

• неотделимость данного вида ресурса от других ресурсов и факторов производства, и как следствие — отсутствие отдельного рынка времени.

Резюмируя изложенное, можно сделать вывод, что экономическое время представляет собой специфический фактор производства и потребления товаров (услуг), являясь обязательным условием существования всей совокупности экономических процессов, а также отражает экономическую реальность, выступая, наряду с экономическим пространством, мерилем экономической материи.

### *Литература*

1. Бич, А.М. Природа времени: гипотеза о происхождении и физической сущности времени / А.М. Бич. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Астрель, 2003. — 285 с.

2. Канке, В.А. Формы времени / В.А. Канке. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Эдиториал УРСС, 2002. — 260 с.

3. Леванов, А.П. Время в экономическом измерении / А.П. Леванов; под ред. В.В. Михайлова. — Кемерово: Кемер. полиграфкомбинат, 1994. — С. 136.

**Е.В. Крепская**

*Белорусский государственный экономический университет (Минск)*

## **СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «ЭФФЕКТ МАСШТАБА»**

В экономической литературе все чаще встречается понятие «эффект масштаба», который отождествляется с экономией от масштаба, являясь ее более современной трактовкой. Первоначально экономия от масштаба рассматривалась в микроэкономике в рамках теории производственных функций, где с ее помощью объяснялась отраслевая структура.

Интерес к исследованию данного экономического явления усилился в конце XX в. в рамках теории международной торговли. Американский экономист П. Кругман с помощью экономии от масштаба объяснил то, что не могла объяснить классическая теория международной торговли, господствовавшая более 150 лет — внутриотраслевую торговлю между странами с одинаковыми факторной обеспеченностью, технологиями и потребительскими предпочтениями.

В своих работах П. Кругман рассматривал экономию от масштаба в двух формах: во-первых, как возрастающую доходность (отдачу) от масштаба — выпуск возрастает в большей пропорции, чем затраты; во-вторых, как снижение трудозатрат на единицу продукта по мере роста масштаба производства. П. Кругман также различал внутреннюю (сокращение единичных затрат за счет роста отдельной фирмы) и внешнюю (сокращение единичных затрат в результате расширения всей отрасли в целом) экономии.

Современные дефиниции экономии от масштаба слегка различаются у разных авторов. В качестве синонимов используются такие словосочетания, как «экономический принцип», «увеличение эффективности производства», «преимущество в издержках», «эффект снижения затрат», «факторы сокращения средних издержек» и др. Вместе с тем в каждом определении делается акцент на снижение средних издержек фирмы в результате увеличения ею своих объемов производства (продаж).

Наряду с категорией «экономия от масштаба» часто используется категория «эффект масштаба». Данное понятие отражает взаимосвязь изменения средних издержек и объема выпуска продукции в рамках фирмы. Если средние издержки снижаются с ростом объема выпуска фирмы, то говорят, что действует положительный эффект масштаба, или просто эффект масштаба. Если же средние издержки увеличиваются с ростом объема выпуска фирмы, то действует отрицательный эффект масштаба.

Таким образом, между экономией от масштаба и эффектом масштаба существуют определенные различия. Экономия от масштаба характеризует сугубо положительный результат, получаемый в результате роста объемов выпуска — снижение средних издержек. Эффект масштаба в свою очередь отражает результат роста объема выпуска в целом независимо от его направленности. Если результат положительный (средние издержки падают), то, значит, действует положительный эффект масштаба, если отрицательный (средние издержки возрастают), то — отрицательный эффект масштаба. Рост масштабов отдельного производства может не оказывать влияния на величину средних издержек, в этом случае имеет место действие постоянного эффекта масштаба. В связи с этим необходимо различать экономию от масштаба от эффекта масштаба. Эффект масштаба — более широкое понятие, включающее экономию от масштаба, которая является аналогом положительного эффекта масштаба.

Необходимо также подчеркнуть, что существующие определения отражают действие эффекта масштаба только на уровне фирмы (внутрифирменный эффект масштаба). Однако изменение затрат на единицу выпускаемой продукции возможно даже в том случае, если фирма не изменяет собственный объем выпуска. Средние издержки будут меняться за счет развития отрасли, в которой действует фирма (отрасли базирования), т.е. за счет роста отраслевого объема выпуска. Другими словами, по мере роста отраслевого объема выпуска изменяются средние издержки всех фирм, действующих в рамках данной отрасли.

Учитывая вышеуказанные замечания, целесообразно уточнить понятие «эффект масштаба», определив его как изменение средних издержек отдельной фирмы в результате роста масштаба (объема выпуска) определенной экономической единицы (фирмы либо отрасли ее базиро-

вания). При этом необходимо различать внутрифирменный и отраслевой эффекты масштаба.

Внутрифирменный эффект масштаба представляет собой изменение средних издержек фирмы в результате роста масштаба самой фирмы. Отраслевой эффект масштаба — изменение средних издержек фирмы по мере роста масштаба отрасли ее базирования. В рамках каждого из них можно выделить положительный, постоянный и отрицательный эффекты масштаба, рассматривая изменение как средних, так и общих издержек (см. таблицу).

Внутрифирменный и отраслевой эффекты масштаба

Эффект масштаба	Внутрифирменный эффект масштаба (растет объем выпуска фирмы)		Отраслевой эффект масштаба (растет отраслевой объем выпуска)	
	Общие издержки фирмы	Средние издержки фирмы	Общие издержки фирмы	Средние издержки фирмы
Положительный	Увеличиваются в меньшей пропорции	Уменьшаются	Уменьшаются	Уменьшаются
Постоянный	Увеличиваются в той же пропорции	Неизменны	Неизменны	Неизменны
Отрицательный	Увеличиваются в большей пропорции	Увеличиваются	Увеличиваются	Увеличиваются

Подводя итог, подчеркнем: во-первых, понятия «экономия от масштаба» и «эффект масштаба» необходимо различать; во-вторых, помимо внутрифирменного эффекта масштаба существует также отраслевой эффект масштаба. Последний в экономической литературе исследован слабо и является перспективным направлением дальнейших исследований.

**А.М. Кусков**

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь (Минск)*

## ОСОБЕННОСТИ АУДИТА КРИЗИСНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Мировой экономический кризис оказал серьезное влияние на мировую экономику. Не осталась в стороне Республика Беларусь. Растет отрицательное сальдо внешней торговли, возникают проблемы со сбытом товаров белорусского производства как внутри страны, так и за ее пределами. Следствием этого является падение выручки предприятий, что в свою очередь ведет к снижению финансовой устойчивости и неспособности рассчитываться по своим обязательствам. Если неплатежеспособность имеет или приобретает устойчивый характер, то организация может быть объявлена банкротом и ликвидирована.