

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МУЛЬТИПЛИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ЭКОНОМИКУ ТЕРРИТОРИИ

Понятие мультипликатор происходит от латинского «multiplier» - умножающий. Это числовой коэффициент, который показывает зависимость изменения дохода от изменения инвестиций.⁶⁷

$$M = \frac{\text{Приращение ВВП}}{\text{Приращение инвестиций (I)}} = \frac{\Delta \text{ВВП}}{I}$$

Мультипликатор представляет собой числовой коэффициент, который показывает размеры роста валового внутреннего продукта при увеличении роста инвестиций. Его также можно рассматривать как экономический показатель, величина которого характеризует степень, в которой увеличение инвестиционного спроса (например, объем производства товаров и услуг малого предпринимательства) или самих инвестиций (в сферу малого предпринимательства) порождает изменение объема выпуска продукции в целом (объем услуг, прибыль, ВРП) и потребительского спроса на эту продукцию (а следовательно и дохода). Численно мультипликатор (M) равен отношению:

$$M=1/ПСП,$$

где: ПСП – предельная склонность потребителя к потреблению данной продукции, товара, услуги (объем производства товаров и услуг малого предпринимательства); либо отношению равновесного ВРП к изменению объема инвестиций.⁶⁸ В данной интерпретации он больше единицы.

Теория мультипликатора объясняет наличие стимулирующего влияния затрат в данной сфере производства на расширение производства и занятости в других его сферах. Этот положительный

⁶⁷ Экономическая энциклопедия / Науч.-ред. совет изд-ва «Экономика»; Ин-т экон. РАН; Гл.ред Л.И.Абалкин. - М: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. - 1055с., стр.447.

⁶⁸ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. - 2-е изд., испр. - М.: ИНФРА-М, 1999. - 479с., стр.200.

нарастающий эффект в размере ВРП и называется мультипликативным эффектом. «Выражаясь образно, как камень, брошенный в воду, вызывает круги на воде, так и ... расходы, «брошенные» в экономику, вызывают цепную реакцию в виде роста дохода и занятости.»⁶⁹

Впервые идея мультипликатора введена в экономическую науку английским экономистом Ричардом Каном в 1931 году. Он показал, каким образом инвестиции приводят к мультипликации покупательной способности и занятости населения и в конечном итоге увеличивают национальный доход в целом.

Обобщенную трактовку мультипликатора предложил Дж. М. Кейнс в 1936 году в своей книге «Общая теория занятости, процента и денег». В последствии явления мультипликации стали рассматриваться с учетом фактора времени. Возникла динамическая модель мультипликации, подробно разработанная в трудах П. Самуэльсона, Дж. Робинсон, Ф. Хайека и др. Она строится исходя из повторяемости эффекта первичных вложений.

В настоящее время теория мультипликации достаточно широко используется при определении влияния различных отраслей общественного производства на изменение объема ВВП и ВРП в зависимости от уровня и решаемых задач.

Малое предпринимательство является одной из отраслей общественного производства и применение мультипликатора для оценки его влияния на экономику республики допустимо и правомочно. Более того, в рамках кейнсианской теории мультипликатор предпринимательства обосновывает позитивное влияние предпринимательства на эффективность и рост республиканского производства.

Малые предприятия, вложив деньги в свой бизнес, заказывают все необходимые для себя услуги и оплачивают их фирмам, организациям и предприятиям, предоставляющим эти услуги. В свою очередь обслуживающие предпринимателей фирмы, организации и предприятия будут тратить деньги на получение для себя всех необходимых производственных товаров. Продавцы этих товаров и услуг, получив деньги от предпринимателей, выплачивают из

⁶⁹ Курс экономической теории. / Под ред. Чепурина - Киров: «АСА», 2004. - 832с., стр.404.

них заработную плату своим работникам, которые, в свою очередь, тратят их на покупку товаров и оплату услуг и т.д. Цикл повторяется. Часть денег, полученных от предпринимателей, уходит на уплату налогов, создание фонда накопления, покупку импортных товаров и товаров, произведенных в других регионах, т.е. представляет собой утечку из данного цикла.

Очевидно, что процесс траты денег будет продолжаться до тех пор, пока вся сумма первоначально вложенных денег не будет использована полностью. В том случае, когда предприниматели используют товары и услуги, произведенные в республике, деньги предпринимателей начинают полностью работать на экономику Карелии. Таким образом, мультипликационное влияние предпринимательства проявляется в том, что в результате цепной реакции «расходы-доходы» доход, полученный от одного предпринимателя, превышает сумму денег, израсходованных им на покупку услуг и товаров. Если сложить все эти приращения, суммарный эффект в отношении количества товаров и услуг, на которые предъявляется спрос, может оказаться намного большим, чем первоначальный эффект, являющийся непосредственным следствием предпринимательской деятельности.

Каждой величине выручки предпринимателя соответствует определенная величина увеличения объемов производства в отраслях промышленности, производящих товары и услуги, приобретаемые предпринимателем. Каждый рубль, израсходованный предпринимателем, может повысить совокупный спрос на товары и услуги больше, чем на рубль, это и является эффектом мультипликатора малого предпринимательства в отношении ВРП на территории республики. В случае роста объема производства товаров и услуг в сфере малого предпринимательства будет увеличиваться и ВРП, но не в той же мере, что и объем произведенной продукции малых предприятий, так как с ростом количества предпринимателей уровень развития других фирм хотя и будет повышаться, но не в той же мере.

Для численного выражения эффекта мультипликатора, возникающего вследствие возрастания объема производства товаров и услуг малого предпринимательства, важной переменной является та доля приращения объема произведенной продукции, которую предприниматели направляют на потребление в виде расходов на

заработную плату своим работникам, на развитие фирмы, на заказы фирмам производителям потребительских услуг (ΔB).

Величина ΔB представляет собой потребление, выраженное в единицах заработной платы и потребление, выраженное в виде услуг, осуществляемых другими фирмами, производителями потребительских товаров и услуг. Эта величина показывает, как очередное увеличение объема производства товаров и услуг малого предпринимательства будет разделено между потреблением и накоплением.

Чтобы измерить суммарный эффект, который оказывает увеличение объема производства товаров и услуг в сфере малого предпринимательства на изменение ВРП республики, мы проанализируем отдельные этапы процесса, который начинается, когда предприниматель приобретает товар или услугу.

Приобретая товары и услуги, предприниматель ($П1$) несет затраты в виде стоимости товаров и услуг, приобретаемых у другого предпринимателя ($П2$), и таким образом затраты предпринимателя превращаются в выручку другой предпринимательской фирмы ($Z_{П1} = V_{П2}$). На эту сумму предприниматель ($П2$) осуществляются заказы на потребительские товары и услуги и у него возрастает зарплата, прибыль. Увеличение доходов предпринимателя ($П2$), в свою очередь, ведет к повышению потребительских расходов на величину ($\Delta B * V$). Следовательно, возрастают доходы работников и владельцев фирм-производителей потребительских товаров и услуг. Это второе увеличение доходов означает новое повышение потребительских расходов на величину ($\Delta B * (\Delta B * V)$). Эти приращения доходов вследствие обратной связи продолжают и далее. Чтобы найти суммарный эффект предпринимательских расходов в отношении спроса на потребительские услуги, мы складываем:

- объем производства предпринимательских товаров и услуг - V ;
- первое изменение потребления - ($\Delta B * V$);
- второе изменение потребления - ($\Delta B * (\Delta B * V)$) = $\Delta B^2 * V$
- третье изменение потребления = ($\Delta B * (\Delta B * (\Delta B * V))$) = $\Delta B^3 * V$
- четвертое изменение и т.д.

Общее изменение спроса на товары и услуги будет равно $(1 + \Delta B + \Delta B^2 + \Delta B^3 + \dots) * V$. В скобках может быть любое бесконечное

число слагаемых, которое определяется «технологической цепочкой» каждой потребительской услуги. Выражение в скобках характеризует мультипликатор развития предпринимательства и он равен:

$$M = 1 + \Delta B + \Delta B^2 + \Delta B^3 + \dots$$

Такой мультипликатор дает нам значение эффекта, порождаемого каждым рублем, полученным от предпринимательской деятельности.

В этом выражении мы имеем дело с бесконечной геометрической прогрессией. Если ее знаменатель положителен и меньше 1, то прогрессия является бесконечно убывающей, и её можно записать как

$$1 + X + X^2 + X^3 + \dots = 1/(1 - X) \quad (70)$$

В нашем случае $X = \Delta B$. Таким образом, мультипликатор предпринимательства равен

$$MTP = 1 / (1 - \Delta B), \text{ где:}$$

MTP – мультипликатор предпринимательства,

ΔB – доля приращения выручки, которую предприниматель направляет на потребление в виде приращения заработной платы, инвестиций, заказа другим производителям, налогов.

Явление этого мультипликатора в общем основывается на двух факторах. Во-первых, для экономики характерны повторяющиеся, непрерывные потоки расходов и доходов, где деньги, потраченные одним индивидуумом, в виде дохода получает другой. Во-вторых, любое изменение дохода повлечет за собой изменения, как в потреблении, так и в накоплении. Из этих двух факторов следует, что исходное изменение величины расходов порождает цепную реакцию, которая хотя и затухает с каждым последующим циклом, но приводит к многократным изменениям.⁷¹

Деньги, потраченные предпринимателями на своей территории, создают доход, который приводит к цепной реакции: расходы – доходы – расходы – доходы и т.д., и оказывают косвенное влияние малого предпринимательства на экономику территории.

⁷⁰ Мэнкью Н.Г. Принципы экономикс – СПб: Питер-Ком, 1999. – 784с., стр.708

⁷¹ Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. Таллин «Римол».1993