

12. Теории монополии: прошлое и настоящее

Теоретическое осмысление монополии имеет значение для практики хозяйствования Республики Беларусь. Несколько поколений отечественных экономистов выросло на представлении о том, что монополия — это явление капитализма. Хотя в действительности сталкивались с тем, что получило название "диктат производителя": навязывание потребителям обременительных условий поставок, установление завышенных цен, "вымывание" дешевого ассортимента.

В экономической литературе представлены различные подходы к определению термина "монополия". При этом одни теоретики отражают сущность термина в рамках капиталистической системы, другие придерживаются внеисторического подхода к определению монополии; третьи требуют пересмотра этой категории в связи с тем, что от нее мало пользы при анализе современной обстановки. Следует определить ту сумму знаний о монополии, которая адекватна сегодняшнему дню. Решающее значение при этом должны иметь фактические доказательства.

12.1. Марксистско – ленинская интерпретация монополии

К. Маркс и В. И. Ленин рассматривали монополию как существенную черту рыночной экономики конца XIX — начала XX в.

К. Маркс, анализируя производственные отношения капитализма свободной конкуренции, выделил монополию как неотъемлемый элемент этой системы хозяйствования.

Он представил три основных вида монополии — капиталистическую, вытекающую из самого существа капиталистического способа производства, естественную и случайную. Капиталистическая монополия возникает из частной собственности по мере концентрации производства и развития конкуренции (Маркс, 1985, 215). Определяющей характеристикой является получение добавочной монопольно высокой прибыли.

Естественная монополия может появиться в любом обществе, где существует частная собственность на особо благоприятный фактор, например на землю. Монополия земельной собственности позволяет устанавливать монопольную цену, превышающую цену производства и стоимость товара, на которые распространяется действие монополии (Маркс, 1986, 937 — 938). Под случайной монополией Маркс понимал монополию, возникающую для покупателя или продавца из случайного соотношения спроса и предложения (Маркс, 1985, 194 — 195). У Маркса стоимость является тем центром, вокруг которого колеблются цены. Например, если спрос на данный товар оказался выше предложения, то продавцы стараются продавать товар по более высокой цене. Таким образом реализуется добавочная прибыль. Случайная монополия, как и естественная, возникает в обществе, основанном на частной собственности.

К. Маркс рассмотрел монополию в связи с тенденцией капиталистического накопления. Для него монополия капитала являлась препятствием развития того способа производства, из которого выросла. Капиталистическое производство породило свое собственное отрицание, оно несло в себе зародыш собственного разложения.

К. Марксом было раскрыто противоречивое единство монополии и конкуренции: "В практической жизни мы находим не только конкуренцию, монополию и их антагонизм, но также и их синтез, который есть не формула, а движение. Монополия производит конкуренцию, конкуренция производит монополию. Монополисты конкурируют между собой, конкуренты становятся монополистами... Синтез заключается в том, что монополия может держаться лишь благодаря тому, что она постоянно вступает в конкурентную борьбу" (Маркс, Энгельс, т.4, 166). Каждый производитель (продавец) конкурирует с другими за деньги покупателя, но в то же время каждый из них стремится быть единственным в своей сфере деятельности и контролировать рынок данного товара. В. И. Ленин развил это положение применительно к эпохе империализма. Он писал, что "...монополии, вырастая из свободной конкуренции, не устраняют ее, а существуют над ней и рядом с ней, порождая этим ряд особенно острых и крупных противоречий, трений, конфликтов" (Ленин, т. 27, 386). Монополист использует финансовое удушение, принуждение к смещению и подчинению. При господствующей роли монополии сохраняется масса мелких и средних предприятий. Конкуренция происходит не только между монополиями и немонополизированными предприятиями, но и внутри монополий, за более выгодные рынки, за большую квоту в производстве и сбыте, за контрольные пакеты акций, руководящие посты. Конкуренция ведется между монополиями одной и той же отрасли и монополиями различных отраслей.

Под монополией Ленин понимал соглашение или объединение капиталистов, сосредоточивших в своих руках производство и сбыт значительной части продукции в отрасли в целях установления высоких цен на товары и получения монопольно высокой прибыли.

В. И. Ленин представил монополию в качестве основного признака империализма и как особую стадию в развитии капитализма. Он определил основные экономические признаки империализма: создание монополий на основе концентрации производства и капитала, слияние банковского капитала с промышленным и образование финансового капитала с финансовой олигархией, возрастающее значение вывоза капитала, образование международных монополистических союзов капиталистов, завершение территориального развала мира крупнейшими капиталистическими державами.

Самой глубокой экономической основой империализма он считал монополию, которая выросла из капитализма, товарного производства и конкуренции.

Непосредственно концентрация производства на определенной ступени развития производительных сил создала условия для формирования монополии. Ленин выделил виды монополий конца XIX — начала XX в. Поскольку вначале укрупнение шло в пределах одной и той же отрасли, в ведущих капиталистических странах образовывались мощные отраслевые организации, которые различались по степени самостоятельности объединяемых предприятий. Ленин описал деятельность картелей, синдикатов, трестов. В последующем, на смену горизонтальной интеграции придет вертикальная, а затем и диверсификация производства. В экономической литературе формами обозначения последних станут концерн и конгломерат.

Ленин отмечал получение монополией сверхприбыли, т. е. избытка прибыли сверх нормальной. Источником последней являются лучшие условия производства, а также перераспределение дохода посредством ценового механизма (Ленин, т. 30, 173).

К. Маркс и В. И. Ленин анализировали монополию, выявляя причинно-следственные связи и зависимости в реальном экономическом мире.

Совершенно иной подход свойственен представителям неоклассического и кейнсианского направления. Они исследовали монополию с помощью условий частичного и общего рыночного равновесия при разработке механизма цен. Были представлены различные формы рынка. Определяющими критериями выступили количество и размер хозяйственных субъектов, предлагающих и покупающих товар. Вначале совершенная конкуренция рассматривалась как стандарт для оценки результата действия неконкурентных рыночных структур. Позже в этом качестве выступила монополия.

12.2. Функциональные теории монополии

Основы теории чистой монополии заложил французский экономист-математик А. О. Курно в 1838 г. Он применил в экономической теории дифференцирование и вывел условие максимизации прибыли монополией — это равенство предельного дохода (MR) предельным издержкам (MC).

Курно предложил теорию дуополии (двусторонней монополии), когда на рынке работают два продавца, приспособливающие свои объемы выпуска к заданным покупателями ценам. В модели Курно достигается точка равновесия, в которой дуополисты продают равные количества по цене, находящейся где-то между монопольной и той, которая бы установилась в условиях совершенной конкуренции, где число продавцов бесконечно.

Однако применение теории дуополии Курно на рынке возможно лишь в исключительных случаях. Подобную реакцию монополистов можно было бы увидеть на аукционе, т. е. когда имеет место организованный рынок. Но это единичный случай, который не отражает типичной ситуации.

Иной подход к теории дуополии предложил французский математик Ж. Бертран в 80-е годы XIX в. Согласно Бертрону, одна фирма приспосабливается к позиции другой в выборе цены, а конкуренция между двумя фирмами ведет к исчезновению экономической прибыли. Однако эта концепция не является «рабочей», поскольку подтверждается действиями дуополистов только в отдельных случаях.

В 1897 г. английский экономист Ф. И. Эджуорт указал на то, что вышеназванные ситуации являются неопределенными лишь в тех пределах, за которые соперники не склонны выходить. Он предложил кривую сделок, отражающих геометрическое место точек выигрыша обеих сторон. В конечном счете возможная комбинация обменов зависела от соотношения рыночных сил. Решение Эджуорта для случая двусторонней монополии колеблется между конкурентной и монопольной ценми.

В 1920 г. английский экономист-статистик А. Л. Боули написал о том, что дуополия ведет к неравновесию и неустойчивости цены. Каждый из двух конкурентов, действуя как лидер, стремится подчинить себе другого. В этом случае объем предложения будет определяться, исходя из спроса на рынке и собственных издержек. Конкурентная борьба в конечном случае приведет к установлению монополии путем устранения одного из конкурентов.

С точки зрения сочетания теоретического и эмпирического исследования ближе к действительности стоял Боули. В последующем Дж. Хикс и У. Феллнер доказали, что равновесие обмена является определенным в случае совершенной конкуренции. Сфера неопределенности расширяется при уменьшении количества контрагентов. Хикс писал: "Возрастание спроса на продукт фирмы может привести к повышению или к понижению его цены: все, что мы знаем, так это то, что цена должна превышать предельные издержки на некоторую величину и величину незаданную. Результат возрастания спроса — дважды неопределенный: упомянутая величина может колебаться и предельные издержки могут с увеличением выпуска расти или снижаться" (Хикс, 1993, 184).

К проблеме двух монополий обращался и известный английский экономист А. Маршалл, отмечая отсутствие универсального решения и невозможность определить, где именно установится цена на конечный продукт. Впервые в экономической науке для разработки теории рыночной цены Маршаллом были использованы конкурентные кривые спроса и предложения. Механизм конкурентных кривых был применен для анализа такой формы рынка, как монополия.

В работе А. Маршалла «Принципы экономической науки» монополия рассматривалась в связи с проблемой реализации продукта. Это понятие использовалось для обозначения одного производителя или продавца в отрасли. Были представлены различные ситуации относительно поведения монополиста. Если последний руководствуется только собственными интересами, тогда устанавливается монопольная цена. Монополист может снизить цену до конкурентного уровня с учетом перспективы развития своего предприятия в будущем и своей непосредственной заинтересованности в благосостоянии потребителя. А. Маршалл доказал преимущества единственной крупной фирмы, которую можно вести более экономично при условии, когда такой же совокупный объем производства поделен между множеством сравнительно мелких конкурирующих производителей. «Им приходится бороться друг с другом, чтобы привлечь к себе внимание потребителей, и они все в совокупности затрачивают значительно больше, чем единственная фирма, на рекламу во всех ее формах: они оказываются не в состоянии добиться многих видов экономии, которая является следствием производства в крупном масштабе. Они, в частности, не могут позволить себе столько тратить на совершенствование технологии, производства и применяемых в нем машин, сколько может расходовать единственная крупная фирма» (Маршалл, 1993, 182). Маршалл представил сильную сторону

крупных компаний — использование преимуществ крупномасштабной кооперации. Он заявил, что шкала предложения данного товара в условиях свободной конкуренции показывает более высокие цены, чем шкала монополии. Другой вопрос, как поведет себя монополия. Проблему максимизации монопольного дохода он решил методом сравнения совокупного дохода и совокупных издержек. Суммарную выгоду монополии составили монопольный доход и потребительский излишек.

Маршалл отметил тенденцию к образованию общественных предприятий. Он высказал мысль о возможности появления достаточно достоверной шкалы спроса, которая бы показывала на диаграммах величины потребительского избытка, являющиеся следствием того или иного курса действий государства и частных предпринимателей. Для А. Маршалла монополия не являлась той рыночной структурой, которая бы могла серьезно повлиять на эффективность экономики.

К концу XIX — началу XX в. изменилась экономическая ситуация: многие отрасли промышленности оказались в условиях, находящихся между конкуренцией и монополией. Экономисты столкнулись с тем, что проблему цены дифференцированного продукта нельзя было объяснить с помощью конкурентных кривых спроса и предложения. Попытка экономистов соединить теорию с практикой при использовании конкурентной теории приводила к теоретическим недоразумениям. Например, в механизм свободной конкуренции не вписывались крупные фирмы, использующие экономию от масштаба и оказывающие влияние на рыночную цену. Следовало предложить такие экономические модели, которые бы отразили новые экономические условия.

Итальянский экономист В. Парето предложил решить проблему монополии с помощью кривой безразличия: кривая валовой выручки должна касаться расположенной выше других кривой безразличия для прибыли. Анализ Парето оказался громоздким, для него многочисленность продавцов и покупателей выступала как одно лицо. Он отмечал, что при свободной конкуренции фирмы имеют дело с уже сложившимися рыночными ценами. Что касается монополий частных или государственных, то они сами устанавливают цены на свой продукт, ориентируясь на ожидаемый спрос. С точки зрения Парето, дифференциация продукта устраняет монополизм, потому что при большом разнообразии продукта невозможно завладеть рынком. В случае, если на рынке работают два крупных продавца с дифференцированным товаром, то их следует рассматривать как самостоятельных монополистов. Парето анализировал различные виды монополизированных рынков, которые стали через несколько десятилетий объектом специального анализа.

В середине 20-х гг. текущего столетия английский экономист П. Сраффа в качестве объекта исследования представил ряд специфических рынков. Он был первым экономистом на Западе, который рассмотрел ценовой механизм, считая отправной точкой изучение монополии.

П. Сраффа заявил о том, что теория должна считаться с фактом существования ряда специфических рынков, которые являются закрытыми, поддерживаются предпочтениями покупателей. Понятно, что личное знакомство, привычное местонахождение продавца, упаковка и другие средства стимулирования продаж влияют на выбор продавца. А последний сталкивается с убывающей кривой спроса, когда большее количество товара можно продать по более низкой цене, а при повышении цены можно потерять покупателей в силу доступности приемлемой замены. Проникновение на данный рынок других фирм связано с большими расходами на инвестиции и рекламы для того, чтобы создать собственную клиентуру. В такой экономике равновесие является монополистическим, и изменения определяются эластичностью спроса на закрытый продукт.

Функциональные теории монополии американского экономиста Э. Чемберлина и англичанки Дж. Робинсон отразили более глубоко новые закономерности ценообразования в XX в. Э. Чемберлин разработал теорию монополистической конкуренции, а Дж. Робинсон — теорию несовершенной конкуренции.

Для описания механизма цен Дж. Робинсон использовала понятие монополии в буквальном смысле, имея в виду одного-единственного продавца (Робинсон, 1986, 42). Монополия у нее представлена как результат дифференциации продукта и отсутствия товаров-субститутов. Монополия увязывалась не только с рынком, но и с производством: «...Фирма-монополист должна характеризоваться размерами, превышающими оптимальные, и связана с появлением некоего органа, устанавливающего контроль над ценами и определяющего долю каждой фирмы в совокупном выпуске» (там же, 244).

Метод ее анализа основывался на частичном равновесии. Исследовалась динамика поведения одной фирмы в отрасли, предполагая, что все другие фирмы находятся в равновесии. Теоретическое исследование было направлено на рассмотрение рыночных процессов монополизации. Робинсон ставила перед собой задачу определения цены в условиях монополии. Анализ проводился с помощью аппарата кривых, отображающих изменения предельных и средних величин при разных показателях эластичности спроса и эластичности предложения. Чтобы этот аппарат можно было использовать, вводилась предпосылка о стремлении фирмы к максимизации прибыли в каждый конкретный период ее деятельности. Изложение предполагало целый ряд допущений и ограничений. Она повторила вывод Курно о равновесии в условиях монополии, когда производство продолжается до уровня $MR = MC$. Для совершенной конкуренции условием равновесия станет равенство предельных издержек рыночной цене.

Монополия для Робинсон — это нарушение и потеря равновесного состояния конкурентной системой и даже «эксплуатация» наемного труда. Она отмечала, что «если рынок не является совершенным, отдельные фирмы не достигают оптимальных размеров, в связи с чем (даже при отсутствии предпосылок к специализации фирм) эффективность их деятельности не самая высокая» (Робинсон, 1983, 243).

Робинсон рассмотрела ситуацию, когда товар изготавливается многими конкурирующими между собой производителями при монополии покупателя т. е. при наличии одного покупателя.

Рассмотрение эффективности экономики автор увязала с вопросом социальной справедливости: «Можно допустить, что выгоды от монополизации производства достаются не всем собственникам факторов, и, поскольку доходы одних факторов увеличатся, а доходы других — нет, распределение богатства станет еще более неравномерным» (там же, 420).

Однако и по сей день не существует научно обоснованного способа установления цены справедливости. И это, по всей видимости, вопрос экономической политики — определить социальную значимость различных групп населения в обществе и обеспечить выгоды одной группе населения за счет другой.

Дж. Робинсон отмечала практическую значимость монополии: «Везде можно наблюдать действие тенденции к монополизации, проявляющейся в программах ограничения, системах квотирования, рационализации, росте гигантских компаний» (там же, 401).

Однако Дж. Робинсон подчеркивала высокий уровень абстракции и написала, что «для экономиста-аналитика, готового преодолевать ступенька за ступенькой путь до все еще далекого от него идеального исследования, которое позволяло бы разобраться в проблемах реального мира, возможно, в нашем ящике с инструментами и найдутся «орудия», способные сослужить добрую службу» (Робинсон, 1983, 425).

Для Э. Чемберлина монополия означала «контроль над предложением и тем самым над ценой» (Чемберлин, 1959, 38). Задачи теории он видел в более правильном объяснении действительности, «рассматривая не две резко различающиеся и взаимно исключающие друг друга категории, а континуум, заключенный между двумя точками» (там же, 317). Он писал, что разработка теории шла по двум крайним направлениям при отсутствии представления о существовании среднего пути. Э. Чемберлин заявил о такой рыночной структуре, как монополистическая конкуренция, включая в последнюю элементы монополии и конкуренции. Этот теоретик признавал монополистически конкурентную природу экономики.

Теория монополистической конкуренции опиралась на теорию цен Маршалла, теорию предельной производительности факторов производства Дж. К. Кларка и теорию монополии Курно. Он утверждал, что проблему цены дифференцированного продукта невозможно объяснить с помощью конкурентных кривых спроса издержек: «...цена получается слишком низкой, масштабы производства слишком крупными, а число производителей слишком малое» (Чемберлин, 1959, 245). Кроме того, выпадают такие важные аспекты, как дифференциация и издержки сбыта.

Э. Чемберлин выделил два вида издержек: сбыта и производства. Издержки сбыта влияют на спрос, в то время как издержки производства на предложение. Издержки сбыта включают в себя все затраты, имеющие целью создать рынок или спрос на продукт. Издержки производства включают все расходы, необходимые для того, чтобы создать товар или услугу, доставить его потребителю и вручить ему этот товар в состоянии, пригодном для удовлетворения потребностей (там же, 187).

Чемберлин назвал элементы монополии: «монопольные цены и объемы продукции, затраты по сбыту и разного рода дискриминация» (там же, 271). Он представил такие средства конкуренции, как цену, особенности продукта, рекламу. Для него борьба между монополистами идет как по линии ценовой конкуренции, так и через развитие неценовой конкуренции.

Теория монополистической конкуренции имеет дело не только с проблемой единичного равновесия (являющейся объектом обычной теории монополии), но и с проблемой группового равновесия (т. е. взаимоприспособления экономических сил внутри группы конкурирующих между собой монополистов, которая обычно рассматривалась попросту как группа конкурентов). В этом состоит различие названных теорий. Он писал, что «конкуренция в той мере, в какой она проявляется в притоке ресурсов в данную отрасль, снижает прибыль до конкурентного уровня, но цену оставляет на более высоком уровне — и степень превращения цены над конкурентным уровнем зависит от силы элементов монополии. При монополистической конкуренции цена неминуемо стоит выше, а масштаб производства неминуемо бывает меньше, чем при чистой конкуренции» (Чемберлин, 1959, 144).

Следует отметить практическую значимость теории монополистической конкуренции. Последняя тесно связана с розничным рынком и отражает большое количество продавцов дифференцированного товара. В этой ситуации на деятельность одной фирмы не влияет эффективность деятельности другой.

При монополистической конкуренции свобода доступа может существовать только в смысле свободы производить заменители.

Э. Чемберлин рассматривает случай между монополией и конкуренцией — олигополию, когда на рынке несколько продавцов, каждый из которых способен оказать существенное влияние на рыночную ситуацию.

Для Э. Чемберлина элемент монополии рассматривался естественной чертой конкурентной системы, в то время, как для Дж. Робинсон несовершенная конкуренция представляла собой состояние нарушения равновесия в хозяйственной системе.

Методологические подходы к изучению новых закономерностей ценообразования в XIX — XX вв. различных школ в экономической теории оказались разными, но выводы совпали. На монополистическом (олигополистическом, с несовершенной конкуренцией) рынке монопольная цена устанавливается на уровне более высоком, чем средняя (конкурентная), а объем производства — на более низком уровне, чем при свободной (чистой, совершенной) конкуренции, за счет чего образуется монопольная прибыль, превышающая среднюю.

12.3. Незавершенность спора о сущности монополии

В учебниках «Экономикс» преобладает характеристика монополий как одного-единственного продавца конкретного товара или вида услуг. Такое буквальное определение монополии нельзя абсолютировать. Еще Дж. Робинсон писала, что «любое изделие на рынке должно иметь каких-то конкурентов, а в конечном итоге, поскольку любое изделие воплощает в себе способ использования денег, конкурирующего с другими способами их расходования, мы вынуждены были признать, что ничего похожего на абсолютную монополию не существует» (Робинсон, 1986, 41).

Универсальный подход к характеристике монополии предложен А. Смитом в работе «Исследование о природе и причинах богатства народов». Монополия определяется ситуацией, когда продавец имеет исключительное право на продажу. Подробнее это положение выглядит следующим образом: «Монополия, предоставленная или отдельному лицу, или торговой компании, оказывает то же действие, что и секрет в торговле или мануфактурном производстве. Монополисты, поддерживая постоянный недостаток на рынке и умышленно не удовлетворяя полностью действительный спрос, продают свои товары намного дороже естественной цены и поднимают свои доходы — состоят ли они в заработной плате или прибыли — значительно выше их естественной нормы» (Смит, 1962, 60).

Исследователей не всегда удовлетворяют предложенные значения монополии, и они сами определяют термины, которыми пользуются. Так Пол Хейне вообще выбрасывает термин «монополия» из своего рабочего словаря. Он считает, что у него много значений и они слишком неопределенны. П. Хейне пишет: «Но является ли некоторый продавец единственным продавцом, зависит от того, сколь узко или широко мы определяем продукт. При достаточно широком определении существует бесчисленное множество продавцов каждого продукта. Однако при достаточно узком определении продукт любого данного продавца отличается от продукта любого другого, и все продавцы оказываются монополистами» (Хейне, 1991, 240). Поскольку в действительности любой продукт имеет альтернативу, а значит может быть заменен на другой, постольку ни один продавец не обладает неограниченной властью над покупателями. П. Хейне употребляет другие термины, которые передают смысл описываемой им ситуации, например, «ценополучатели», «ценоискатели».

Хотя отдельные теоретические школы Запада по-разному определяют рыночные формы, их объединяет положительное отношение к интенсивной конкуренции. Поэтому те механизмы, которые искусственно ограничивают конкуренцию, должны устраняться соответствующими государственными мерами.

В антитрестовском законодательстве США монополией считается компания, которая захватывает рынок благодаря ограничительной практике. Основными признаками выступают искусственное завышение цен

и снижение выпуска продукции. Если компания добивается значительной доли на рынке вследствие сокращения непроизводственных затрат, повышения качества, снижения цен, то ей не грозят антitrustовские санкции. В законодательстве Франции отмечается, что если сделка между компаниями привела к захвату господствующих позиций на рынке, но при этом способствует прогрессу экономики, то такая сделка одобряется. В антикартельном законодательстве Германии предусматриваются случаи ограничения конкуренции по соображениям соблюдения высших интересов общества. Некоторые сферы вообще исключены из действия картельного законодательства, в частности, предприятия транспорта, объединения в сельском хозяйстве, кредитные институты, компании вторичного использования сырья, энергетические компании. В странах с рыночной экономикой существуют критерии, которые позволяют достаточно объективно судить о том, какое положение на рынке занимает производитель (продавец). В соответствии с индексом Герфиндаля–Хиршмана (ННІ) безопасный с точки зрения монополизации рынок имеет $ННІ < 1000$; если $1000 < ННІ < 1800$, тогда рынок считается умеренно концентрированным; в случае значения $ННІ > 1800$ рынок относят к высококонцентрированному. Государство следит за степенью монополизации рынка и поведением на нем фирм.

Ситуация в Беларуси, как и в других странах СНГ, убеждает, что монополия отдельного предприятия связана не столько с экономической и технической мощностью, сколько с исключительностью положения производителя и продавца, поддерживаемых административной системой управления. В. И. Ленин писал: "Социализм есть не что иное как государственно-капиталистическая монополия, обращенная на пользу всего народа и постольку переставшая быть капиталистической (Ленин, т. 34, 192). Капиталистическая монополия может и исчезает в условиях командной экономики, но исчезла ли сама монополия? Вот вопрос! Предприятиям нет необходимости отстаивать свое право на существование в острой борьбе с конкурирующими предприятиями. Необязательными являются и размеры последних. Для того, чтобы воздействовать на потребителя, можно быть маленькой торговой точкой в сельской местности со скудным ассортиментом. В такой ситуации необязательным является и техническое первенство. По-видимому, определение монополии как ситуации, при которой продавец обладает исключительным правом на продажу какого-либо товара, является более предпочтительным.

Такое определение является «рабочим», т.к. его можно использовать в качестве инструментария при решении практических задач.

Безусловно, любое определение всегда недостаточно, потому что сама действительность многогранна и качественные изменения, происходящие в реальной жизни, могут приводить к пересмотру воззрений и теоретических положений.

«Как бы ни развивалось положительное знание, оно всегда останется ограниченным по своему объекту — оно изучает только обрывки действительности, которая постоянно расширяется перед глазами ученого. Задача полного, законченного знания в мире опыта есть вообще неразрешимая и неверно поставленная задача. Она также обманчива и лжива, как задача прийти к горизонту, постоянно, удаляющемуся в бесконечное пространство» (Булгаков, 1990, 262).

ЛИТЕРАТУРА

- Булгаков С. Философия хозяйства. М., 1990.
Ленин В.И. Полное собрание сочинений. Т.27.
Ленин В.И. Полное собрание сочинений. Т.30.

- Ленин В.И. Полное собрание сочинений. Т.34.
- Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т.1. Кн.1: Процесс производства капитала. М., 1978.
- Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т.3. Кн.3: Процесс капиталистического производства, взятый в целом. Ч.1. М., 1985.
- Там же. Ч.2. М., 1986.
- Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Т.4.
- Маршалл А. Принципы экономической науки: В 2 т. М., 1993, Т. 2.
- Пезенти А. Очерки политической экономии капитализма. М., 1976.
- Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М, 1986.
- Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. М., 1962.
- Хейне П. Экономический образ мышления. М., 1991.
- Хикс Дж. Стоимость и капитал. М., 1993.
- Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. М., 1959.

13. Экономика домохозяйств

Традиционно экономическая наука рассматривала домохозяйства как главного потребителя благ и услуг, а также в качестве одного из основных источников сбережений. Американский экономист Г. Беккер в результате многолетних исследований пришел к выводу, что роль и функции домохозяйств значительно шире, масштабней и влиятельней. За эти исследования в 1992 г. ему была присуждена Нобелевская премия по экономике «За расширение области применения макроэкономического анализа к широкому кругу проблем человеческого поведения и взаимодействия, включая поведение вне рыночной сферы». Суть своего подхода к анализу человеческого поведения он обозначил афоризмом Дж. Бернарда Шоу: «Экономика — это искусство извлекать из жизни максимум пользы». Основная заслуга Г. Беккера состоит в попытке распространить на широкий круг явлений жизни теорию принятия решений. Вопреки широко распространенным убеждениям, он