабов их выпуска будет сопровождаться все большими сокращениями в объемах выпуска частных благ. Это позволяет утверждать, что линия предложения общественных товаров будет линией восходящей, так как производство каждой следующей единицы общественного товара обходится обществу все дороже. В краткосрочном периоде график предложения частного блага частично совпадает с кривой предельных издержек его производства. Аналогичным образом, предложение общественных благ также будет определяться предельными издержками, но особого рода — предельными общественными издержками (MSC); это дополнительные издержки

общества, связанные с производством каждой последующей единицы общественного блага. Предельные общественные издержки возрастают по мере увеличения объемов производства общественного товара, что объясняется уже упомянутым законом возрастающих альтернативных издержек. Так же, как предельные издержки лежат в основе предложения частных благ, предельные общественные издержки определяют предложение общественных товаров и услуг.

Общество (через государственные институты), принимая решение о производстве общественного товара, сопоставляет предельные общественные выгоды, лежащие в основе коллективного спроса на него, и предельные общественные издержки, лежащие в основе предложения общественных благ (см. рисунок 10.3).

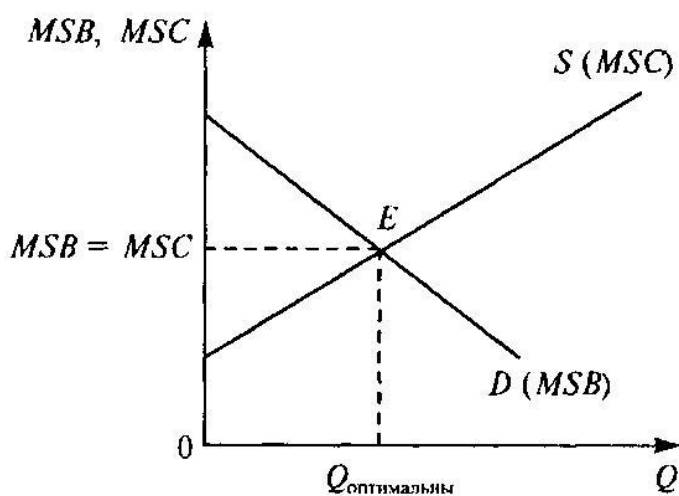


Рисунок 10.1.3 Оптимальный объем общественных благ

Если $MSB > MSC$, то объем производства общественного блага будет увеличен; если же $MSB < MSC$, то объемы производства общественного блага необходимо сократить. Если же $MSB = MSC$, то достигается оптимальный объем производства общественного блага, а величина коллективного спроса на него соответствует объемам его предложения.

Несмотря на то что оптимальный объем производства общественного товара предполагает равенство спроса на него и его предложения, так же, как в случае с частными благами, равенство это определяется не на рыночных основах. Предположим, что правительство рассматривает некий проект по производству общественных благ. Основная суть проблемы состоит в том, что любое решение вложить ресурсы в общественные блага влечет за собой как выгоды, так и издержки. Выгоды заключаются в дополнительном удовлетворении общественных потребностей, так как увеличивается выпуск общественных благ, а издержки в том, что удовлетворение потребностей

уменьшается в связи с сокращением производства товаров для индивидуального потребления.

Нужно ли перемешать ресурсы из частного сектора в государственный? Здесь необходимо сравнить дополнительную (предельную) общественную выгоду (MSB) с дополнительными (предельными) общественными издержками (MSC), которые связаны с производством каждой дополнительной единицы общественного товара по данному плану. Если предельная общественная выгода от дополнительного производства общественных благ превысит предельные общественные издержки из-за уменьшения количества товаров для индивидуального пользования, то следует произвести дополнительное количество общественных благ и переместить ресурсы из частного сектора в государственный, где они производятся. Если издержки недопотребления товаров для индивидуального пользования будут больше, чем предельная общественная выгода, связанная с дополнительным количеством общественных товаров, то этого делать не следует. Прекратить деятельность или приостановить реализацию программы следует в тот момент, когда предельная общественная выгода становится равной предельным общественным издержкам.

10.1.3. Внешние эффекты: положительные и отрицательные. Теорема Коуза.

Процессы производства и потребления некоторых видов товаров и услуг сопровождаются полезными или вредными эффектами, которые испытывают на себе лица, непосредственно не участвующие в этих процессах.

Внешние эффекты (экстерналии) – это следствие производства или потребления товаров, не получившее отражения в ценах для третьих лиц, не участвующих в производстве или потреблении. Внешние эффекты могут быть как отрицательными, так и положительными. Отрицательные эффекты связаны с издержками, положительные – с выгодами для третьих лиц.

Примеры отрицательных внешних эффектов. Классический пример – загрязнение окружающей среды. Производитель, загрязняя атмосферу ядовитым дымом или спуская промышленные стоки в реку, как бы переносит часть издержек, непосредственно связанных с производством данного товара, на население, но никак их не компенсирует. В этом случае фактические затраты производителя, учитываемые в цене, оказываются меньше полных издержек с учетом отрицательных последствий загрязнения. Пример

отрицательных экстерналий – строительство плотины в верховьях реки. В этом случае для людей, живущих в нижнем течении реки, ухудшаются условия ловли рыбы.

Примеры положительных внешних эффектов. Фермер проводит оросительный канал на свой земельный участок, вследствие чего качество соседних земельных участков улучшается без вложения капитала их владельцев. Прекрасный пример достижения положительного внешнего эффекта – развитие образования. В обществе каждый его член выигрывает от того, что сограждане получают хорошее образование.

Участники рыночных сделок не принимают в расчет внешние эффекты, поэтому издержки общества при производстве товаров и услуг расходятся с индивидуальными. В случае отрицательного эффекта они превышают индивидуальные издержки на величину негативного воздействия. Разницу между индивидуальными и социальными издержками составляют издержки загрязнения окружающей среды, которые производитель перекладывает на общество, поэтому, с общественной точки зрения, их предложение на рынке превышает общественную потребность и должно быть меньше равновесного. Только при этих условиях будет возрастать общественное благосостояние.

В связи с тем, что увеличение объемов производства неизбежно влечет за собой рост отрицательных внешних эффектов обществу необходимо знать все издержки производства. Реальная цена товара для общества определяется через показатель общих социальных издержек (TSC), который определяется как сумма частных издержек производителя (TPC) и внешнего отрицательного эффекта (TEC). Соответственно, прирост на каждую дополнительную продукцию частных и социальных издержек, а также внешнего отрицательного эффекта образуют предельные частные издержки (MPC), предельные социальные издержки (MSC) и предельные внешние издержки (MEC).

Предположим, целлюлозно-бумажный комбинат осуществляет сброс недостаточно хорошо очищенной воды в реку. Неполная очистка воды комбинатом приводит к тому, что его предельные частные издержки оказываются ниже предельных общественных издержек, так как не включают расходы на создание дополнительной системы очистных сооружений. Это приводит к тому, что количество выпускаемой продукции превышает эффективный объем выпуска (рисунок 10.4). Без очистных сооружений количество выпускаемой продукции составляет Q_1 при цене P_1 . Рыночное равновесие устанавливается в точке E_1 , в которой предложение, равное предельным частным издержкам MPC, пересекается с кривой спроса, равной

предельным общественным выгодам MSB , т.е. $MPC = MSB$. Если бы удалось превратить внешние издержки во внутренние, эффективный объем выпуска сократился бы до Q_2 при росте цены до P_2 . В точке E_2 предельные общественные выгоды равнялись бы предельным общественным издержкам $MSB = MSC$.

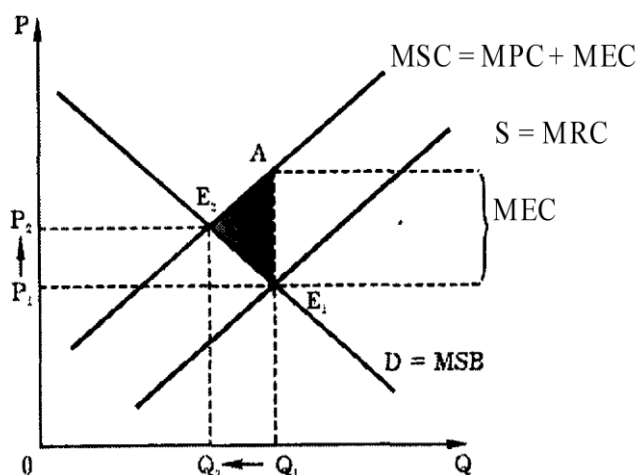


Рисунок 10.4. Отрицательный внешний эффект

Таким образом, при наличии отрицательного внешнего эффекта, экономическое благо продается и покупается в большем, по сравнению с эффективным, объеме, т.е. имеет место перепроизводство товаров и услуг с отрицательными внешними эффектами.

Рыночный механизм не позволяет также учесть и положительный внешний эффект, когда социальные издержки ниже частных. Рассмотрим положительный внешний эффект на примере развития образования (рисунок 10.5). Принимая решение о получении образования, рациональный потребитель соотносит затраты, связанные с получением хорошего образования, и те выгоды, которые могут быть получены. Рыночное равновесие E_1 устанавливается в точке пересечения предельных частных выгод (MPB) и предельных социальных издержек (MSC). Между тем предельные социальные выгоды больше предельных частных выгод на величину предельных внешних выгод. Поэтому эффективное для общества равновесие достигалось бы в точке пересечения предельных социальных выгод и издержек, т.е. в точке E_2 .

Таким образом, при наличии положительного внешнего эффекта экономическое благо продается и покупается в меньшем по сравнению с эффективным объеме, т.е. имеет место недопроизводство товаров и услуг с положительными внешними эффектами.

В экономической теории изучение внешних эффектов началось с английского экономиста Артура Пигу (1877–1959 гг.). Он показал, что в устранении социально значимых внешних эффектов рыночная система обнаруживает свои «провалы», поскольку данные эффекты не имеют денежной меры оценки. Для разрешения конфликтов, вызываемых экстерналиями, Пигу была обоснована необходимость государственного вмешательства и предложен специальный налог на тех, кто порождает внешние эффекты, названный в экономической науке «налогом Пигу».

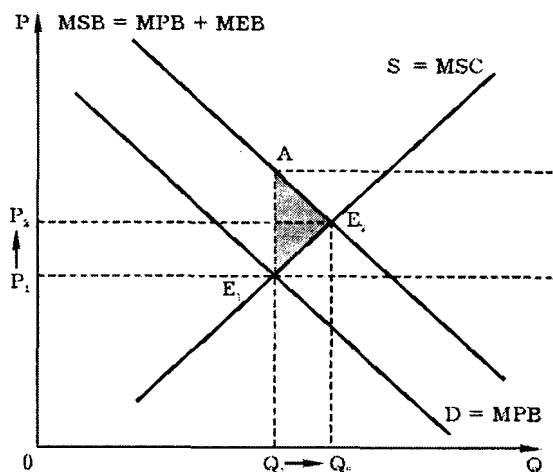


Рисунок 10.5. Отрицательный внешний эффект

Корректировка несовершенства рынка путем воздействия на стимулы, побуждающие агентов рынка учитывать внешние результаты своей деятельности как внутренние, называется интернализацией внешних эффектов. Трансформация внешних эффектов во внутренние может быть достигнута путем приближения предельных частных издержек (выгод) к предельным социальным издержкам (выгодам). А. Пигу в качестве решения данной проблемы предложил использовать корректирующие налоги и субсидии.

Однако на практике их использование не всегда дает однозначные положительные результаты и не может полностью решить проблему внешних эффектов по следующим причинам:

- в реальной практике трудно точно исчислить предельные издержки и выгоды;
- размеры ущерба в ходе юридических дискуссий определяются лишь приблизительно.

Все это привело к критике корректирующих налогов и субсидий и поискам новых путей решения проблемы экстерналий, которые связаны,

прежде всего, с работами американского экономиста Рональда Коуза (1910гг.).

Работы Коуза посвящены проблеме внешних эффектов и доказательству того, как их можно трансформировать во внутренние издержки участников рыночного процесса с помощью распределения прав собственности.

Р. Коуз доказал возможность учета в рыночном механизме социальных последствий внешних эффектов. Именно Коуз ввел понятие трансакционных издержек – издержек, связанных с установлением прав собственности. Трансакционные издержки – издержки в сфере обмена, связанные с передачей прав собственности. Они включают расходы, связанные с поиском информации, ведением переговоров, измерению свойств товара, издержки по защите прав собственности и т.п. По мнению Коуза, в условиях четко фиксированных прав собственности на ресурсы, т.е. низких трансакционных издержек, и разрешения правительства свободно обмениваться ими, у агентов рынка возникает возможность интернализировать внешние эффекты без дополнительных затрат.

Другими словами, Р. Коуз сделал вывод, что если права собственности ясно определены и предписаны, если люди согласны твердо придерживаться результатов добровольного обмена, то никаких внешних эффектов не возникает. А раз нет «провалов» рынка, значит, нет и оснований для государственного вмешательства. Задача государства состоит в том, чтобы четко распределять и защищать права собственности рыночных агентов. Этому выводу американский экономист Дж. Стиглер придал форму теоремы Коуза, которая гласит, что в условиях совершенной конкуренции частные и социальные издержки равны.

Экспериментальные исследования показали, что теорема Коуза верна, если только число участников сделки невелико (2-3), в противном случае резко увеличиваются трансакционные издержки и имеют место трудноустраняемые внешние эффекты.

Таким образом, внешние (побочные) эффекты некоторых видов хозяйственной деятельности для общества в целом могут иметь большое значение, но рынком не учитываются. Однако недоучет внешних эффектов означает игнорирование потерь или выгод некоторых групп граждан или фирм. А это может породить общественные конфликты. Вот почему государство вынуждено вмешиваться в решение проблемы внешних эффектов хозяйственной деятельности, компенсируя несовершенство рынка, его неспособность учитывать такие эффекты.

Государство может компенсировать отрицательный внешний эффект следующим образом:

- 1) запретить производство продукта, если отрицательный эффект очень велик;
- 2) установить предельно допустимые нормы загрязнения природы;
- 3) ввести налоги Пигу;
- 4) установить право собственности на ресурсы и предоставить возможность сторонам прийти к соглашению без санкций и судебных разбирательств. В этом случае возникает особый рынок – рынок прав, которые можно продавать.

Вопросы для самопроверки

1. Какие ситуации можно отнести к провалам рынка? Прокомментируйте ответ.
2. Каким образом государство может скорректировать ситуацию там, где рыночный механизм не срабатывает или работает неэффективно?
3. Дайте определение общественных благ.
4. Опишите проблему безбилетника? Каковы способы ее устранения?
5. Как определяется оптимальный объем общественных благ?
6. Какие факторы влияют на характер спроса и предложения общественных благ?
7. Дайте определение внешних эффектов.
8. Какие эффекты можно отнести к положительным, а какие к отрицательным?
9. Основные положения теоремы Коуза.
10. Дайте определение транзакционных издержек.

Тесты

1. Внешние эффекты возникают, потому что...
 - а) качество товаров не удовлетворяет требованиям потребителей;
 - б) предприятия учитывают постоянные издержки, не входящие в предельные;
 - в) рыночные цены не отражают издержки и выгоды третьих лиц;
 - г) государство выплачивает субсидии производителям.

2. По рекомендации А. Пигу решением проблемы положительных внешних эффектов будет введение...

- а) лицензирование хозяйственной деятельности;
- б) рынка прав на загрязнение;
- в) корректирующих субсидий;
- г) корректирующих налогов.

3. Рабочий поселок сталеваров расположен вблизи металлургического завода, отходы которого загрязняют окружающую среду. Если сталевары требуют повышения своей зарплаты за жизнь в опасных для здоровья условиях, то удовлетворение подобных требований — это:

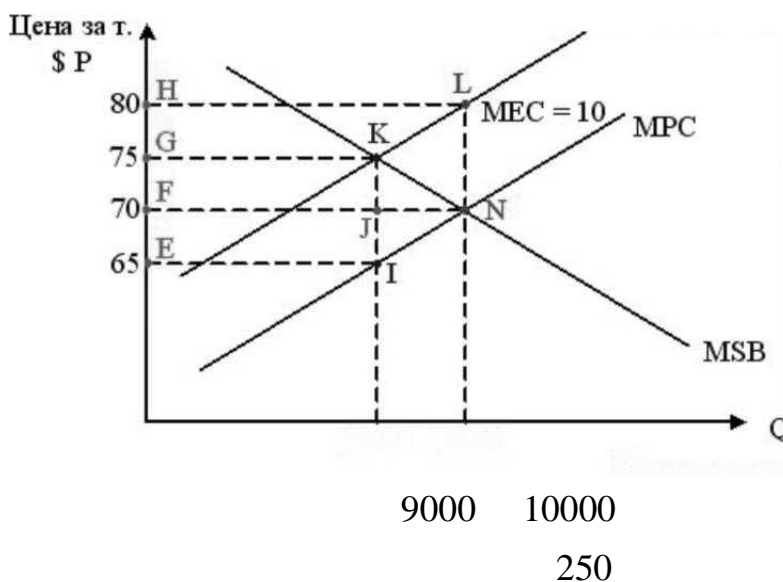
- а) введение корректирующих субсидий;
- б) интернализация внешнего эффекта;
- в) превращение здоровья рабочих в чистое общественное благо;
- г) гашение положительного внешнего эффекта.

4. Мы загрязняем с экономической точки зрения окружающую среду, если курим:

- а) в собственном доме;
- б) на автобусной остановке;
- в) в салоне для курящих;
- г) все предыдущее верно.

5. На рисунке показаны кривые предельных частных (MPC) и предельных внешних издержек (MEC) предельных общественных издержек (MSC) и предельных общественных выгод (MSB) производства химикалиев некой фирмы.

$$MSC = MPC + MEC$$

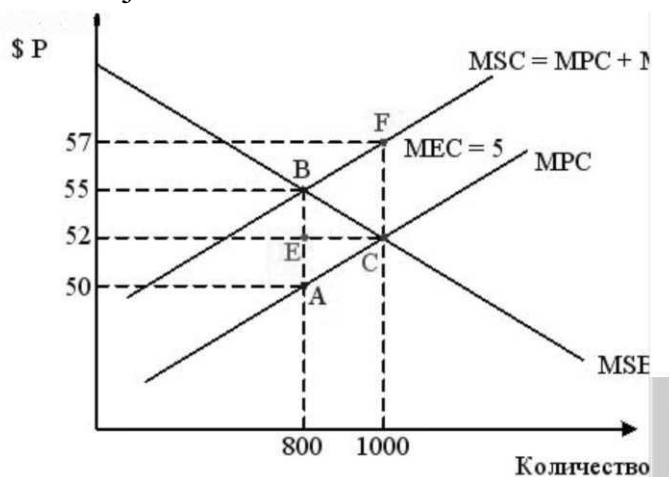


Производство химикалий сопровождается отрицательным внешним эффектом. Для устранения отрицательного внешнего эффекта необходимо ввести корректирующий налог _____ долларов за т.

- а) 10;
- б) 65;
- в) 80;
- г) 5;

6. На рисунке показаны кривые предельных частных - (MPC) и предельных внешних издержек (MEC), предельных общественных издержек (MSC) и предельных общественных выгод (MSB) производства цемента некой фирмы.

Цена за т. j t



Производство цемента сопровождается отрицательным внешним эффектом. Если рыночная цена не будет учитывать этот эффект, то потеря эффективности болот равна площади

- а) FBC;
- б) ABFC;
- в) EBC;
- г) EBFC.

7. Введение корректирующего налога на продукт, производство которого вызывает отрицательные внешние эффекты, приведет к...

- а) закрытию фирм, производящих этот продукт;
- б) сокращению объема рыночного предложения этого продукта;
- в) увеличению цены продукта на величину налога;
- г) перепроизводству данного продукта;

8. Теорема Коуза действительна:

- а) для экономики Робинзона Крузо;
- б) для двух участников;
- в) для десяти участников;
- г) не зависит от числа участвующих в сделке.

9. Решение проблемы внешних эффектов, предложенное Р. Коузом, предполагает, кроме всего прочего, что величина _____ издержек незначительна или они отсутствуют.

- а) транзакционных;
- б) социальных;
- в) внешних;
- г) предельных.

10. Корректирующий налог уплачивается:

- а) производителями;
- б) потребителями;
- в) "третьими лицами", страдающими от отрицательных внешних эффектов;
- г) верно а и б.

Глоссарий

"Провалы" (фиаско) рынка (market failures) — это случаи, когда рынок оказывается не в состоянии обеспечить эффективное использование ресурсов.

Общественный товар (благо) — товар или услуга, который потребляется коллективно всеми членами общества, независимо от того, в какой степени каждый член общества оплатил пользование этим товаром или услугой.

Частные блага — блага, каждая единица которых может быть оценена и продана, т. е. это блага, каждая единица которых приносит полезность только индивидуальному потребителю и не приводит к отрицательному или положительному эффекту для кого-либо еще.

Внешние эффекты (экстерналии) — это следствие производства или потребления товаров, не получившее отражения в ценах для третьих лиц, не участвующих в производстве или потреблении.

Транзакционные издержки — издержки в сфере обмена, связанные с передачей прав собственности. Они включают расходы, связанные с поиском

информации, ведением переговоров, измерению свойств товара, издержки по защите прав собственности и т.п.

Теорема Коуза, в условиях четко фиксированных прав собственности на ресурсы, т.е. низких транзакционных издержек, и разрешения правительства свободно обмениваться ими, у агентов рынка возникает возможность интернализировать внешние эффекты без дополнительных затрат.

Интернализация внешних эффектов - трансформация внешних эффектов во внутренние.

Общие социальные издержки - сумма частных издержек производителя (TPC) и внешнего отрицательного эффекта (TEC).

Предельные общественные издержки — это дополнительные издержки общества, связанные с производством каждой последующей единицы общественного блага.

Предельные общественные выгоды - это дополнительные выгоды общества, связанные с производством каждой последующей единицы общественного блага.