

---

## ПРОБЛЕМА МОНОПОЛИИ И ЕЕ РОЛИ В ЭКОНОМИКЕ В ТЕОРИИ А. МАРШАЛЛА

*В.Г. Наймушин*

Анализируется проблема монополии и ее роли в экономике стран с рыночной экономикой и в условиях современной России. Дана оценка феномена монополии в теории А. Маршалла.

*Ключевые слова:* экономика, монополия, экономическая теория, эффективность фирмы, конкуренция, государственный контроль.

Основу современных направлений экономического либерализма, как известно, образует маржинализм, который сложился в последней трети XIX в. вследствие огромного прогресса в науке, особенно ее естественных (теория предельных чисел) и гуманитарных отраслях, и в экономике, приобретающей признаки монополистического типа хозяйствования.

В определенном смысле, маржинализм явился переоценкой ценностей классической политической экономии. Благодаря этому направлению экономической мысли «экономика впервые стала наукой, которая изучает взаимосвязь между данными целями и ограниченными средствами, имеющими альтернативные возможности использования» (Блауг, 1994, с. 276). Эту переоценку ценностей (устоявшихся почти за двухсотлетнюю историю классической политэкономии), которая произошла благодаря работам К. Менгера, О. Бем-Баверка, Ф. Визера и других, принято называть маржиналистской революцией. И

следует признать, что для этого имеется достаточно оснований.

Во-первых, маржинализм (то есть теория предельных величин) базируется на принципиально новых методах экономического анализа. Они позволяют применять предельные величины для характеристики *изменений*, происходящих в процессах производства и потребления. В этом – существенное отличие этого анализа от классического, которые, как правило, ограничивались характеристикой сущности экономического явления, его представлением в категориальной форме. К примеру, согласно классическим представлениям, в основе формирования цены лежит принцип затрат, то есть ее величина определяется затратами труда и не зависит от динамики потребностей на данный вид товара. Маржиналисты же принимают во внимание то, *на сколько* изменится потребность в оцениваемом продукте при добавлении еще одной единицы этого продукта (блага). Такой подход позволяет понять динамику цены вне зависимости от затрат на производство данного блага.

Во-вторых, если классики, безусловно, считали сферу производства первичной по отношению к сфере обращения, то маржиналисты рассматривают экономику как систему взаимосвязанных хозяйствующих субъектов, в чьем распоряжении находятся различные виды материальных, финансовых и трудовых ресурсов. Использование этих ресурсов альтернативным образом для максимизации прибыли и составляет главную целевую функцию рыночного способа хозяйствования.

В-третьих, поздние маржиналисты, в отличие от основателей учения (К. Менгер и др.), широко применяли математические методы, в том числе дифференциальные уравнения. Причем в этот период развития теории предельного анализа математика начинает служить вполне практическим целям – обоснованию принятия оптимальных решений при выборе вариантов из множества альтернатив и гипотетических допущений. Фиксируя эту новую роль, которую математика играет в экономической теории, М. Фридмен под-

---

© Наймушин В.Г., 2014 г.

черкивал, что «единственным конкретным тестом, позволяющим судить об обоснованности гипотезы, может быть сравнение ее предсказаний с реальностью» (Фридман, 1994, с. 24). Конечно, это положение Фридмана в более привычной нам терминологии можно выразить короче и яснее: практика – критерий истины. Но дело, конечно, не в этом. А в том, что теория маржиналистов, поначалу казавшаяся весьма абстрактной, в конце концов, приобрела вполне пригодный для целей экономического анализа вид – анализ условий максимизирующего поведения хозяйствующих субъектов.

В-четвертых, приходится признать, что маржиналисты совершили еще один важный шаг, позволивший преодолеть известную односторонность классической теории. Отказавшись от анализа каузальных (причинно-следственных) связей и сосредоточив свое внимание на связях функционального характера, представители этого направления экономической мысли фактически лишили смысла вопрос о том, какие категории экономической науки являются первичными, а какие вторичными. На первый план теперь выходит вопрос об эффективности использования ограниченных производственных ресурсов или, иначе говоря, вопрос об эффективности хозяйственной деятельности. Этот поворот теоретической мысли фактически знаменовал превращение экономической теории в точную науку.

Конечно, произошло это отнюдь не сразу. На первом этапе развития маржинализма его методология претендовала на занятия «чистой экономической наукой», а все категории этой науки трактовались с субъективно-психологической точки зрения, то есть главным условием оценки полезности товара считалось отношение конкретного человека к тому или иному товару.

Довольно скоро недостатки такого подхода стали очевидны. И это – не смотря на очевидную монистичность самого подхода и последовательность, с которой его отстаивали экономисты австрийской школы во главе с К. Менгером. Слабое место раннего маржи-

нализма, на которое указывали его бескомпромиссные критики (например, Н.И. Бухарин и другие марксисты), заключалось в том, что субъективно-психологический подход не позволял применить ясные количественные оценки к такому феномену, как полезность товара, поскольку введенные Бем-Баверком в теорию условные единицы полезности – «ютили» так и остались плодом его воображения. (Вспомним знаменитый пример распределения Робинзоном пяти мешков с зерном, на котором Бем-Баверк демонстрировал основные закономерности потребительского поведения с точки зрения теории предельной полезности.)

Успехи второго этап в развитии маржинализма были связаны как раз с отказом от субъективизма и психологизма. Именно по этой причине разработчики новых идей маржинализма стали оцениваться как приемники классической политической экономии и соответственно получили наименование «неоклассиков». Речь шла, таким образом, о возврате к объективистской парадигме, но на новой идейно-теоретической основе.

Наибольший вклад в становление нового направления экономической теории внесли А. Маршалл, Дж. Б. Кларк и В. Парето, каждый из которых, оставаясь приверженцем предельного анализа в духе австрийской школы, сделал все возможное для преодоления ее слабостей и приближения маржинального инструментария к потребностям предпринимательской практики. Заменяв каузальный подход функциональным, маржиналисты второй волны практически вывели из поля зрения экономической теории проблему первичности или вторичности сфер производства и потребления. Они объединили обе эти сферы в единый объект анализа, применив к нему обе теории стоимости: предельных издержек и предельной полезности.

Конечно, в этой связи немедленно возникли обвинения в эклектизме, которым особенно часто подвергался А. Маршалл как создатель модели частичного равновесия, в которой феномен равновесной цены объяс-

нялся на основе соотношения цены спроса, определяемой предельной полезностью, с ценой предложения, которая определяется предельными издержками. Защищаясь от этих обвинений, Маршалл придумал знаменитую образную характеристику двухкритериальной сущности стоимости товара: «Мы могли бы с равным основанием спорить о том, регулируется ли стоимость полезностью или издержками производства, как и о том, разрезает ли кусок бумаги верхнее или нижнее лезвие ножниц» (Маршалл, 1993, с. 32). Таким образом, утверждение о преемственности классической традиции неоклассиками требует существенных оговорок.

Не принимая за истину фундаментальную составляющую классической теории, – трудовую теорию стоимости – неоклассики тем самым делают шаг далеко в сторону от классической традиции. Кроме того, маржиналисты второй волны одновременно и расширяют, и сужают предмет экономической теории. Ведь с одной стороны в предмет включается изучение проблем функционирования хозяйственного механизма рыночной экономики, которое ведется на основе системного подхода и применения математических методов. Этот подход, безусловно, усиливает практическую направленность теории и позволяет сформулировать обоснованные рекомендации для предпринимателей. Но одновременно из предмета экономической теории преднамеренно изымается социально-экономическая и макроэкономическая проблематика. В частности, как отмечает М. Блауг, отношение к такому фундаментальному вопросу, как экономический рост у теоретиков маржинализма, было вполне спокойным, если не сказать равнодушным. А «...такой автор, как Маршалл, полагал, что экономический рост будет поддерживаться автоматически, если “свободная” конкуренция в сочетании с минимальным государственным контролем обеспечит подходящую социологическую среду. В результате экономическая теория осталась без концепции роста или развития» (Блауг, 1994, с. 350).

Прямая преемственность с классической традицией, тем не менее, четко просматривается у неоклассиков, когда речь идет об отношении к такому фундаментальному вопросу как вопрос об экономической свободе. Теоретические позиции представителей позднего маржинализма не вызывают сомнений в их глубокой приверженности к либеральным ценностям и прежде всего системе свободного частного предпринимательства, как главной из этих ценностей. Для ученых, заложивших основы неоклассики, характерно стремление держаться «чистого» знания, не особенно заботясь о конечных выводах, которые из этого знания следуют. Главное, что их интересует – это способы, условия и ограничения, обеспечивающие эффективное функционирование фирмы в условиях альтернативного применения производственных ресурсов. «Она (неоклассика – В.Н.) с самого начала индивидуалистична, либеральна, но не оптимистична; впрочем, она отвергает хлопоты финалистского характера и вообще всякие хлопоты о цели, подлежащей достижению в области политической экономии, чтобы держаться чистого знания» (Жид, Рист, 1995, с. 75).

Конечно, утверждение о том, что неоклассики совсем не озабочены достижением неких целей экономической деятельности, не вполне адекватно отражает их позиции. По крайней мере, одну из таких целей они видят совершенно отчетливо. Такой целью у них выступает *максимизация прибыли*, о чем писал автор всемирно известного учебника «Экономикс» П. Самуэльсон. С его точки зрения «главный» неоклассик Маршалл в своих «Принципах политической экономии» большое внимание уделяет «проблеме оптимального объема производства, при котором чистая прибыль достигает максимума» (Самуэльсон, 1990, с.185) (выделено нами – В.Н.) Причем достижение этой главной микроэкономической цели Маршалл связывает с идеальной моделью хозяйствования, которая возможна лишь в условиях совершенной конкуренции.

Таким образом, используя созданный им метод частичного равновесия, А. Маршалл разработал концепцию, которая означала компромисс между различными направлениями экономической теории и, прежде всего, – между теорией предельной полезности и трудовой теорией стоимости. Его ключевая идея состояла в том, что необходимо переключить внимание с теоретических споров вокруг стоимости на изучение проблем взаимодействия между спросом и предложением, которые определяют основные рыночные процессы. При этом стимулы, которыми руководствуется человек, Маршалл сводит исключительно к личному интересу. Конечно, неоклассическая теория и в том числе сам Маршалл не отрицают и других стимулов экономической деятельности, но считают себя в праве прибегнуть к абстракции, то есть устранить из поля исследования все другие мотивы в целях изучения экономических явлений в чистом виде, как и подобает точной науке. По этой причине «человек экономический» вновь оказался в почете, да к тому же он и «предстал» в еще более упрощенном виде – в виде «человека стратегического». «Люди рассматриваются только как силы, представленные в форме стрелок, все равно как в геометрических фигурах в руководстве по механике» (Жид, Рист, 1995).

Впрочем, приведенная выше оценка не должна казаться слишком категоричной. Во-первых, сам Маршалл понимал условность и некоторую ограниченность своего метода. А во-вторых, применение подобного метода есть весьма распространенный в науке и вполне плодотворный прием, который называется «при прочих равных условиях». Конкретизация изучаемого явления как раз и заключается в последовательном анализе влияния других факторов, которые до поры до времени считаются не важными или неизменными. Сам Маршалл говорит об этом следующее: «Мы исключаем влияние всех других факторов оговоркой “при прочих равных условиях”, хотя и не считаем их инертными, а лишь временно игнорируем их действие» (Маршалл, 1993, с. 126).

В концепции Маршалла главную роль играют цены. Цена – это своего рода магнит, который притягивает к себе все составляющие механизма спроса и предложения. В конечном счете, можно сказать, что этот ученый рассматривает цену в качестве главного регулятора отношений производства и обмена, зачастую игнорируя влияние на этот регулятор таких не зависимых факторов, как издержки, занятость, доходы и т.п. Маршалл старается преодолеть этот недостаток, приводя многочисленные примеры из практики, но, тем не менее, ему не удается в полной мере избежать схематизации и отрыва теории от практики.

Этот отрыв наблюдается и в таком важном вопросе, как роль монополии в рыночной экономике. Ведь с точки зрения Маршалла, главным фактором, влияющим на формирование цен, является конкуренция. Отклонение же от условий совершенной конкуренции он рассматривает, скорее, как исключение из правил. Между тем положение на рынках западных стран к тому времени, когда Маршалл уступил свою кафедру Артуру Пигу, существенно изменилось, а его утверждение, что монополист в какой-то степени желает способствовать интересам потребителя, решительно устарело. На этот факт указывает в своей книге «Жизнь в наше время» такой авторитетный экономист, как Дж.К. Гэлбрейт. Обучаясь в Кембриджском университете, где еще сохранились традиции, заложенные Маршаллом, будущий глава институционального направления в экономической теории испытал сильное влияние «Принципов политической экономии», но это не помешало ему весьма критично отнестись к позиции неоклассиков к проблеме конкуренции и монополии. «Мир Маршалла с его конкурирующими предпринимателями, потребителями, стремящимися к максимизации удовольствий, и сегодня продолжает служить целям ортодоксии. Он не дает представления о мире, как он есть. Крупные современные корпорации... – вот что является реальностью, вот на что должен быть обращен взгляд экономистов. Но изучить Маршалла стоило. Для того чтобы знать, что

правильно, нужно твердо знать, что неверно» (Гэлбрейт, 1990, с. 42). Отдавая, впрочем, должное авторитету и заслугам одного из главных неоклассиков, Гэлбрейт объясняет его заблуждение относительно роли монополий не тем, что устарели «Принципы политической экономии», а тем, что изменились сами экономические условия и, прежде всего структура рынка. Такое объяснение принять полностью, пожалуй, нельзя, поскольку, как известно, первое издание «Принципов» вышло в 1890 г., то есть в том самом году, когда американский Конгресс, обеспокоенный растущей негативной ролью монополистических объединений в промышленности, принял первый в истории антимонопольный закон (закон Шермана).

Конечно, такой добросовестный и проницательный исследователь, как Маршалл, не мог совсем обойти проблему монополии и ее роли в экономике стран с рыночной экономикой. В «Принципах политической экономии» ей посвящена специальная глава. В самом начале этой главы он сразу специально поясняет, что никогда не придерживался мнения, будто деятельность монополиста, преследующего собственную выгоду, движется по наиболее благоприятному для благосостояния общества в целом пути, что самого монополиста следует рассматривать как индивидуума, значение которого важнее, чем значение любого другого члена общества. Вместе с тем, Маршалл, как будто не ощущая особой опасности монополизма, утверждает, что монополист руководствуется не только собственными интересами и что можно создать некие общие условия, при которых возникнет более полезный порядок для общества в целом. Имея в виду эту цель, Маршалл пытается найти способ сравнения относительных выгод, которые может принести обществу и монополисту принятие последним того или иного образа действий. Он справедливо констатирует, что монополист потеряет весь свой монопольный доход, если станет производить на продажу такое большое количество товара, что его цена предложения окажется равной цене спроса на этот товар. Но количество товара,

обеспечивающего максимум монопольного дохода, всегда значительно меньше. Поэтому по логике вещей количество товаров, произведенных монополией, должно быть меньше потребности в них, а цена для потребителя – выше, чем в условиях свободной конкуренции. Однако Маршалл утверждает, что это вовсе не так.

Дело в том, что, как считает наш неоклассик, сосредоточение производства в руках одного лица или одной компании приводит к существенной экономии издержек по сравнению с ситуацией, когда совокупный объем производства поделен между множеством конкурирующих между собой 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» (Маршалл, 1993, с. 112). Иными словами, оправдывая с экономической точки зрения производственную монополию, Маршалл указывает на возникновение так называемого «эффекта масштаба».

Этот эффект проявляется в частности и в том, что мелкие и средние предприятия не могут позволить себе тратить столько же средств на совершенствование технологии производства, сколько крупные монополии, уверенные в том, что весь выигрыш от нововведений достанется им и никому более. Маршалл, правда, тут же указывает, что эффект масштаба действует при условии умелого и энергичного руководства единственной фирмой (монополией) и наличия у нее неограниченного капитала, что далеко не всегда имеет место в реальной жизни. Это указание весьма примечательно, если принять во внимание практику монопольного ценообразования, сложившуюся в последние годы в нашей стране.

Современная экономическая жизнь России изобилует примерами, когда цены на

товары и услуги предприятий-монополистов растут очень быстро, причем вне всякой связи с их качеством и лишь косвенно связаны с ростом издержек, который в свою очередь имеет не столько объективное происхождение, сколько непрерывное действие механизма адаптивных инфляционных ожиданий. Быть может, самый яркий в этом смысле пример – тарифы на услуги жилищно-коммунального хозяйства, которые неуклонно растут, хотя их качество остается на прежнем уровне или даже снижается. Собственно к росту тарифов, в конечном счете, и сводится широко разрекламированная реформа жилищно-коммунального хозяйства – одной из самых высокомонополизированных отраслей российской экономики. Не лучше положение, складывающееся на железнодорожном транспорте, в области пассажирских авиаперевозок, строительстве жилья и других производственных и обслуживающих отраслях. Невозможно, к примеру, объяснить рост внутренних цен на многие виды топлива внутри страны дефицитом его добычи по сравнению с реальными потребностями. Дело, скорее, – в другом. Небывалый рост цен на нефть на мировых рынках побуждает производителей нефтепродуктов, торгующих ими внутри страны повышать цены на бензин, чтобы не отстать от экспортеров этого продукта по уровню прибыльности. И именно в этом, то есть в стремлении максимизировать прибыль наиболее доступными способами, и состоит общее правило поведения монополистов-производителей, а вовсе не в скрупулезном, как утверждает Маршалл, подсчете монополистом соотношения между увеличением собственного монопольного дохода и так называемым «потребительским излишком», максимизация которого якобы соответствует интересам монополиста (Маршалл, 1993, с.185).

Общие выводы, к которым приходит Маршалл в результате своего исследования проблемы монополизма, выглядят безупречными, с точки зрения формальной логики, и вполне могут быть приняты за истину, если конечно не иметь в виду, что в реальной жиз-

ни монополист отнюдь не склонен руководствоваться теми принципами, которые предписывает ему А. Маршалл. Суть этих выводов сводится к двум положениям. «Во-первых, количество товара, которое монополист предлагает к продаже, оказывается больше (а цена, по которой он продает, меньше), когда он в какой-то степени желает способствовать интересам потребителей, чем когда его единственная цель заключается в том, чтобы приобрести, возможно, больший монопольный доход; и, во-вторых, количество произведенного товара тем больше (а его продажная цена тем ниже), чем больше оказывается стремление монополиста содействовать интересам потребителя, т.е. чем больше оказывается фактическая ценность этого стремления, по которой измеряется участие монополиста с его собственным доходом в потребительском избытке» (Маршалл, 1993, с. 188).

Таким образом, в обобщенной оценке монополистической практики Маршалл исходит из допущений, которые едва ли можно считать реалистичными. Трудно представить себе монополиста, который свою главную цель видит в соответствии своей производственной и ценовой политики интересам потребителей. Во всяком случае, экономическая действительность современной России демонстрирует противоположную тенденцию. Монополисты – будь то сфера производства или обращения – озабочены, прежде всего, ростом своих прибылей без оглядки на интересы потребителей и даже национальные интересы в целом. Иначе, зачем бы понадобилось специальное законодательство, направленное на борьбу с монополизмом и специальные государственные органы, призванные вести эту борьбу (правда, пока без особого успеха).

Что касается Маршалла (как, впрочем, и других экономистов либерального направления), то главным рычагом воздействия на ситуацию монополизированных рынков он считает не государственное вмешательство в процессы ценообразования и установление контроля над конкретными рынками со стороны конкретных монополистов, а опять таки

неодолимые законы конкуренции, которые пробивают себе дорогу без всякого государственного регулирования. В жизни, утверждает Маршалл, не существует таких абсолютных и постоянных монополий, какие мы рассматривали до сих пор в теории. Напротив, наблюдается усиливающаяся тенденция замены старых производств новыми, старых методов организации производства – более совершенными. Отсюда проистекает прямая и косвенная конкуренция между монополистами и новыми предпринимателями, пробивающими себе дорогу путем обновления способов производства и создания товаров принципиально нового качества. И этот процесс *естественным образом* преодолевает негативные последствия монополизации, обеспечивая непрерывный социальный и экономический прогресс. Подобная позиция вообще характерна для либералов, которые не видят в монополии ничего особенно опасного. Ведь, в конечном счете, действие саморегулирующегося рыночного механизма рано или поздно само подорвет основу монополизма и восстановит конкурентные начала хозяйствования – залога динамичного и эффективного экономического развития.

Конечно, в концепциях либерализма есть своя доля истины. Ведь, в самом деле, понятие «чистой монополии» обычно понимается как абстракция. Даже полное отсутствие конкурентов внутри страны не означает их отсутствия за ее рубежами. Поэтому «чистую монополию» в условиях интернационализации и глобализации мирового хозяйства можно представить себе, скорее, только теоретически. Кроме того, не следует смешивать «чистую монополию» с монопольной властью, которая возникает в тех случаях, когда фирма имеет возможность влиять на цену и повышать прибыли, ограничивая объемы производства. Это происходит, как правило, на тех рынках, где действуют так называемые «естественные монополии». В обычном же случае фирма-монополист все равно вынуждена учитывать рыночный спрос и свои издержки. Происходит это потому, что почти

невозможно представить себе абсолютно не эластичный по цене товар, а это и есть непременное условие безграничной монопольной власти над рынком.

И все же большая часть современных экономистов не до конца согласны с оценкой феномена монополии, которую дает А. Маршалл и другие неоклассики. Они указывают тому, по крайней мере, три причины, по которым монополия отрицательно влияет на эффективность общественного производства. Во-первых, объем производства, максимизирующий прибыль монополиста, все же ниже, чем в условиях совершенной конкуренции, а цена при этом – выше. По этой причине имеет место недоиспользование ресурсов и недопроизводство производства необходимой обществу продукции. Во-вторых, у монополиста в силу исключительности его положения на рынке ослабевают стимулы внедрять достижения научно-технического прогресса, поскольку снижение издержек, гибкость производственной программы не являются для него вопросами выживания. В-третьих, монополии, стремясь сохранить свою власть над рынком, создают искусственные барьеры для вступления новых фирм в монополизированные отрасли, а это оказывает сдерживающее влияние на рост экономической эффективности народного хозяйства. В силу этих причин во всех странах с рыночной экономикой действуют национальные системы антимонопольного законодательства, которые имеют целью не ликвидацию монополий, а ограничение монопольной власти и контроль над нею.

### Литература

- Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Экономика, 1994.  
Гэлбрейт Дж. Жизнь в наше время. М.: Экономика, 1990.

- 
- Жид Ш., Рист Ш.* История экономических учений. М.: Экономика, 1995.
- Маршалл А.* Принципы экономической науки. М.: Экономика, 1993.
- Маршалл А.* Принципы политической экономии. М.: Экономика, 1993.
- Самуэльсон П.* Принципы максимизации в экономическом анализе. М.: Экономика, 1990.
- Фридман М.* Методология позитивной экономической науки // THESIS. 1994. Т. II. Вып. 4.

*Рукопись поступила в редакцию 26.11.2013 г.*

---

## МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫЯВЛЕНИЯ КЛЮЧЕВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ КОМПАНИИ

*В.Д. Маркова*

В статье представлен обзор проблем, возникающих при использовании концепции ключевых компетенций компаний. Приведены внешние и внутренние отличительные признаки ключевых компетенций; описаны подходы различных исследователей и методический подход автора к выявлению ключевых компетенций компании, апробированный на ряде отечественных предприятий.

*Ключевые слова:* ключевые компетенции компаний, методика выявления компетенций компании, отличительные признаки компетенций.

Концепция ключевых компетенций компаний, появление которой связано с работами Г. Хэмела и К.К. Прахалада, опубликованными в 1990-е гг., по-прежнему вызывает интерес исследователей и практиков. Обзор литературы показывает, что в общих концептуальных дискуссиях и в конкретных эмпирических исследованиях ученые признают методические сложности теоретического определения ключевых компетенций компании и их применения на практике (Hafsi, Thomas, 2005).

Дискуссии ведутся о соотношении таких понятий как ресурсы, способности компании и ее компетенции (Катькало, 2006; Ljungquist, 2007), при этом признано отсутствие общепринятого определения ключевых компетенций компаний (Mooney, 2007). Анализ взглядов различных авторов на ключевые компетенции компаний, в том числе эволюции взглядов Г. Хэмела, представлен в работе (Маркова, 2013).

---

© Маркова В.Д., 2014 г.