

УДК: 330.113: 334.758

ВЛИЯНИЕ ЦЕНЫ НА МЕХАНИЗМЫ РАВНОВЕСНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И СТАБИЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РЕПРЕЗЕНТАТИВНОЙ ФИРМЫ

Морозова О.Г., Белоус А.Н.

У статті методичним прийомом досліджена природа фірми за допомогою запропонованої А.Маршаллом репрезентативності. Демонструється формування загальної економічної рівноваги як рівноваги безлічі окремих виробників та виявлено закономірності зміни граничних витрат.

Постановка проблемы. Теория общего экономического равновесия хозяйственной системы получила оформление в науке в 20-30-е годы XX века, хотя ее предпосылки выявились в глубокой древности и вызревали, проходя те же этапы развития, что и экономическая теория в целом, а математический аппарат был сформирован на протяжении XIX века в трудах Н. Капра, У. Уэвелля, А. Курно, Г. Госсена, У. Джевонса, других авторов [1, С.150-168]. «Хозяйственная система в действительности представляет собой целое, все части которого взаимосвязаны и влияют друг на друга», – читаем, в частности, у А. Курно. «Следовательно, для комплексного и строгого решения проблем, относящихся к тому или иному отдельному сектору хозяйственной системы, по-видимому, исключительно важно не упускать из виду всю систему в целом. Но это превзошло бы возможности математического анализа и имеющихся в нашем распоряжении методов расчета». К концу 30-х годов XX века в западной экономической науке выявилось два основных подхода к проблеме общего экономического равновесия. Первый основывался на концепциях Л. Вальраса, А. Маршалла, В. Парето; истоками второго стала дискуссия между Дж. Кейнсом и сторонниками неоклассической школы [2, С.258-259].

Анализ последних исследований и публикаций. Теория совершенной конкуренции, в рамках которой функционирует репрезентативная фирма А.Маршалла, дает несколько упрощенную, эмпирически несовершенную модель реального мира. В 20-30 годы XX в экономическая теория столкнулась, в терминах Дж.Клэпхема, «с пустыми ящиками» или

ярко выраженной потребностью описания и классификация типов рынка, которые включали все возможные модели олигополии, монополии, дуополии, дифференциации продуктов и т. д. Э. Чемберлин и Дж. Робинсон одновременно, в 1933 г написали труды, окончательно повергнувшие предположения о совершенной конкуренции. В тот момент данный вопрос был крайне актуален, поскольку идея уже «носилась в воздухе», ожидая своего открытия. Десятилетие велись активные споры о природе конкуренции, среди участников которых были А. Янг, Ф. Найт, Дж. Кларк, Д. Робертсон, Дж. Вайнер, Й. Шумпетер, П. Сраффа, А. Пигу, Дж. Робинсон, С. Бридун, и др. [3, С.358].

Нерешенные части проблемы. Несмотря на опровержение теории совершенной конкуренции, она все же продолжает оставаться востребованной, изучаемой, и, если можно так сказать, стала для экономической теории канонической. Не проанализировав поведение конкурентной репрезентативной фирмы, не рассмотрев установление общеотраслевого равновесия, вряд ли возможно исследовать поведение производителей в более сложных современных условиях рыночных структур.

Цель исследования. Выявление ценностных механизмов равновесного функционирования и стабильного развития репрезентативной фирмы

Основные результаты исследования. Любая фирма, независимо от официально декларируемых целей и структуры рынка, стремится к достижению своего экономического равновесия, при котором ее прибыль достигает максимума. В соответствии с теорией неоклассиков, это возможно, когда оптимизированы производственные (трансформационные) издержки, а предельный доход равен предельным издержкам [8, С.54]. Данное условие равновесия фирмы можно формализовать так:

$$Pr(q) = TR(q) - TC(q); \quad MR(q) = TR(q) - TC(q)$$

где $Pr(q)$ – прибыль; $TR(q)$ – общий доход; $TC(q)$ – общие издержки; $MR(q)$ – предельный доход, а $MC(q)$ – предельные издержки при каждом выпуске.

Поскольку наращивать производство целесообразно до момента пересечения кривой MC и уровня цены (рис.1), которая при совершенной конкуренции не зависит от фирмы и воспринимается как данность, в нашем случае это точка K . Пока $MC < P$, производство следует увеличивать, если $MC > P$, производство убыточно и его нужно прекратить. На рис.1

общий доход фирмы-конкурента можно определить как площадь прямоугольника $OMKN$. Общие издержки TC – это площадь $ORSN$, максимум общей прибыли представляет площадь прямоугольника $MRSK$

$$(P_{\max} = TR - TC)$$

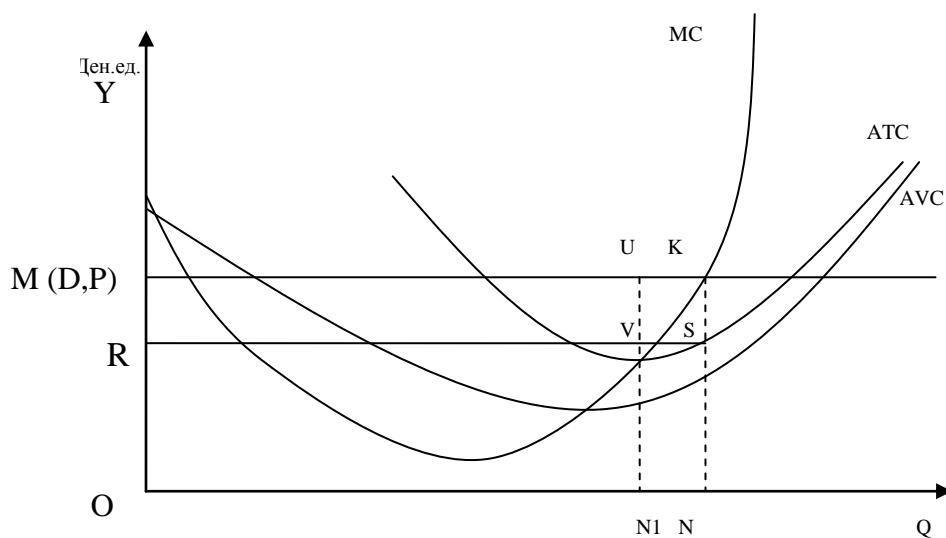


Рис. 1. Издержки и прибыль в краткосрочном периоде.[4, С.54]

В рамках краткосрочного равновесия Нуреев Р. [4, С.201-204] выделяет четыре типа фирм:

- предельная – фирма, которой удастся покрыть лишь средние переменные издержки ($P=AVC$); она может функционировать достаточно незначительное время. Если произойдет превышение цены над ATC , такой производитель сможет покрывать общие издержки и получать прибыль. Если цена продолжит снижаться, он оставит рынок;
- запредельная фирма не покрывает даже средние переменные издержки $P < AVC$, поэтому, при сохранении такой неблагоприятной конъюнктуры, производитель быстро покинет отрасль;
- допредельная фирма с нормальной прибылью компенсирует все виды издержек, поскольку реализует продукцию по цене, равной ATC , хотя экономическую прибыль такой производитель не получает;
- допредельная (эффективная) фирма со сверхприбылью продает продукцию по цене, выше ATC , что гарантирует ей экономическую прибыль.

Существует несколько вариантов краткосрочного равновесия репрезентативных фирм и всей отрасли [5, С. 250-251]. Если в краткосрочном периоде фирмы получают экономическую прибыль, то это привлекает в отрасль новых производителей. Наоборот, если фирмы несут убытки, часть из них покидает рынок. Процесс входа-выхода будет продолжаться до тех пор, пока экономическая прибыль (убытки) не достигнет нуля. На рис.2, если предложение выражено кривой S1, то отрасль придет в состояние равновесия при цене P1 и объеме Q1.

При данном объеме производства каждая среднестатистическая фирма получит экономическую прибыль равную разнице между ценой P и АТС. Это привлечет в отрасль новых конкурентов. Кривая рыночного предложения сдвинется вправо, в итоге цена упадет. Новые фирмы будут входить в отрасль, пока кривая S не достигнет положения S2 и линия цены рыночного равновесия P2 и не превратится в касательную к кривой АТС репрезентативной фирмы (рис. 2а). При этой цене каждая фирма будет получать только нормальную прибыль, что будет отсутствием стимула для новых производителей. И хотя каждая фирма сократила свой объем производства с q1 до q2, но объем рыночного предложения увеличился с Q1 до Q2 из-за присутствия в отрасли большего количества фирм. Процесс будет обратным, если первоначальное рыночное равновесие характеризовалось убытками. Когда цена не покрывает АТС, фирмы покидают отрасль до тех пор, пока кривая предложения не займет позицию S2. Рынок и каждая фирма снова достигнут равновесия. Так как все фирмы на рынке считаются одинаковыми, то их количество n определяется простым делением рыночного предложения на выпуск одной из них:

$$n = \frac{Q}{q}$$

Важным является и то, что исследуемые фирмы не конкурируют между собой из-за отсутствия для этого возможностей. На основании этого становится понятен процесс установления общего (отраслевого) равновесия. В отрасль, обеспечивающую экономическую прибыль, входят новые производители и возрастает объем производства. Их предельные издержки сначала падают, потом начинают расти, кривая MC постепенно идет вверх и пересекает кривую средних издержек АТС, а затем спроса D и (одновременно) предельного дохода MR.

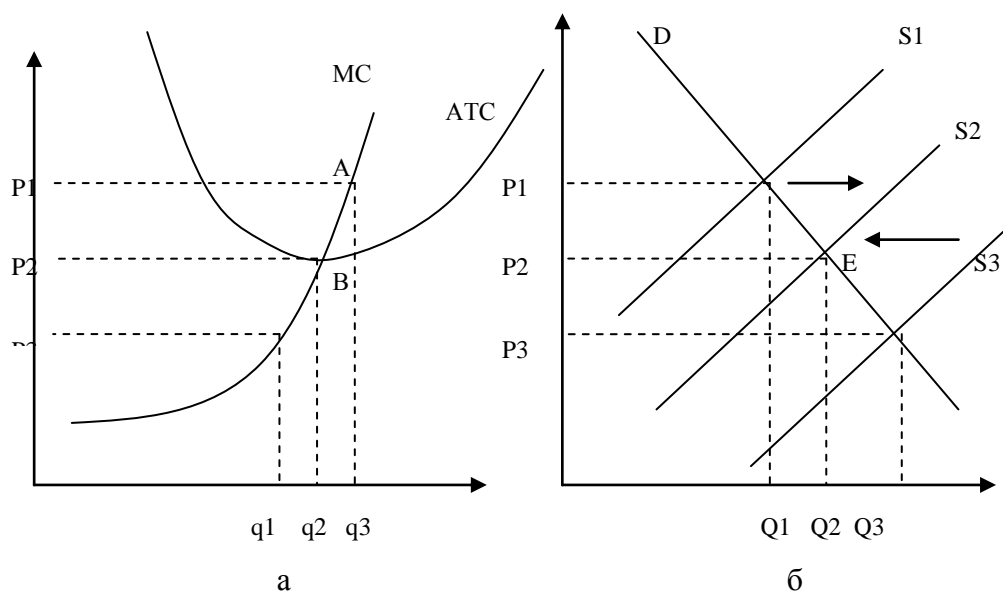


Рис. 2. Равновесие фирмы в кратко- и долгосрочном периоде [5, С.250-251]

В этот момент фирма прекращает наращивание объема производства, иначе она получит снижение прибыли. Но поскольку так делают все фирмы отрасли, кривая спроса (цена и предельный доход) постепенно падают, приближаясь к ATC. Как только эти кривые касаются друг друга, то предельные издержки равны полным средним, экономическая прибыль исчезает, устанавливается отраслевое и, в конце концов, общерыночное равновесие: ни одна новая фирма в отрасль не входит и не выходит из нее, ни одна фирма не изменяет объемы производства. Это возможно, когда ни одна фирма не может изменить издержки и создать какие-то конкурентные преимущества (по качеству, издержкам и, следовательно, цене) из-за экзогенной заданности технологий. Каждая фирма отрасли является точной копией других и графики издержек – одинаковые у всех фирм, поэтому возможно описывать с их помощью отраслевое равновесие. Если бы одна из фирм имела более низкие издержки, ее прибыль росла и данная фирма могла бы увеличиваться, обгоняя других и нарушая условие репрезентативности. Наоборот, именно репрезентативная фирма иллюстрирует кривую предложения отрасли; ее средние и общие издержки представляют средние и общие издержки фирм в отрасли, а ее кривые издержек отражают реакцию предложения всех фирм и их размеров. Идентичность структуры издержек всех фирм отрасли, их

слияние в одну репрезентативную фирму, не соперничество, а мирное сосуществование фирм – вот ключевые характеристики неоклассической теории фирмы [6, С. 720]. Большое значение для определения параметров равновесия фирмы имеет временной период, который оказывает решающее влияние на степень эластичности предложения, ведь чем больше времени прошло, тем больше возможностей имеет производитель, чтобы приспособить объем своего производства к изменению цены. Обычно выделяют три временных интервала:

- кратчайший период – настолько мал, что фирмы не успевают отреагировать на изменение спроса и цены. Все производственные факторы и все издержки постоянны и объем предложения фактически фиксирован (рис. 3а);

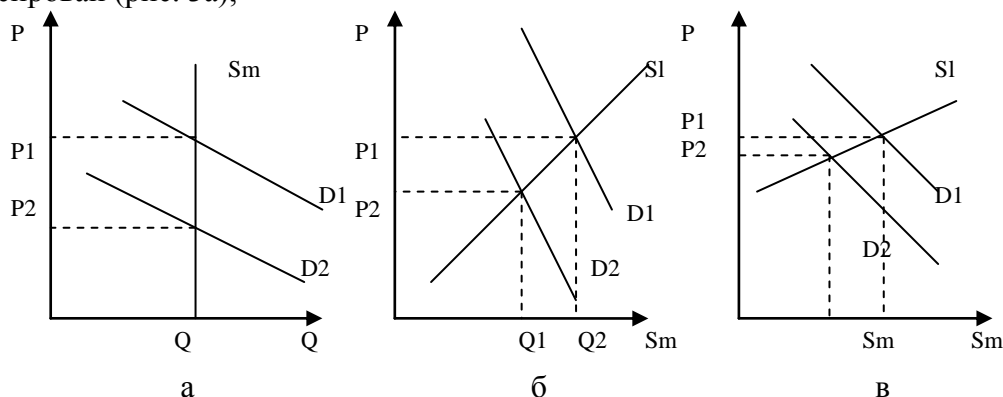


Рис. 3 Влияние фактора времени на изменение предложения фирмы. [6, С. 720]

- краткосрочный период – хотя производственные мощности остаются неизменными, но фирма может изменить интенсивность их использования, а также варьировать использование большинства предметов труда. Ряд факторов производства (рабочая сила, сырье и материалы) выступают переменными (рис. 3б);
- долгосрочный период – фирма может полностью изменить производственные мощности (рис. 3в), т.к. все факторы производства стали переменными.

В кратчайшем рыночном периоде изменение спроса не вызовет изменений в объеме предложения. Предложение абсолютно неэластично из-за отсутствия времени для реакции. В краткосрочном и длительном периоде с ростом спроса объем предложения будет увеличиваться. При

этом цена тоже будет расти, но в меньших масштабах, чем увеличение спроса. Различия между краткосрочным и долгосрочным периодом состоят в степени эластичности кривой. В краткосрочном периоде она невелика, так как возможен лишь ограниченный прирост производства. В долгосрочном периоде наращивание предложения почти и безгранично. Следовательно, оно эластично, а рост цен невелик (кривая SL, рис. 3в).

Рост производства в долгосрочном периоде может отразиться на ценах ресурсов. Если отрасль использует неспецифические ресурсы, то цена на них может и не подняться. В этом случае издержки остаются неизменными (рис. 4).

Однако в большинстве отраслей дополнительный спрос на ресурс вызывает рост его цены (рис. 5). Бывают отрасли и со снижающимися издержками в долгосрочном периоде, что связано с уменьшением спроса и цены на ресурс из-за роста масштабов производства.

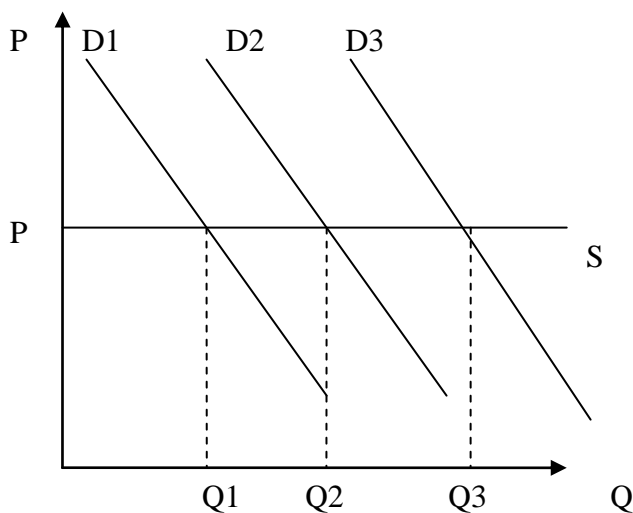


Рис. 4. Кривая предложения отрасли с постоянными издержками в долгосрочном периоде совершенно эластична [7, С.318]

Кроме существенного изменения объема производства, фирма в рамках долгосрочного периода может варьировать свои издержки. В долгосрочном периоде кривая средних совокупных издержек (LATC), как и кривая ATC в краткосрочном периоде, из-за действия закона убывающей предельной производительности фактора производства U-образна.

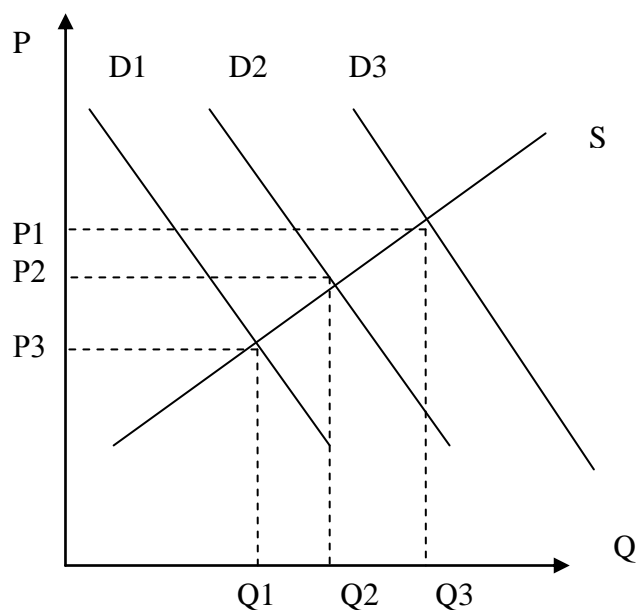


Рис. 5. Восходящая кривая предложения отрасли с возрастающими издержками в долгосрочном периоде [7, С.320]

Репрезентативная фирма в каждый момент времени имеет определенный масштаб производства, которому соответствует своя кривая АТС краткосрочного периода. Таких кривых столько, сколько исследуется масштабов производства. Изменяя эти масштабы, фирма переходит от одной кривой АТС к другой.

Выводы. Методическим приемом исследования природы фирмы служит использование предложенной А.Маршаллом репрезентативности, т.е. типичности. Данное понятие используется для демонстрации формирования общего экономического равновесия как равновесия множества отдельных производителей и выявления закономерностей изменения предельных издержек. Репрезентативной фирмой названа разновидность средней или представительской фирмы, которая типична в отношении средних издержек, поскольку является ценополучателем и может лишь принимать существующие и неизменные технико-экономические условия.

Характерными признаками современной репрезентативной фирмы служат: некоторая стандартизованность структурных компонентов, что позволяет использовать аутсорсинг; целостность фирмы в хозяйственном и целевом пространстве, однако расширение ее территориальных

границ и информационного поля; извлечения мультипликативных и синергических эффектов от соединения и накопления ресурсов; реализация ряда социальных функций; наличие выраженной корпоративной культуры. Размер репрезентативной фирмы определяется оптимальными ТИ. Так, рост фирмы влечет увеличение ТИ контроля и мониторинга, сокращая ТИ на переговоры, на поиск информации, на перезаключение контрактов. Репрезентативная фирма будет расти до тех пор, пока бинновационную (технологическую), институциональную, информационную, консолидирующую, стабилизирующую, (антикризисную), коллективосозидательную, синергетическую, социокультурную. Поскольку фирма является, прежде всего, социально-экономическим образованием, то ее важнейшими функциями являются экономическая и социальная. Суть экономической функции фирмы – в поддержании ее стабильного роста, росте доходов сотрудников, акционеров и государства, благодаря выпуску высококачественной продукции. Прибыль подтверждает эффективность и конкурентоспособность фирмы, востребованность продукции, рациональное использование ресурсов, рентабельность деятельности, а также обеспечивает потенциальные возможности для воспроизводства, инвестиций, реализации социальной функции. Однако, на практике социальные аспекты функционирования большинства фирм (социальные гарантии, социальная направленность, социальная ответственность) остаются в «тени» максимизации прибыли и малозаметны для общества. Социальные функции фирмами преимущественно игнорируются, особенно в условиях жесткой рыночной конкуренции. В итоге отечественные фирмы имеют крайне низкий социальный статус и не могут стать точкой роста для национальной экономики.

Среди внешних факторов, определяющих поведение фирмы можно назвать влияние конъюнктуры: товарного рынка; финансового рынка; рынка труда; давление ключевых ресурсов и влияние деловой среды. На функционирование фирмы влияет соответствующая институциональная среда, ее плотность. Недостаточная плотность усиливает неполноту контрактных отношений на рынке и внутри организаций. Важными институтами внешней среды фирмы являются: институт права, институт собственности, институт кредита, институт налогов и трансфертов, институт социальных гарантий, институт образования, институт внешнеэкономических связей. Институциональная оболочка фирмы является совокупностью ее внешней и внутренней институциональной среды.

Литература:

1. Олисевиц Ю.А. Математическая концепция экономического равновесия // Всемирная история экономической мысли: В 6-и томах.-М., 1989.– С. 150-168.
2. Артемова Т. Стоимость и цена: логико-исторический процесс формообразования, -К.: Основа, 2006. – 448 с.
3. Самуэльсон П. Монополистическая конкуренция – революция в теории // Источник: Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т.2. Под ред. В.М.Гальперина.- СПб.: Экономическая школа. 1999. – С.354-370
4. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики – 2-е изд., изм.– М.: Норма, 2005.– 576 с.
5. Селищев А.С. Микроэкономика.– СПб.: Питер, 2002.– 448 с.
6. Блауг М.Экономическая мысль в ретроспективе.– М.: Дело Лтд, 1994. – 720 с.
7. Маршалл А. Принципы экономической науки.–М.: Прогресс.– 1993. – 594 с.
8. Бугаян И.Р. Макроэкономика – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000.– 352 с.
9. Сорвина Г.Н. История экономической мысли двадцатого столетия. – М.: Изд-во РАГС, 2001.– 246 с.
10. Тополя И.В. Экономическая теория и модели целевой функции фирмы // Управление социально-экономическими системами. – 2004. – №1. – С. 54-62.

Abstract

Morozova O.G., Bilous A.N.

The effect of prices for mechanisms of equilibrium and sustainable development representative firm

In the article the nature of a company is researched by methodological method with help of representativeness suggested by A. Marshall. Forming of common economic balance as balance of separate generators multitude is demonstrated and laws of extreme outgoings alteration are explored.