

УЧЕБНЫЕ ИЗДАНИЯ ДЛЯ БАКАЛАВРОВ



А. С. ЕЛИСЕЕВ

ЭКОНОМИКА

УЧЕБНИК



УДК 33
ББК 65
Е51

Рецензенты:

К. В. Балдин — доктор экономических наук, профессор;
А. А. Кочетков — доктор экономических наук, профессор.

Елисеев А. С.

Е51 Экономика: Учебник для бакалавров / А. С. Елисеев. — 2-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 528 с.

ISBN 978-5-394-03464-0

В учебнике рассматриваются основные принципы организации экономической жизни современного общества. Анализируются разные виды рынков, логика поведения потребителей и производителей, роль общественного сектора в экономике, функции денег и банков, опыт экономического развития, проблемы безработицы и инфляции.

При выборе структуры книги и последовательности рассмотрения вопросов автор ориентировался на лучшие учебники, изданные в США и Великобритании. Материал сопровождается большим количеством примеров, контрольными вопросами и задачами.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по инженерно-техническим направлениям подготовки.

ISBN 978-5-394-03464-0

© Елисеев А. С., 2013

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	7
ВВЕДЕНИЕ	16
Часть 1. МИКРОЭКОНОМИКА	19
Глава 1. Сущность микроэкономики	19
1.1. Задачи микроэкономики	19
1.2. Направления и методы экономических исследований	25
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	28
<i>Задачи</i>	29
Глава 2. Производство	29
2.1. Фирма — производственная организация	29
2.2. Факторы производства. Функция производства. Долгосрочный и краткосрочный периоды	36
2.3. Особенности работы в краткосрочном периоде	42
2.4. Оптимальное соотношение факторов производства	48
2.5. Зависимость издержек от объема производства	55
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	70
<i>Задачи</i>	71
Глава 3. Спрос и предложение	72
3.1. Индивидуальный спрос	72
3.2. Рыночный спрос	75
3.3. Полезность и спрос	86
3.4. Бюджетные линии и равновесие потребителя	91
3.5. Зависимость спроса от дохода потребителя и цены продукта	95
3.6. Выигрыш потребителей	102
3.7. Эластичность спроса	104
3.8. Измерение спроса	112

<i>Контрольные вопросы и задания</i>	116
<i>Задачи</i>	116
3.9. Предложение.....	117
3.10. Выигрыш производителя.....	125
3.11. Эластичность предложения.....	127
3.12. Взаимодействие спроса и предложения.....	133
3.13. Влияние налогов на продажу на равновесие рынка ...	140
3.14. Дисбаланс рынка.....	146
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	159
<i>Задачи</i>	160
Глава 4. Распределение ресурсов.....	162
4.1. Логика распределения.....	162
4.2. Сравнение капиталистической и социалистической экономических систем.....	174
4.3. Эффективность распределения.....	180
4.4. Справедливость распределения.....	192
4.5. Конфликт между эффективностью и справедливостью.....	196
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	201
<i>Задача</i>	201
Глава 5. Теория поведения фирмы при совершенной конкуренции.....	202
5.1. Прибыль фирмы.....	202
5.2. Работа в условиях совершенной конкуренции.....	208
5.3. Эффективность экономики при совершенной конкуренции.....	218
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	223
<i>Задачи</i>	223
Глава 6. Теория поведения фирмы при несовершенной конкуренции.....	224
6.1. Чистая монополия.....	224
6.2. Монополистическая конкуренция.....	233
6.3. Олигополия.....	238
6.4. Дискриминация цен.....	245
6.5. Зависимость текущей прибыли от целей фирмы.....	249

6.6. Логика формирования цен при отсутствии информации о линии спроса	250
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	260
<i>Задачи</i>	260
Глава 7. Рынки факторов производства	261
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	284
<i>Задачи</i>	284
Глава 8. Общественный сектор	285
8.1. Задачи сектора	285
8.2. Общественные, частные и смешанные товары и услуги	295
8.3. Внешние факторы	300
8.4. Финансирование общественного сектора	312
8.5. Особенности работы национализированных предприятий	332
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	335
<i>Задачи</i>	336
Часть 2. МАКРОЭКОНОМИКА	338
Глава 9. Сущность макроэкономики	338
9.1. Циркуляция доходов и расходов	338
9.2. Общий объем выпуска товаров и услуг	340
9.3. Национальный доход и экономическое благосостояние	350
9.4. Совокупный спрос на товары и услуги и равновесие экономики	353
9.5. Теория экономического развития Кейнса	355
9.6. Потребление	369
9.7. Инвестиции	385
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	394
<i>Задачи</i>	395
Глава 10. Деньги и банки	397
10.1. Функции денег	397
10.2. Банки	399
10.3. Управление количеством денег	407
10.4. Процентная ставка	411
10.5. Спрос и предложение денег	417

<i>Контрольные вопросы и задания</i>	427
<i>Задача</i>	428
Глава 11. Равновесие в макроэкономике.....	428
11.1. Линии LM и IS.....	428
11.2. Общее равновесие.....	434
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	441
<i>Задача</i>	442
Глава 12. Развитие экономики	442
12.1. Подъемы и спады	442
12.2. Управление экономикой со стороны правительства ..	455
12.3. Развитие экономики России.....	468
12.4. Международные аспекты развития экономики.....	470
12.5. Народнонаселение и экономическое развитие	477
12.6. Полезные ископаемые и экономическое развитие....	481
12.7. Научно-технический прогресс и развитие	485
12.8. Безработица.....	487
12.9. Инфляция	491
12.10. Валютный рынок и обменные курсы	502
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	520
<i>Задача</i>	521
ОТВЕТЫ К ЗАДАЧАМ	522
ЛИТЕРАТУРА	527

Часть 1. МИКРОЭКОНОМИКА

Глава 1. Сущность микроэкономики

1.1. Задачи микроэкономики

Микроэкономика изучает экономическую деятельность отдельных лиц, домашних хозяйств и фирм с целью поиска оптимальных путей развития. В центре внимания микроэкономики находятся *богатство* и *благосостояние* людей. Богатство — это то, чем люди располагают: квартира, мебель, книги, одежда, деньги и, что очень важно, знания и квалификация. А благосостояние — то, как люди оценивают условия своей жизни.

Мы знаем размер своей квартиры; знаем, сколько появляется денег в нашем распоряжении каждый месяц и что можно позволить себе приобрести на эти деньги. Микроэкономика помогает понять, почему именно это количество денег оказывается в наших руках и почему только это количество товаров или услуг мы можем приобрести на имеющиеся деньги. Как сделать так, чтобы у нас появилось больше денег или чтобы на те же деньги можно было приобрести больше товаров и услуг? От чего зависит наше богатство? Является ли богатство единственным критерием того, насколько мы довольны своей жизнью?

Людам свойственно постоянно стремиться к лучшей жизни. У каждого из нас всегда есть много желаний, и никому не удастся удовлетворить их полностью. Причина в том, что желания превосходят наши возможности. Средства, которыми мы располагаем, накладывают на нас ограничения. Нам постоянно приходится делать выбор: отказываться от чего-то одного в пользу чего-то другого

го. У человека может быть желание купить планшетный компьютер и современную модель мобильного телефона, но денег хватает только на одно из этих устройств. Купить компьютер — значит отказаться от “карманного” Интернета, а купить телефон — отказаться от легкого переносного компьютера. На одну из этих потерь придется идти. Мы принимаем решение в зависимости от того, какую пользу ожидаем получить от покупки и сколько денег на нее придется истратить. Совокупность наших решений показывает, сколько всего товаров и услуг люди хотят купить. Эта информация нужна фирмам для того, чтобы производить то, что востребовано людьми, и в том количестве, которое будет продано. Микроэкономика занимается изучением запросов людей; зависимостей этих запросов от стоимости и качества предлагаемых товаров и услуг; от условий жизни людей; от того, насколько люди проинформированы о предложениях фирм.

Человек решает экономические задачи не только тогда, когда он совершает покупки, но и тогда, когда выбирает способ заработать деньги. Выпускник школы может пойти учиться в институт с тем, чтобы приобрести высокую квалификацию и по окончании института иметь большую зарплату. А может сразу начать работать и сразу начать зарабатывать деньги. В меньшем количестве, но зато без потери времени на учебу. Начиная работать, человек может создать свое собственное дело, например открыть газетный киоск и торговать в нем; а может пойти на фирму, где все организационные вопросы уже решены. Микроэкономика содержит методы проведения расчетов, которые помогают людям принимать обоснованные решения.

Если человек владеет фирмой, ему приходится решать более сложные задачи. Он стремится организовать работу так, чтобы при располагаемых ресурсах организация получала максимальную прибыль. Для достижения этой цели приходится принимать много решений. Во-первых, надо определить, какую именно продукцию фирме выгодно выпускать. Затем надо решить вопрос о том, на какой объем выпуска следует готовить производство? Какое оборудование закупить, чтобы расходы на про-

изводство были минимальными? По какой цене продавать готовую продукцию? Поиск решений, как правило, требует проведения глубокого анализа.

Конечно, у разных фирм содержание проблем разное. Допустим, компания занимается авиационными перевозками и решила организовать регулярные рейсы между Москвой и Санкт-Петербургом. Самолеты каких размеров она должна для этого закупить? Большие самолеты дорогие, но если все места в них будут заняты, то перевозка одного пассажира потребует меньших затрат, чем перевозка на самолетах среднего размера. Прибыль в этом случае будет большей. Однако если пассажиров будет мало, фирма может нести потери. Очевидно, решение должно зависеть от того, какое количество пассажиров ожидается перевозить. С другой стороны, количество пассажиров будет зависеть от стоимости билетов, а эту стоимость устанавливает сама фирма. Как найти оптимальное решение?

Рассмотрим другой пример. Владелец фермы имеет большой участок земли и хочет эффективно его использовать. Он может сдать землю в аренду и получить за это деньги. Может выращивать и продавать картофель или свеклу. По какому пути ему выгоднее идти? Если самому заняться производством овощей, то надо иметь представление об ожидаемой урожайности, о том, сколько может стоить готовая продукция; сколько придется заплатить за посадочный материал и за удобрения; сколько будет стоить аренда техники и труд работников.

К микроэкономике относятся и проблемы, связанные с перестройкой производства. Анализ спроса на товары и услуги может показать, что фирме целесообразно начать выпуск нового продукта. Если у компании есть неиспользуемые ресурсы, то она может сделать это без ущерба для текущего производства. Но таких ресурсов может не быть. Фирма может работать на пределе своих производственных возможностей. В этом случае выпуск нового продукта может быть начат только за счет сокращения текущего производства. Принятие решения по этому вопросу требует проведения сложных расчетов.

Рассмотрим такой пример. Допустим, фирма выпускает мобильные телефоны. Анализ рынков показал, что спрос на ее продукцию падает. В это же время спрос на планшетные компьютеры быстро растет. Фирма провела анализ своих возможностей и установила, что она может организовать одновременный выпуск планшетных компьютеров и телефонов, но только при условии сокращения объема выпуска телефонов. Компания рассмотрела наиболее рациональные варианты замены оборудования и состава работников; провела расчеты объемов выпуска после предполагаемых изменений и установила, что зависимость между максимальными количествами выпускаемых компьютеров и телефонов будет такой, которая показана на рис. 1.1.

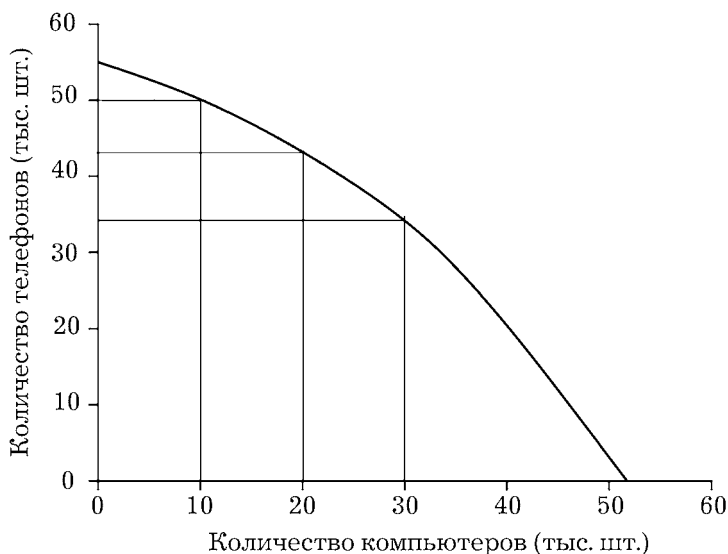


Рис. 1.1. Граница производственных возможностей фирмы

Кривая линия на графике является *границей производственных возможностей* фирмы. По оси ординат отложено количество телефонов, выпускаемых в течение месяца; по оси абсцисс — количество компьютеров. Если компания продолжит

выпускать только телефоны, она сможет выпускать их 55 000 шт. Если фирма решит выпускать 10 000 компьютеров, она должна будет сократить выпуск телефонов до 50 000 шт. При выпуске 20 000 компьютеров ей придется сократить выпуск телефонов до 43 500 шт., а при выпуске 30 000 компьютеров — до 34 000 шт. Сколько компьютеров целесообразно выпускать? Для ответа на этот вопрос надо проводить расчеты.

Заметим, что в экономике те выигрыши, от которых приходится отказываться, делая окончательный выбор, называют *альтернативными издержками*. В нашем случае альтернативной издержкой выпуска компьютеров является потеря дохода от продаж того количества телефонов, на которое будет сокращено их производство. Размер альтернативной издержки будет зависеть от того, сколько компьютеров будет выпускаться.

Из приведенного на рис. 1.1 графика видно, что по мере увеличения объема выпуска компьютеров альтернативная издержка растет. Но растет она неравномерно: вначале медленно, потом быстрее. Такой характер зависимости между ростом объема выпуска какого-то продукта и изменением альтернативных издержек в реальной жизни встречается часто. Объясняется это тем, что организовать выпуск нового продукта в небольшом объеме во многих случаях удастся без существенной перестройки идущих производств. Но по мере увеличения объема перестройка становится все более глубокой и потери текущего производства ускоренно возрастают.

Фирме, для того чтобы ответить на вопрос о том, сколько выпускать компьютеров, надо знать свои возможности и надо уметь прогнозировать поведение рынков. Как поведет себя в будущем спрос на компьютеры и на телефоны? Как поведут себя цены на эти продукты? Какие конкуренты могут появиться?

При проведении расчетов и анализа следует учитывать, что потери при переходе на новое производство не ограничатся альтернативными издержками. Деньги придется тратить на покупку нового оборудования и на подготовку работников. Следует также иметь в виду, что перестройка производства потребует времени.

Микроэкономические исследования осложнены тем, что сама экономическая жизнь не подчиняется строгим правилам. Эту жизнь формируют люди, т. е. все мы. А у нас со временем меняется отношение и к работе, и к потреблению. Известно, например, что сейчас в России количество желающих работать в сельском хозяйстве падает, а количество желающих работать в сфере обслуживания растет; спрос на меховую одежду падает, а спрос на фототехнику растет. Заранее такие изменения предсказывать сложно. Но есть в экономике и общие закономерности. Известно, что чем более высокую зарплату платит фирма, тем больше желающих работать на этой фирме. Чем дешевле услуга, тем больше людей ей пользуется. Чем более высокую процентную ставку предлагает банк, тем больше желающих хранить деньги в этом банке. Микроэкономика занимается поиском такого рода закономерностей, их изучением и разработкой на их основе методов расчета.

Конечной целью экономики является нахождение оптимальных путей увеличения богатства страны и повышения уровня благосостояния людей. Богатство страны составляют природные ресурсы и то, что создано людьми. Часть этого богатства имеет материальное воплощение (леса, реки, дома, дороги); часть — нематериальное (услуги, наука, произведения искусств). Интересы страны должны заключаться в том, чтобы максимально сохранять природные ресурсы и как можно больше создавать усилиями людей.

Как уже было сказано, благосостояние — это мера того, насколько люди удовлетворены своей жизнью. Принято считать, что если хотя бы один человек повысил свое благосостояние и при этом никто другой его не понизил, то благосостояние общества в целом повысилось. К сожалению, так происходит редко. Большинство экономических перемен приводит к тому, что одним становится жить лучше, а другим — хуже. Например, импорт дешевой одежды может дать возможность части людей жить лучше, поскольку они смогут покупать одежду по более низким ценам. Но при этом многие могут потерять работу, и их

жизнь ухудшится. В условиях рыночных отношений перемены неизбежно связаны с перераспределением доходов и ценностей в обществе. Механизмов, которые позволяли бы улучшать жизнь одним без ухудшения жизни других, пока не создано.

В странах с централизованным управлением такие механизмы есть, но они ослабляют стимулы к нововведениям и тормозят развитие.

1.2. Направления и методы экономических исследований

В зависимости от целей исследования в экономике можно выделить два направления: позитивная экономика и нормативная экономика.

Позитивная экономика занимается изучением реальной логики принятия решений людьми и фирмами. Например, она может исследовать, какими методами компании действуют, чтобы получить максимальную прибыль, или как распоряжаются своими доходами домашние хозяйства. В отчетах позитивных экономистов отражаются результаты анализа того, что реально происходило в экономике и что происходит, а также приводятся прогнозы будущего развития, основанные на наблюдениях. Обоснованность их суждений может быть легко проверена. Примерами заключений позитивной экономики могут служить утверждения о том, что с ростом заработка людей растут их сбережения, с усилением рекламы товара увеличивается спрос на него, с развитием цифровой техники растет спрос на электронные книги. Рекомендации исследователей направлены на то, чтобы помочь участникам экономической жизни находить наиболее выгодные решения.

Нормативная экономика занимается поиском наиболее эффективных путей достижения тех целей, которые ставит перед собой общество. Например, она может разрабатывать правила ведения бизнеса, которые будут стимулировать создание энергосберегающего оборудования. Или может искать способы сделать выгодной экономию природных ресурсов и невыгодным загрязнение окружающей среды. Решая такие проблемы, эко-

номисты находятся под влиянием политических рекомендаций, которые во многом определяют то, что следует делать и чего не следует.

Строгой границы между этими двумя направлениями нет, поскольку нормативные экономисты ищут такие изменения условий экономической деятельности, после которых поставленная цель может быть достигнута при реальной логике поведения домашних хозяйств и фирм.

В рекомендациях позитивной экономики в первую очередь заинтересованы предприниматели, а в рекомендациях нормативной — правительство.

Исследования в экономике обычно ведут методами математического моделирования. Составляется математическое описание экономических процессов, и на его основе проводится анализ и строятся прогнозы. Подходы к построению математической модели используются разные. В одних случаях она базируется на реальных экономических показателях. Собираются данные о ценах товаров и услуг на разных рынках; об объеме их продаж; об уровнях заработной платы и прибылях фирм; о налогах, которые платят домашние хозяйства и фирмы; о сбережениях домашних хозяйств. На основе этих данных строятся графики взаимных зависимостей, а затем подбираются математические уравнения, которые в графическом отображении оказываются максимально близкими к графикам реальных показателей. Совокупность таких уравнений и является математической моделью. При другом подходе модель строится на основе логических рассуждений исследователя, а затем проверяется степень совпадения результатов моделирования с реальными процессами.

В экономической жизни в той или иной степени участвует все население страны. Создать модель, которая описывала бы полностью эту жизнь, практически невозможно хотя бы потому, что сама эта жизнь непрерывно меняется. Для проведения исследований из всего комплекса экономических отношений выбираются отдельные типовые фрагменты, и на их основе идет поиск закономерностей.

Например, для анализа доходов и расходов домашних хозяйств и фирм в простейшем случае может быть использована структура фрагмента, представленная на рис. 1.2.

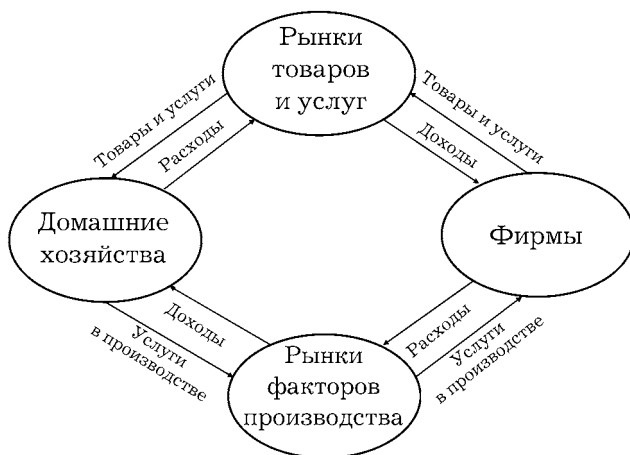


Рис. 1.2. Упрощенная схема кругооборота расходов и доходов

Домашние хозяйства за плату оказывают услуги фирмам в виде труда либо передают фирмам в аренду орудия производства или земли. Для фирмы это вознаграждение является расходом, а для домашнего хозяйства — доходом. Размер оплаты зависит от того, по какой цене такие же услуги соглашаются предоставить другие домашние хозяйства. Сравнение цен происходит на рынках факторов производства. О том, что называется фактором производства, будет рассказано в следующей главе.

Деньги, полученные от фирм, домашнее хозяйство тратит на то, что ему нужно для жизни: продукты питания, одежду, мебель, услуги по содержанию жилья и т. д. Покупки осуществляются на рынках товаров и услуг, поставки на которые осуществляют разные фирмы. Фирма поставяет свой продукт, а домашнее хозяйство его покупает, т. е. отдает фирме за этот продукт деньги. Домашнее хозяйство при этом несет расходы, а фирма получает доход.

Математическая модель приведенной структуры должна была бы показывать связи между количеством факторов производства и их стоимостью; количеством факторов производства и объемом выпускаемой продукции; объемом выпускаемой продукции и ее ценой. Имея такую модель, можно было бы, например, предсказать, как изменится объем закупок домашнего хозяйства, если факторы производства подорожают, или как изменится спрос фирмы на факторы производства, если цена продукции упадет.

На самом деле экономические связи гораздо сложнее тех, которые показаны на рисунке. Фирмы покупают факторы производства не только у домашних хозяйств, но и у других фирм. Например, сборочную автомобильную линию домашнее хозяйство поставить фирме не может. Домашние хозяйства, в свою очередь, не все заработанные деньги тратят на приобретение товаров и услуг, а откладывают часть денег в виде сбережений для будущих покупок. Реальные схемы, на базе которых ведутся исследования, оказываются очень сложными, в этой книге они рассматриваться не будут.

Для пояснения основных закономерностей в книге применяются графические методы. При этом используются следующие три вида графиков:

- а) зависимость между двумя переменными при постоянных значениях остальных параметров;*
- б) зависимость между двумя переменными при заданных условиях;*
- в) зависимость переменной от времени.*

Контрольные вопросы и задания

Дайте определения понятиям “богатство”, “благосостояние”, “граница производственных возможностей”.

Какие из следующих вопросов относятся к микроэкономике, а какие — к макроэкономике:

- а) определение обменных курсов иностранных валют;
- б) определение уровня заработной платы инженера;

- в) определение уровня безработицы в стране;
- г) определение продажной цены компьютеров?

Задача

Представьте себе, что вы живете в деревне, у вас есть 30 соток земли и вы можете выращивать на этой земле либо картофель, либо сахарную свеклу. Средний урожай картофеля — 100 кг с сотки, а средний урожай сахарной свеклы — 150 кг с сотки.

а) Постройте границу своих производственных возможностей.

Допустим, вы решили выращивать картофель. Его рыночная цена составляет 20 руб. за кг. Сахарная свекла стоит на рынке вдвое дешевле.

б) Какова ваша альтернативная издержка?

в) Правильно ли вы поступили, решив выращивать картофель?

Глава 2. Производство

2.1. Фирма — производственная организация

Основой благосостояния людей являются те товары и услуги, которыми они располагают. И то и другое производят сами люди. Люди решают, что им нужно для жизни, и создают то, что в их силах. Созданием товаров и услуг занимаются специализированные организации. По мере развития культуры, науки и техники их работа совершенствуется, успех каждой фирмы становится все более зависимым от того, насколько удачно построена ее экономика.

В этом параграфе мы познакомимся с разными типами современных производственных организаций. Будем называть их фирмами. При этом фирмой будем считать такую организацию, которая самостоятельно принимает решения, касающиеся ее деятельности. Скажем, Волжский автомобильный завод — это

фирма, а сборочный цех этого завода фирмой не является, поскольку цех не может решать, например, вопрос о том, какие автомобили ему собирать, какие использовать комплектующие и по какой цене продавать готовую продукцию. Мы будем исследовать лишь экономические аспекты деятельности фирм, не касаясь проблем технологий. Рассмотрение будет вестись применительно к тем организациям, которые принадлежат частным владельцам.

Юридический статус фирмы и управление ею зависят от количества собственников. Наиболее распространены **фирмы с одним собственником**. Это, как правило, небольшие организации с несколькими работниками, например парикмахерские, юридические конторы, магазины. Обычно сам владелец участвует в производственной деятельности. Решения принимаются быстро, поскольку владельцу не с кем их согласовывать. Недостатком таких фирм является то, что деньги на развитие ограничены возможностями владельца. Кроме того, владелец один несет всю ответственность за фирму, и в случае банкротства все потери ложатся на него.

Существуют фирмы с несколькими владельцами — **товарищества**. Обычно товарищество объединяет от двух до двадцати партнеров. Главное преимущество у этого класса организаций перед фирмами с одним собственником заключается в том, что они располагают большими финансовыми возможностями и могут специализировать свою деятельность. Например, один владелец может заниматься вопросами персонала; другой — производством; третий — рынком и т. д. Главный недостаток, как и в предыдущем случае, — высокая степень финансовой ответственности. Любой из владельцев может заключить соглашение от имени компании; при этом если решение было ошибочным, то пострадать могут все остальные.

Товарищества обычно создаются на базе общности профессий, так могут быть образованы, например, сельскохозяйственная фирма, медицинское учреждение, архитектурная мастерская. Количество участников зависит от того, сколько требу-

ется денег для развития бизнеса и какими деньгами участники располагают.

Есть и такие фирмы, у которых владельцев много. Это **открытые акционерные общества (ОАО)**. Первые организации такого типа появились во второй половине XIX в. Они открыли путь для развития больших компаний при сравнительно безопасных условиях инвестирования, которые создаются за счет широкого участия населения. Акции открытого акционерного общества выпускаются в большом количестве и продаются на фондовых рынках. Весь капитал такой фирмы представляет собой сумму средств, полученных при продаже акций. Акция является документом, свидетельствующим о том, что ее владелец является одним из собственников компании. Будучи собственником, он имеет право на получение части прибыли фирмы. Таким образом, у людей есть возможность при относительно небольших финансовых вложениях участвовать в бизнесе. Опыт показывает, что если бизнес организован удачно, то акционерное общество может собрать огромный капитал. Это позволяет организовать крупномасштабное производство с использованием передовых технологий, обеспечить низкую себестоимость продукции и за счет этого занять большую долю рынка. Примеры таких компаний — всемирно известные *IBM*, *Siemens*, *General Motors*. В России открытых акционерных обществ много. В их число входят такие крупные фирмы, как “Российские железные дороги”, “Газпром”, “Сбербанк России”. При большом общем объеме капитала этих компаний ответственность каждого акционера ограничивается стоимостью его акций. Если фирма станет банкротом, акционер потеряет только такую сумму денег, за которую он мог бы продать свои акции перед банкротством.

Есть еще один тип фирм, капитал которых основан на акциях, — **закрытые акционерные общества (ЗАО)**. Это компании меньшего размера. Количество их акционеров ограничено нормативно. По российскому законодательству их должно быть не более 50 человек. Обычно акционерами становятся учредители фирмы и согласованный с учредителями узкий круг лиц.

Акции закрытого акционерного общества на фондовом рынке не продаются. В качестве примеров таких обществ можно назвать российские филиалы зарубежных банков “Райффайзенбанк” и “ЮниКредит Банк”.

Существуют и другие виды фирм.

Как правило, фирмы стремятся расширить масштабы своей деятельности. Это позволяет сделать их бизнес более надежным и наращивать прибыль за счет увеличения объема продаж. С ростом фирмы у нее появляется возможность расширять ассортимент выпускаемой продукции. Если спрос на один из продуктов падает, фирма может сохранять прибыль, увеличивая производство других продуктов. Когда объем выпуска большой, компания может оказывать влияние на рыночные цены. Она может снижать цены и делать свои продукты более дешевыми, чем у фирм меньшего размера. Для меньших фирм такое снижение может оказаться неприемлемым, и в этом случае им придется уходить с рынка. У крупной компании появляется возможность увеличить объем продаж.

Фирма может расти за счет внутренних ресурсов, а может и путем объединения с другими организациями. Первый вариант называют внутренним ростом; второй — внешним. При внутреннем росте фирма расширяет масштаб своей деятельности, сохраняя прежнюю структуру управления. Такое увеличение обычно происходит при возрастании спроса на продукцию фирмы. Конечно, темпы роста компании ограничены количеством денег, но всегда есть возможность израсходовать для развития часть заработанной прибыли или взять деньги займы. Открытое акционерное общество может увеличить капитал за счет выпуска дополнительных акций.

При внешнем росте происходит объединение двух или нескольких фирм. В зависимости от характера производственной деятельности компаний их объединения подразделяют на три вида: *вертикальное, горизонтальное и конгломераты*.

Вертикальная интеграция имеет место тогда, когда фирмы работают в одной и той же отрасли, но на разных стадиях

производственного процесса. Например, могут объединиться компании, одна из которых занимается добычей нефти, а другая — ее переработкой. Нефтеперерабатывающая фирма может объединиться с фирмой, которая занимается розничной продажей бензина.

Компании могут создать общую дирекцию и работать скоординированно, образовав производственное либо научно-производственное объединение. При этом внутренняя структура каждой фирмы остается прежней. Но объединение может происходить и таким образом, что одна компания приобретает другую (ключевой пакет акций другой фирмы). В этом случае вторая фирма теряет свою самостоятельность. После объединения структура организации становится такой, которая удобна компании-приобретателю.

Если фирма приобретает другую фирму, работающую на более ранней стадии производственного процесса, (например, производитель чая приобретает чайную плантацию), то объединение называется *вертикальной интеграцией назад*. Основными стимулами такого объединения являются желание обеспечить для себя более надежное снабжение исходными материалами и, конечно, увеличить прибыль за счет получения доходов приобретаемой компании.

Если же, наоборот, фирма приобретает другую фирму, работающую на более поздней стадии технологического процесса (нефтедобывающая фирма приобретает нефтеперерабатывающую фирму), то объединение называется *вертикальной интеграцией вперед*. В этом случае фирма-приобретатель тоже получает прибыль приобретаемой компании. Кроме того, у нее появляется возможность без посредника согласовывать объем своего производства со спросом на продукцию приобретаемой фирмы, т. е. на ту продукцию, которая ближе к конечному потребителю. Это позволяет сократить потери.

В ряде случаев вертикальная интеграция позволяет снизить себестоимость продукции. Скажем, если объединились две фирмы, одна из которых производит сталь, а вторая — чугун, и если

их территории находятся рядом, то горячие чугунные чушки могут передаваться напрямую в конвертор и при этом не будет затрачиваться энергия на их повторный разогрев.

Фирмы могут объединяться и в том случае, если они находятся примерно на одной и той же стадии технологического процесса. Такое объединение называется **горизонтальной интеграцией**. В этом случае удастся снизить себестоимость продукции за счет увеличения масштаба производства. Когда в распоряжении фирмы появляется больше оборудования, его удастся более рационально использовать. Вместе с тем рост объема выпуска позволяет увеличить долю компании на рынке и тем самым укрепить свою позицию в отношениях с конкурентами.

Отметим, что горизонтальная интеграция происходит обычно с бо льшими трудностями, чем вертикальная. Дело в том, что при горизонтальной интеграции объединяются фирмы, у которых примерно один и тот же состав производственных процессов и примерно одно и то же содержание административной работы. Как правило, на каждой фирме есть оборудование, возможности которого используются неполностью, поэтому после объединения от части оборудования удастся отказаться. Но это влечет за собой сокращение производственного персонала. Административных работников тоже следует сократить, поскольку для управления объединенной фирмой требуется меньше людей, чем нужно было для управления двумя компаниями. Таким образом, часть людей должна быть уволена, а это всегда болезненно.

В некоторых случаях объединяются фирмы, которые не имеют прямой производственной связи друг с другом. Например, могут объединиться гостиница и размещенный в этом же здании ресторан, или гостиница и игорное заведение, или все три эти фирмы. Такие объединения называются **конгломератами**. Основой для их создания является то, что хотя фирмы и не имеют ничего общего в процессах производства, они используют примерно одни и те же подходы к решению финансовых и рыночных проблем. Это позволяет им иметь общую администрацию. Объединив средства, фирмы могут сформировать ее из

высококвалифицированного персонала. Для одной компании содержать такую администрацию слишком дорого, а для конгломерата может быть вполне приемлемым. Известно, что от уровня квалификации администрации во многом зависит успех бизнеса.

Конгломератное объединение может произойти и в том случае, если у какой-то фирмы дела стали идти плохо и стоимость ее акций на бирже упала. Такую компанию можно купить, чтобы завладеть ее имуществом.

С развитием конкуренции в международном масштабе появились конгломераты, объединяющие компании разных стран.

Многие специалисты ставят под сомнение целесообразность создания конгломератов. Эти объединения не всегда достигают своих целей. Дело в том, что организация каждого вида деятельности имеет свои особенности. На верхнем уровне управления они известны хуже, чем в самой фирме, поэтому не всегда учитываются. В результате эффективность деятельности после вхождения в конгломерат может снизиться.

Существуют и такие объединения, в которых каждая фирма полностью сохраняет свою внутреннюю организацию. Их называют *квазиобъединения*. Часто они создаются для обеспечения стабильности рыночных условий. Добывающая и перерабатывающая компании могут создать совместное предприятие, в рамках которого добывающая фирма обеспечивает поставку сырья перерабатывающей фирме. Таким образом добывающая компания получает надежный рынок сбыта. За это она предоставляет сырье перерабатывающей фирме по пониженным ценам. Для перерабатывающей фирмы такое объединение является *квазиинтеграцией назад*. В российской алюминиевой промышленности многие фирмы работают по этой схеме.

Существует также и *квазиинтеграция вперед*. Обычно это долгосрочный альянс между компанией, которая выпускает конечную продукцию, и фирмой, которая ее продает. Продающая компания может взять на себя обязательство продавать только продукцию своего партнера, а выпускающая фирма за это отпускает продукцию по сниженной цене. Примерами таких ква-

зиеобъединений могут быть альянсы между производителями и продавцами компьютеров.

2.2. Факторы производства. Функция производства. Долгосрочный и краткосрочный периоды

Факторы производства.

Для того чтобы осуществлять производство, нужны материальные и людские ресурсы. Скажем, для производства чугуна необходимы доменные печи, железная руда, коксующийся уголь и, конечно, труд людей. Для производства пшеницы нужны земля, удобрения, сельскохозяйственная техника и тоже труд людей. Чтобы печатать книги, нужны бумага, печатные станки и опять люди. У каждого вида производства свой набор ресурсов. Если бы кто-то попытался составить общий список используемых ресурсов, то увидел бы, что он очень большой. В экономике ресурсы, используемые для производства, названы *факторами производства*. В интересах проведения анализа они подразделяются на три группы: *земля, труд и капитал*.

Земля как фактор производства включает в себя минеральные ресурсы, леса, воду, а также саму поверхность земли, которая используется для сельского хозяйства и для размещения на ней производственных предприятий.

Заметим, что границы этого фактора не всегда четко очерчены. Обычно землю рассматривают, как нечто данное природой. Но иногда участки земной поверхности оказываются творением рук человека. Например, некоторые производственные сооружения зачастую размещают на насыпных площадках, которые создаются у береговой линии за счет вытеснения моря. Такие площадки можно рассматривать и как землю, и как искусственное сооружение, т. е. как капитал. Эта неопределенность в полной мере относится к Нидерландам — стране, большая часть территории которой отвоевана у моря. Другим примером могут служить сельскохозяйственные земли, превращенные в плодородные из пустынных.

Труд — это особый фактор производства, поскольку он представляет собой совокупность усилий людей. Труд не является однородным. Для разных видов деятельности он требует разных знаний и навыков. Спектр специализаций очень широкий. Он охватывает профессии каменщиков, слесарей, монтажников, врачей, учителей, музыкантов, инженеров, летчиков и многие другие. Уровень подготовки для разных видов деятельности должен быть разным. Например, к работе продавца сигарет или разносчика газет можно приступить без особой подготовки, а для того чтобы стать инженером, надо окончить технический вуз.

Учеба дает возможность человеку приобрести квалификацию, а потом повышать ее. Она позволяет делать труд все более и более эффективным. Приобретаемые знания играют для человека роль некоего инструмента, который способен все время совершенствоваться. Иногда образование, данное человеку, называют человеческим капиталом. Главным отличием между трудом и капиталом является то, что капитал может менять владельца: продаваться и покупаться, подобно потребительскому товару, а труд — это вид деятельности человека, он имеет персональную принадлежность и сам по себе не может быть продан или куплен.

Общее количество труда, которым может пользоваться страна, определяется численностью трудоспособного населения. В России к трудоспособному населению формально относятся мужчины в возрасте от 18 до 60 лет и женщины в возрасте от 18 до 55 лет. Конечно, не все люди в этом возрасте участвуют в производстве: некоторые учатся, некоторые занимаются домашним хозяйством, некоторые раньше уходят на пенсию.

Капитал объединяет все материальные средства, которые используются для производства. В его состав входят здания, транспорт, оборудование, программное обеспечение. Конечному потребителю эти средства не нужны, они необходимы только для производства. Например, все административные и производственные здания завода — это капитал. Они используются для организации и осуществления производства. Оборудование