

Р. И. Хасбулатов

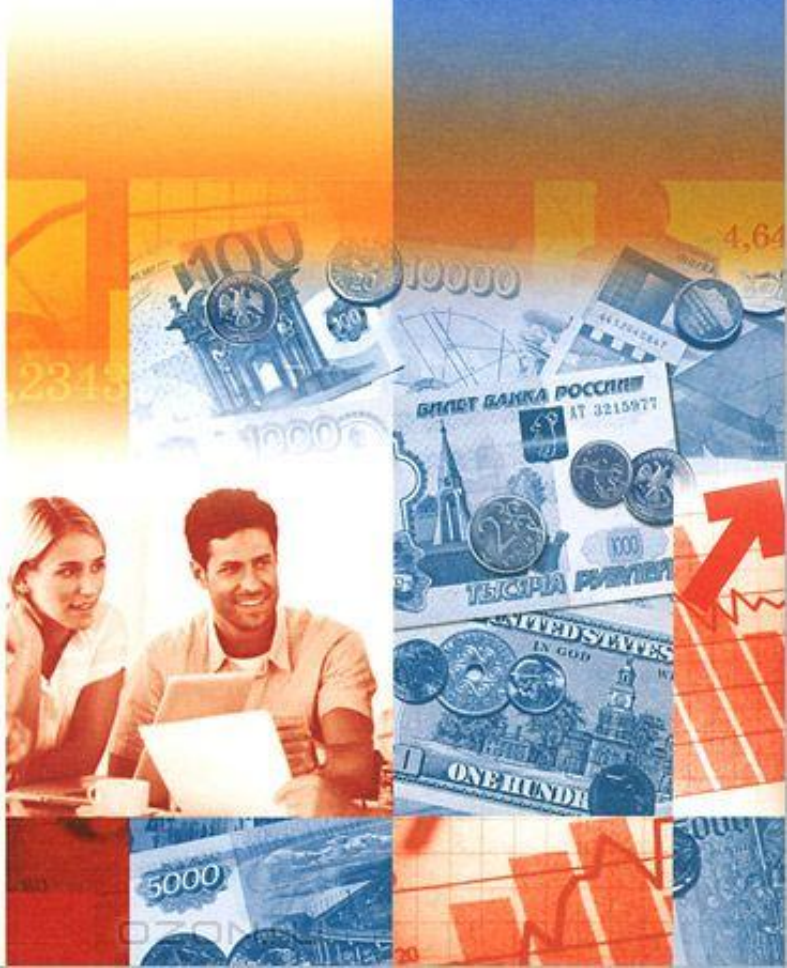
ЭКОНОМИКА



БАЗОВЫЙ И УГЛУБЛЁННЫЙ
УРОВНИ

10

класс



Глава 8. Банки и банковская система	80
§ 19. Банки. Формирование банковской системы.	80
§ 20. Кредиты	83
§ 21. Депозиты	87
Глава 9. Деньги и финансы	90
§ 22. Происхождение и функция денег	90
§ 23. Денежная масса M_1 . Денежный рынок	95
Глава 10. Фондовая биржа	102
§ 24. Фондовые биржи, их деятельность.	102
§ 25. Фондовый рынок (рынок ценных бумаг). Внебиржевой рынок ценных бумаг	108
Глава 11. Страхование	114
§ 26. Страхование и страховые услуги	114
Глава 12. Фирма — главное звено рыночной экономики	118
§ 27. Фирмы и их задачи.	118
§ 28. Акционерное предприятие	126
§ 29. Факторный доход. Прибыль, издержки, инвестиции	129
Глава 13. Менеджмент и маркетинг. Банкротство фирмы	136
§ 30. Общее понятие о менеджменте. Исторические этапы становления менеджмента	136
§ 31. Современные тенденции менеджмента. Менеджмент в России	142
§ 32. Маркетинг.	146
§ 33. Банкротство фирмы	149
Словарь терминов и определений	153
Интернет-ресурсы.	160

Предисловие

Заканчивая школу и вступая во взрослую жизнь, молодые люди должны быть подготовлены к реалиям современной жизни. Чтобы стать полноценным специалистом, в наше время необходимо владеть многими компонентами знаний — основами математики, компьютерными технологиями, иностранными языками и др. Только реальные знания и профессионализм станут залогом успеха в будущем. Однако, где бы вы ни работали, какой бы профессией ни занимались, вы должны знать основы экономики и финансов, потому что любая сфера человеческой деятельности связана с проблемами финансирования.

Изучая курс экономики по нашему учебнику, вы узнаете, что такое экономика, экономическая теория, как она описывает разные процессы, происходящие в экономике, какие связи и взаимосвязи существуют в национальной и мировой экономической системах, что такое конкурентная экономика, почему современную экономику называют «смешанной» и т. д. Без знаний законов экономики невозможно познать сложнейшие процессы, происходящие в современном мире.

Знание экономики откроет вам путь не только в науку и предпринимательство, но и в большую политику, в которой нужны первоклассные специалисты. За вами — будущее нашей страны.

Желаю вам успехов в учёбе и знаний в области экономики!

Ваш автор Р. И. Хасбулатов

ГЛАВА 1. ЭКОНОМИКА — НАУКА И ПРАКТИКА

- ✓ Что такое экономика?
- ✓ Что изучает экономическая наука?
- ✓ Почему экономика не может производить столько товаров и услуг, сколько необходимо обществу?
- ✓ Земля, труд, капитал — почему они являются основными факторами производства?
- ✓ Что такое производительность труда?

§ 1. Экономика как наука

Экономика как наука имеет достаточно длинную историю. Уже в Древнем Египте, Китае и Персии вели подсчёты богатства, которым обладает государство, сколько денег направляется на содержание верховных правителей, государственного аппарата, армии, в каком состоянии находятся сельское хозяйство, ремёсла, торговля; как живёт население, во сколько обходится строительство ирригационных сооружений, пирамид, военные кампании и т. д.

В Древней Греции и Риме хозяйственными вопросами занимались уже на основе изучения экономических процессов и бухгалтерии. Об этом свидетельствуют труды Платона, Аристотеля, Цицерона и мемуары Цезаря. Само понятие «экономика» произошло от сочетания греческих слов «ойко» — «дом», «хозяйство» и «номос» — «закон» и буквально означает «законы ведения домашнего хозяйства». Считается, что автор понятия «экономика» — древнегреческий мыслитель Аристотель.

Условия, которые позволили сформулировать основные теоретические положения экономики как науки, сложились к XVI—XVII вв., по мере ликвидации остатков Средневековья, открытия новых континентов и территорий, колонизации новых земель, установления регулярных торговых сообщений. Это была эпоха

интенсивного развития торговых связей. В XVIII—XIX вв. появились выдающиеся экономисты, которые осуществляли тщательный анализ экономического развития, торговли, денежного обращения. Большой вклад в развитие экономической теории внёс британский экономист Адам Смит, который сформулировал основные экономические положения, остающиеся актуальными и сегодня. В 1776 г. в Лондоне вышла его книга «Исследование о природе и причинах богатства народов».



Адам Смит
(1723—1790)

Адам Смит показал и объяснил, что главным и определяющим мотивом предпринимательской деятельности является личный, эгоистический интерес человека к улучшению своего материального положения, получению прибыли, дохода. Этот интерес следует стимулировать, создавая необходимые условия. В условиях конкуренции эгоистические интересы большого числа предпринимателей, сталкиваясь там, где происходит реализация их товаров, будут нейтрализовывать попытки устанавливать завышенные цены. В результате такой конкуренции общество будет постоянно обеспечивать свои потребности в нужных товарах по разумным ценам.

ЧТО ИЗУЧАЕТ ЭКОНОМИКА

Термин «экономика» имеет два значения. Во-первых, это наука, изучающая способы организации хозяйственной деятельности людей в целях создания материальных благ и регулирования потребностей общества. Это может быть экономика страны, экономика отрасли, экономика предприятия (компании). Во-вторых, это наука, изучающая поведение (деятельность) участников процесса хозяйственной деятельности.

Соответственно экономика (и экономическая теория) изучает четыре стадии деятельности, которые охватывают главные процессы экономического развития: производство, распределение, обмен, потребление.

Производство — это процесс создания материальных и духовных благ, необходимых для существования и развития человека.

Распределение — это процесс определения доли, количества и пропорций, в которых каждый хозяйственный субъект принимает участие в произведённом продукте.

Обмен — это процесс движения материальных благ и услуг от одного субъекта к другому и форма общественной связи производителей в обмене товаров и услуг.

Потребление — это процесс использования результатов производства для удовлетворения определённых потребностей.

Все стадии находятся во взаимосвязи и взаимодействии. Соотношение и взаимосвязь четырёх стадий хозяйственной деятельности выражаются следующим образом. Основа жизни и источник прогресса человеческого общества — производство. Оно является исходным пунктом хозяйственной деятельности. Потребление — конечный пункт производства, распределение и обмен — промежуточные стадии, связывающие производство с потреблением (хотя производство является первичной стадией, оно служит потреблению). Потребление образует конечную цель и мотив производства, поскольку в потреблении продукт не выбирается потребителем. Именно поэтому потребление диктует новый заказ производству — удовлетворённая потребность рождает новую потребность. Развитие потребностей является движущей силой развития производства. Но возникновение самих потребностей обусловлено производством.

Распределение и обмен продукта зависят от производства, так как распределять и обменивать можно только то, что произведено. Но, в свою очередь, они оказывают активное обратное воздействие на производство: качество изделий, масштабы выпуска, ассортимент и пр.

Основные средства (факторы) производства — земля, труд, капитал. Люди, обладающие знаниями и опытом, приводят факторы производства в действие, и вместе они составляют **производительные силы общества**.

Процесс труда — это материальная основа процесса производства. Процесс производства материальных благ и услуг включает в себя не только процесс труда, но и экономические отношения работников в процессе трудовой деятельности. Известно, что именно труд создал человека и является главным фактором его развития. Приращение значения труда, в частности через его малую оплату, свойственно слаборазвитым странам. И пока сохраняется такая ситуация, эти страны никогда не смогут выбраться из разряда отстающих, при том что другие факторы производства в них могут быть развиты неплохо.

Главной составляющей процесса труда является сознательная человеческая деятельность, направленная на объекты труда с использованием средств труда.

Объекты труда — это то, на что направлен труд человека в целях создания будущего готового продукта (товара). Это могут быть как материалы (руда, круглый лес и т. д.), так и узлы и детали для сбора сложной машины.

Средства труда — это инструменты, которые человек использует, преобразуя объекты труда (оборудование, станки и т. д.).

ГЛАВНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

Мир вещей, который нас окружает. Каждый человек, в какой бы стране он ни жил, постоянно нуждается в самых обычных предметах гигиены, продуктах питания, бытовой технике и т. д. Все эти товары производит, распределяет и реализует экономика. !

Экономика страны, если рассматривать её с точки зрения конкретных объектов, — это весь народнохозяйственный комплекс, состоящий из огромного числа разных предприятий (компаний). Одни из них добывают сырьё (руду, уголь, нефть, газ), другие перерабатывают добытое сырьё, третьи производят полуфабрикаты, автомобили, мебель, другие товары, четвёртые поставляют товары в распределительные сети (магазины), пятые специализируются на ремонте наших квартир и т. п. Всё это — *товары или материальные блага*, производимые экономикой.

Экономика не только производит, но и оценивает в денежной форме всё то, что произведено и куда-то доставлено и реализовано.

Услуги, в которых мы нуждаемся. Не менее важная часть экономики — сфера услуг. Лечение, образование, новая технологическая идея и разработка, продажа художественной ценности или организация её выставки, выступления артистов, заказ пиццы по телефону и т. д. — это не «вещи», а, скорее, процесс, вид деятельности, без которого нашу жизнь уже невозможно представить. Так, если деятельность по лечению человека — это услуга, то результат — его выздоровление. Посещение художественной выставки или музыкального концерта — это услуга, а результат — эстетическое удовольствие. Отдых на морском побережье или в горах помогает снять усталость и стрессы. Значение сферы услуг в жизни человека постоянно возрастает, поскольку люди нуждаются не только в вещах, но и в услугах, обеспечивающих более комфортные условия жизни.

Если молодые граждане, вступающие в активную жизнь, хотят быть хорошо информированными, им необходимо знать

основы экономики, понимать, как она организована и функционирует. Не секрет, что самые жаркие дискуссии в обществе кипят вокруг экономики и экономической политики правительства.



Джон Мейнард
Кейнс
(1883—1946)

Прав был великий экономист XX в. Джон Мейнард Кейнс, когда писал: «Идеи экономистов и политических мыслителей — и когда они правы, и когда ошибаются — имеют гораздо большее значение, чем принято думать. В действительности именно они и правят миром. Люди-практики, которые считают себя совершенно неподверженными интеллектуальным влияниям, обычно являются рабами какого-нибудь экономиста прошлого»¹.

При этом необходимо учитывать, что все современные экономические и политические учения так или иначе сложились под влиянием учений экономистов прошлых эпох — Адама Смита, Давида Рикардо, Джона Стюарта Милля, Карла Маркса и Джона Мейнарда Кейнса.

Самый простой подход к экономике состоит в том, что экономика является процессом преобразования имеющихся в распоряжении общества ресурсов в продукты, которые должны удовлетворять как производственные, так и непроизводственные потребности общества и его членов. Процесс функционирования экономики может быть представлен в виде схемы (рис. 1).

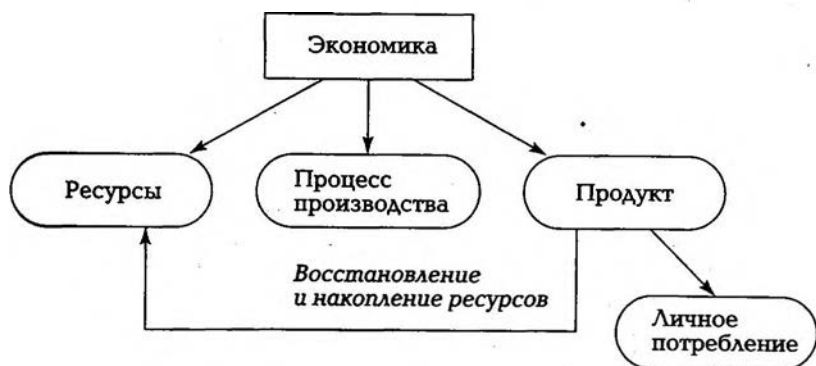


Рис. 1. Процесс функционирования экономики

¹ Кейнс Дж. Мейнард. Общая теория занятости, процента и денег // пер. с англ. — М., 1978.

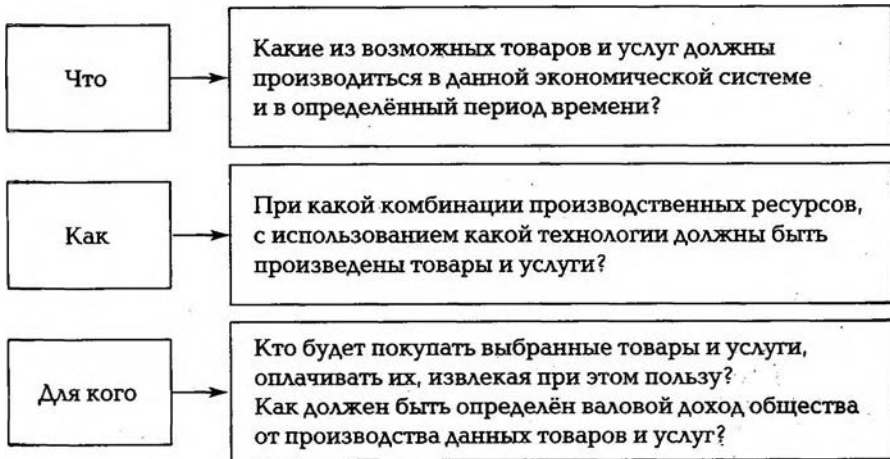


Рис. 2. Основные вопросы экономики

Соответственно, ресурсы являются входом, процесс производства продукции — центральным элементом, процесс её использования — выходом, личное потребление — прямой связью, и восстановление ресурсов — обратной связью в экономике.

Таким образом, в основе экономической науки находятся отношения по производству товаров и услуг, т. е. по производству **материальных благ**. Товары и услуги — это и есть те блага, с помощью которых человек удовлетворяет свои потребности.

Экономисты выделяют три основных объекта изучения экономической теории (рис. 2).

- *Что, какие товары и услуги должны быть произведены и в каком количестве?*
- *Как, каким образом эти товары и услуги должны быть произведены?*
- *Для кого должны быть произведены эти товары и услуги?*

Другими словами, экономическая наука изучает, как и каким образом общество распоряжается своими ресурсами — природными богатствами, техникой, знаниями и опытом людей и их способностями обеспечения достойной жизни своих граждан. Для достойной жизни человек должен иметь возможность удовлетворить основные (базовые) потребности в пище, одежде, жилье. Это позволит ему заниматься делом, не подчиняя всю энергию удовлетворению физиологических потребностей.

Закон редкости. Решить основную проблему: «Что», «Как» и «Для кого» производить товары и услуги в нужных обществе

объёмах и нужного качества было бы легко, если бы не ограниченность ресурсов. Она проявляется как в естественно-природном происхождении (природные богатства), так и в производстве (изделия, услуги). Производство здесь сталкивается с действием закона редкости. И даже мощные экономики США и Японии не могут полностью обеспечить людей в соответствии с их потребностями. На протяжении столетий проблема удовлетворения потребностей людей была сложнейшей задачей. И сегодня в самых богатых странах мира имеются и бедные, и нищие. Для некоторых государств, особенно в Африке, проблема голода стала постоянным явлением.

Закон роста потребностей. Потребности человека постоянно растут. Имея определённый достаток, люди хотят покупать более качественные продукты питания, одежду, предметы быта, роскоши. Это с одной стороны. С другой — экономика производит всё больше новых товаров и услуг, которые вбрасываются на рынок, а люди стремятся их приобрести, несмотря на свои ограниченные возможности. Ещё почти 150 лет назад Карл Маркс сформулировал закон о повышении потребностей общества. Этот закон актуален в настоящее время, когда постоянно меняется мода, на прилавки магазинов выбрасываются горы новой одежды, парфюмерии, украшений, производятся новые машины и т. д. А реклама и маркетинг постоянно предлагают всё новые товары и услуги. Люди не хотят пользоваться устаревшими, немодными товарами.

Поэтому можно говорить только о некой модели «разумного потребления».

► **Экономическая теория** изучает отношения, связанные с производством, обращением, обменом и потреблением материальных благ и услуг в условиях ограниченности ресурсов.

Как и каким образом осуществляется производство товаров и услуг, их распределение, каков характер движения материальных, финансовых и человеческих ресурсов, каким образом они распределяются (куда распределяются) — основные вопросы, на которые призван ответить наш предмет. При этом необходимо отметить, что в капиталистической экономике, действующей на основе свободного рынка с его конкурентными законами (спрос, предложение), отсутствует момент принуждения. Вопросы: «Как производить?», «Сколько производить?» и «Для кого производить?» — решаются самостоятельно производителями товаров и услуг в соответствии с их представлениями и знаниями о потребностях и спросе покупателей.

НОВЫЕ СЛОВА

- экономика • производство • распределение • обмен • потребление
- производительные силы • объекты труда • средства труда

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Дайте определение экономики как науки.
2. Какие стадии хозяйственной деятельности вы знаете?
3. Какие три главных вопроса изучает экономика?
4. Приведите примеры экономических благ.
5. В чём сущность закона редкости и закона роста потребностей?

§ 2. Факторы производства, производительность труда

Почти все блага не существуют в природе в готовом виде, за исключением некоторых видов сырья (нефть, газ, уголь) и даров природы. Поэтому общество вынуждено непрерывно заниматься производством нужных ему материальных и нематериальных благ. Под производством понимается процесс воздействия человека на природу с целью создания материальных и нематериальных благ.

Со времён Адама Смита принято рассматривать три главных фактора производства (их также называют производительными силами общества). Это земля, труд и капитал.

Земля является единственным источником питания населения. Никакие генные инженерии не заменят роль земли как источника получения полноценных продуктов питания. Кроме того, на земле стоят жилые дома, школы, больницы, фабрики, заводы, производственные помещения, железнодорожные линии, электросистемы, трубопроводы; под землёй добываются полезные ископаемые и т. д. К фактору «земля» обычно относят воду, воздух и природные ресурсы — сырьё. К фактору «труд» относят не только наёмных трудящихся, но и инженеров, управляющих и вспомогательный персонал — всю рабочую силу. Рабочая сила — это та часть населения, которая непосредственно вовлечена в производственно-трудовые процессы.

Труд выступает, безусловно, главным фактором производства. Только через труд приводятся в движение все другие факторы производства. Высококвалифицированный труд уже стал главным источником процветания наиболее развитых стран мира. Происходит процесс интеллектуализации труда, его усложнение и соответственно удорожание. Он всё более ассоциирует-

ся с понятием «человеческий капитал», предполагающим необходимость непрерывного обучения и связанным с ростом стоимости затрат на эти цели.

Капитал (или средства производства) и, прежде всего, производственные ресурсы — это здания, сооружения, машины, станки, оборудование, средства сбыта, полуфабрикаты, используемые в производстве. Другими словами, это все материальные блага, которые специально созданы людьми для осуществления производственного процесса в целях производства материальных благ и услуг, необходимых обществу.

Естественно, сами по себе земля, труд и капитал не могут ничего создавать. Любой человек или группа людей (предпринимателей), которые решают организовать какое-либо производство, берут на себя ответственность (и риск) за использование этих факторов и распоряжение ресурсами. Предприниматели должны обладать определёнными предпринимательскими способностями. Ожидание выгоды, прибыли — движущий мотив принятия ответственности за решения, сопряжённые с риском со стороны предпринимателя.

Со временем к факторам производства стали относить **знания и технологии**. В прошлые века происходило скачкообразное развитие технологии. Результатами стали промышленная революция, создание механического станка, паровоза и т. д. Суть современных знаний и технологий в том, что они осуществляются не этапами, как в прошлом, а непрерывно, поэтому их называют важными факторами современного производства. Однако при всей их значимости фундаментальными факторами производства остаются земля, труд и капитал. Все остальные являются производными от этих фундаментальных факторов.

Соединение факторов даёт обществу результат производства в форме продукта (*товара*). Не существует производства ради самого производства. Получение заданного продукта — цель производства. И в этом случае становится важна цена полученного продукта.

Факторы производства, как правило, подразделяют на две основные группы: экстенсивные и интенсивные (рис. 3).

При этом следует отметить, что в реальной жизни экстенсивный и интенсивный типы экономического развития в «чистом» виде не существуют. Количественное совершенствование факторов роста, осуществляемое на основе внедрения достижений научно-технического прогресса (НТП), всегда требует вложений инвестиций в средства производства, землю, рабочую силу, но-



Рис. 3. Факторы производства

вые технологии и т. д. В свою очередь, последнее сопровождается изменением их качественных характеристик. Поэтому при анализе реального экономического развития, а не его теоретических моделей, выделяют преимущественно экстенсивный и преимущественно интенсивный типы роста.

— ЭТО ИНТЕРЕСНО! —

В 30-е гг. XX в. по заданию германских властей велись работы по извлечению золота из морской воды. Эксперимент был удачным и завершился получением определённого количества золота. Но затраты (издержки) на полученный продукт были настолько велики, что намного превосходили стоимость золота, добываемого естественным путём, из горных пород. Поэтому производство золота из воды было свёрнуто, так как было невыгодно.

Вопрос *цены и затрат* (издержек) на производство конкретного продукта имеет важнейшее значение не только для фирмы-производителя, но и для общества в целом. На фирме, прежде чем запустить производство какого-либо изделия, тщательно изучают все связанные с ним затраты. Поэтому вариант, при котором отношение получаемого продукта к затратам факторов производства является максимальным, позволяет достичь предельной эффективности, обусловленной производительностью техники и труда. В экономической литературе существуют три разных (хотя и близких по содержанию) понятия производительности.

Во-первых, **производительность** — это производство изделий, услуг, полуфабрикатов и т. д. в единицу времени одним работником, одним подразделением завода и пр., одной фирмой и т. п. Во-вторых, **производительность общественного труда** — отношение произведённого национального дохода к среднегодовой численности занятых в сфере материального производства. В-третьих, **производительность труда** — количество продукта (товара), которое работник производит в единицу времени, или величина времени, затрачиваемого на изготовление единицы продукта труда (изделия).

Новые станки и оборудование, инструменты, созданные на основе передовых достижений науки и техники, более производительны и позволяют повышать производительность труда, соответственно повышая общую производительность общественного труда. Поэтому общество заинтересовано в том, чтобы весь производственный аппарат (т. е. вся система станков, оборудования, инструментов и пр.) соответствовал самым передовым достижениям, а рабочие и служащие были более квалифицированными, чтобы управлять сложными машинами. Однако бывает так, что собственник предприятия и его менеджеры, экономя на замене устаревшего оборудования, эксплуатируют его до полного износа. Отсюда частые аварии, в том числе на электростанциях, железной дороге, в авиации.

В земледелии производительность измеряется урожайностью отдельных участков земли, например количеством зерна, полученного с 1 га. Таким образом, производительность рассчитывается делением стоимости продукта на стоимость использованных ресурсов.

Повышению производительности способствует разделение труда.

Разделение труда — качественная дифференциация (расчленение) трудовой деятельности в процессе развития общества, приводящая к обособлению различных её видов. Существует разделение труда внутри общества и внутри предприятия. Эти два вида взаимозависимы и взаимообусловлены. В сфере материального производства можно выделить разделение производственной деятельности (разделение труда) на *общее* (на его крупные виды, такие как земледелие, промышленность и др.); *особенное* (на его виды и подвиды, например, промышленности на её отрасли); *единичное* (внутри предприятия). Общее, особенное и единичное разделение органически связано с профессиональным разделением труда, его специализацией.

Определяющим условием разделения труда являются развитие и дифференциация орудий производства. В свою очередь, разделение труда способствует развитию техники, организации производства и подъёму выработки работников. Накопление у людей производственного опыта и навыков к труду находится в прямой зависимости от степени разделения труда, специализации работников на определённых его видах.

Исторически разделение труда возникло в первобытно-общинном строе в виде первого крупного общественного разделения (выделение пастушеских племен), что создало условия для регулярного обмена товарами между племенами. При рабовладельческом строе развилось второе крупное общественное разделение труда — отделение ремесла от земледелия, положившее начало отделению города от деревни. В результате развития товарного обмена возникло третье крупное общественное разделение труда — обособление торговли от производства и выделение купечества. К древности относится и разделение труда на физический и умственный, а также территориальное и профессиональное разделение. С возникновением машинной индустрии разделение труда получило мощное ускорение, появились и стали быстро развиваться международное разделение труда и специализация.

Международное разделение труда (МРТ) — это качественная ступень развития мирового производства, опирающегося на разделение труда не только в пределах одной страны, но и в масштабах мирового хозяйства, всемирного рынка. Этой международной ступени разделения труда соответствует специализация стран на производстве отдельных видов сырья, товаров и услуг, которыми страны регулярно обмениваются на базе постоянных межфирменных связей или длительных межгосударственных соглашений. Объективной базой для возникновения и развития МРТ явилось различие природных и климатических условий отдельных стран, наличие на их территориях различного рода полезных ископаемых, разных условий производства, традиций, в соответствии с которыми страны получали сравнительное преимущество в производстве именно этих товаров и специализировались на изготовлении тех или иных изделий.

Так, из России издавна вывозили в соседние страны меха, мёд, воск, а с XX в. — зерно, лес, масло. В настоящее время она является экспортёром нефти, газа, леса, чёрных и цветных металлов, удобрений и т. д.

В процессе развития производительных сил постоянно происходит изменение направлений и уровня специализации отдельных стран. Часто в результате конкурентной борьбы одни страны вытесняют с рынков другие, перехватывая спрос товаров. Создаются новые искусственные виды изделий и сырья, материалов, которые заменяют старые. В настоящее время производство натурального шёлка в значительной мере снижено из-за производства и потребления различных видов искусственного шёлка.

Основные развитые крупные страны, как правило, имеют несколько направлений международной специализации и конкурируют между собой за рынки сбыта. Маленькие страны находят свою нишу на международных рынках и доводят товар до совершенства. Так, Люксембург специализируется на производстве высококачественных зубных протезов, а Швейцария — на производстве часов.

В борьбе за рынки сбыта создаются международные монополии и транснациональные корпорации, которые делят между собой сферы рыночного влияния и диктуют свои условия более слабым странам, тормозя их развитие.

Понятие *специализация* имеет три значения.

Во-первых, это сосредоточение деятельности на относительно узких направлениях, отдельных технологических операциях или видах выпускаемой продукции, во-вторых, приобретение специальных знаний и навыков в определённой области, в-третьих, разделение труда по отдельным видам трудовой деятельности. Отсюда специалисты — это работники, занятые инженерно-техническими, экономическими и другими работами (в частности, агрономы, администраторы, бухгалтеры, геологи, инженеры, математики, художники, экономисты, психологи, юристы и пр.). Другими словами, специалист — это физическое лицо, имеющее соответствующее образование, обладающее специальными знаниями и навыками.

Распределение доходов в обществе непосредственно связано с рыночной оценкой ресурсов, т. е. факторов производства.

Продукты, необходимые обществу, создаются всеми имеющимися ресурсами, вместе взятыми. Задолго до Адама Смита другой знаменитый английский экономист, У. Петти, сказал, что труд — отец богатства, а земля — его мать. Определить, кто важнее для рождения ребёнка — мать или отец, невозможно. Аналогично и с факторами производства: трудно определить вклад каждого из факторов в создание конечного продукта. Они взаи-

модействуют друг с другом, усиливают взаимную эффективность, замещают друг друга, часто конкурируют.

Взаимозависимость и взаимосвязь продуктивности различных ресурсов (факторов) делает проблему распределения доходов сложной. Простое понятие справедливости требует такого её решения: доля каждого ресурса должна определяться тем, сколько каждый из них произвёл по отдельности. Но в реальном мире разрозненное действие отдельных ресурсов невозможно. Если земля и труд производят пшеницу (при наличии денег — капитала), сложно определить, какая доля цены приходится на каждый из этих ресурсов. Тем не менее экономисты ищут и находят новые подходы для выявления вклада каждого из факторов производства в общий результат (доход, прибыль).

Земельная рента — это часть прибыли, возникающая при использовании земли. Выделяют две формы земельной ренты: дифференциальную и абсолютную.

Дифференциальная рента, в свою очередь, существует в двух формах: дифференциальная рента 1 и дифференциальная рента 2. Условиями возникновения первой служат различия в плодородии отдельных участков земли и различие в местоположении этих участков по отношению к рынку. Дифференциальная рента 2 связана с дополнительными вложениями капитала (инвестициями) в землю.

Абсолютная рента связана с наличием частной собственности на землю.

НОВЫЕ СЛОВА

- факторы производства • земля • труд • капитал
- предпринимательская способность • знания и технологии • затраты
- издержки • производительность труда • интенсивность
- разделение труда • специализация • рента

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Охарактеризуйте главные факторы производства.
2. Что такое производительность труда? Как измерить производительность труда работника; оборудования?
3. Для чего необходимы разделение труда и специализация?
4. Подумайте, какой способ оплаты труда стимулирует повышение производительности: почасовая (за отработанное работником время) или сдельная (за каждую выпущенную единицу товара или услуги).

- 5. Задача.** Производительность оборудования (капитала) измеряют количеством выпущенной продукции в расчёте на единицу его мощности, т. е. на 1 кВт.

Владельцу небольшой пельменной нужно приобрести мясорубку. В магазине он увидел три модели.

Модель	Мощность, Вт	Производительность, кг/мин	Цена, р.
А	1400	1,5	3500
Б	1800	1,6	8700
В	1500	1,5	5200

Какую мясорубку вы бы порекомендовали ему купить? Обоснуйте свой ответ с помощью расчётов.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- 1.** Экономика (экономическая наука) изучает мир вещей, который окружает человека с рождения, помогая ему адаптироваться в жизни. Понимание внутренних законов экономического развития даёт ключ к разгадке причин роста населения, появления новых товаров и услуг и даже международных конфликтов и войн, процветания одних стран и бедности и нищеты других и т. д.
- 2.** Экономика производит не просто товары и услуги в нужном объёме, нужного качества, для конкретных групп населения (или всего населения), она обеспечивает ими людей в конкретное время и в конкретном месте, поэтому надо знать, что способствует повышению эффективности и производительности и как рационально использовать время.
- 3.** Изучение экономической теории невозможно без усвоения экономических понятий (экономического словаря), помогающих осмыслить экономические тексты и процессы, происходящие в мире вещей, услуг, денег и т. д.

ГЛАВА 2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ГОСУДАРСТВА

- ✓ Понятие «экономическая система».
- ✓ Какие типы экономических систем существовали в мире и существуют ныне?
- ✓ В чём отличия социалистической государственно-плановой экономики от капиталистической рыночной?
- ✓ Почему современную экономику называют «смешанной системой»?

§ 3. Экономическая система.

Исторические типы экономических систем

- **Экономическая система** — это особым образом упорядоченный комплекс связей между производителями и потребителями материальных и нематериальных благ и услуг.

Экономическая система состоит из суммы всех действующих в стране предприятий, организаций, государственных институтов, прямо или косвенно вовлечённых в производство и все последующие стадии (распределение, обмен и потребление), а также финансовых, банковских и прочих кредитных организаций, инфраструктурных объектов (транспорт, энергетика, связь). Многочисленные агенты (предприятия), действующие на основании строго установленных правил, составляют звенья единой экономической системы. В хорошо отлаженной экономической системе они объединены общими целями и задачами — обеспечить непрерывный экономический рост на основе полной занятости, предоставить обществу в целом и каждой семье в отдельности достаточный объём материальных и культурных благ для непрерывного повышения уровня жизни и процветания отечества.

Экономисты выделяют четыре типа экономических систем в зависимости от того, как решаются главные вопросы экономики:

Натуральная	Рыночная товарная (капиталистическая)	Административно-командная, плановая	Рыночный социализм: НЭП - в России, Югославии, Венгрии, Китае (после 1979 г.)
Неразвитые отношения	Развитая система общественного труда	Планово-директивная модель	Нормативная модель
Разделение труда	Связь производства и потребления через рынок	Развитая система общественного разделения труда	Развитая система общественного разделения труда
Непосредственная связь	Наличие рыночной инфраструктуры (банки, биржи и т. д.)	Постоянное регулирование национальной экономики	Постоянное регулирование национальной экономики
Преобладание ручного труда	Система рынков	Развитое машинное производство	Развитое машинное производство
		Отсутствие экономической свободы у граждан	Повышенное значение личного интереса: экономическая свобода
		Система программ и планов	Система программ и планов
		Централизованное распределение ресурсов	Централизованно управляемые нормативы
		Централизованные цены	Расширение самостоятельности товаропроизводителей

Рис. 4. Основные формы общественного хозяйства

- традиционную;
- рыночную (капиталистическую);
- планово-директивную, командную (социалистическую);
- смешанную.

При первобытном строе, когда не было государства, люди были объединены по признакам родства в большие или малые группы. Вся экономика базировалась на необходимости производства продуктов питания с целью физического выживания. Это и есть *традиционная* экономика. Она состояла из охоты, собирательства (плоды, ягоды и пр.), примитивных орудий труда и т. п. Эта первичная экономическая система адекватна родо-племенному строю.

С появлением первого рабовладельческого государства, в котором главным фактором производства становятся рабы, экономическая система усложняется. Происходит чёткое разделение

труда: на земледелие и животноводство, ремесленный труд, труд воина-феодала и его вооружённых сил. Формируется аристократия — высший слой правящей элиты общества.

В этом обществе уже более чётко и определённо формируются вопросы «Что», «Как» и «Для кого» производить. Во-первых, это было производство для обеспечения предельно низких потребностей подавляющей части подневольного общества, во-вторых, производство максимального числа продуктов (продовольствия, оружия, предметов роскоши, дворцовых зданий и сооружений и пр.) для правящей элиты.

В феодальном обществе основной производительной силой является крестьянство, однако быстро растут города и появляется ремесленничество. Происходит дальнейшее развитие процессов разделения труда. В частности, ремесленники объединяются по цеховому признаку: гончары, медники, строители, хлебопёки и т. д. На протяжении столетий в средневековой Европе ремесленничество медленно готовило промышленный переворот, формировало предпосылки для будущего капитализма. Вопросы «Что», «Как» и «Для кого» производить товары и услуги расширяют свои границы, поскольку создаётся более обширный рынок.

В результате открытия новых земель и стран, создания устойчивых морских сообщений Европы с Китаем, Индией и Америкой (Новым Светом) на европейские рынки поступают новые товары (колониальные). Это делает рынок богаче, разнообразнее, соответственно формируются новые потребности в обществе, появляются первые банки, биржи и другие институты рынка. В недрах феодализма зарождаются элементы современного капиталистического строя с его новой экономикой — *рыночной*. В основе этой экономической системы лежит частная собственность, предпринимательская инициатива и рыночная система распределения. Одним из мощных носителей нового строя выступает буржуазия, вышедшая первоначально из среды ремесленничества. Поэтому капиталистический строй иногда называют буржуазным. Главные вопросы экономики приобретают практически своё современное толкование. Они решаются на рынке. Именно рынок заказывает и количество товаров, и их качество, он же во многом формирует потребности общества. Научно-технический прогресс, новые технологии непрерывно вбрасывают на рынок огромное число товаров и услуг. Давление на рынок со стороны производителей приобретает такой масштабный характер, что часто это сказывается на качестве товаров — появляются подделки, суррогаты и т. п. Получается,

что рынок тоже не может решить все проблемы, связанные с обеспечением общества нужными ему товарами и услугами. Как показывает практика, при всём всемогуществе рынка и его позитивной роли необходим эффективный государственный контроль над рынком.

С октября 1917 г. по август 1991 г. в СССР существовала специфическая *планово-директивная* (она же командная, или социалистическая) экономическая система. Её особенность состоит в том, что земля и капитал полностью находятся в собственности государства, а распределение ресурсов и произведённой продукции осуществляется по плану.

Как решаются главные вопросы экономики в этой системе?

Что производить? — решает не рынок, а государство.

Конечно, нельзя вульгарно-упрощённо представлять себе ситуацию, что люди, стоящие во главе государства, произвольно распоряжаются ресурсами. На самом деле в СССР был разработан хорошо отлаженный механизм, который регулировался Государственным плановым комитетом (Госпланом СССР). Этот механизм имел свои подразделения во всех республиках, областях и краях. И все они изучали, измеряли, взвешивали потребности, ближние и дальние ресурсы. И соответственно планировали, прогнозировали и обеспечивали строительство заводов, фабрик, трубопроводов, электростанций на всей территории страны.

Как производить? — решает не свободный рынок, не предпринимательство (его не было, поскольку частная собственность была отменена), а государство. При этом государство исходило из двух главных критериев — наличия ресурсов и изучения потребностей страны и общества. Решение принимало само государство.

Для кого производить? — также решает государство. При этом определяющими становятся потребности страны, государства, а не людей. Поэтому огромные ресурсы направлялись в сферу производства военной техники, тяжёлой промышленности, создания военно-промышленного производства. Отсюда — слабое развитие тех отраслей, которые обеспечивали производство товаров народного потребления, переработку сельскохозяйственной и животноводческой продукции, неразвитость инфраструктуры, традиционные для России проблемы жилищного строительства, автомобильных дорог. Таким образом, всё то, что нужно было человеку, решалось во вторую очередь.

Эта система в России официально была отменена 22 августа 1991 г. российским парламентом, который провозгласил, что Рос-

сийская Федерация отныне становится на путь формирования «демократического» капитализма со свободным рынком. Окончательно она рухнула вместе с официальным распадом СССР 8 декабря 1991 г.

НОВЫЕ СЛОВА

- экономическая система • традиционная • рыночная
- командно-директивная • смешанная экономика

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое экономическая система государства?
2. В чём заключаются недостатки планово-директивной экономической системы?
3. Разумна ли идея планирования экономики?

§ 4. Смешанная экономика

Любая современная экономика — это экономика смешанная. Её сущность заключается в том, что она сочетает, во-первых, разные по виду собственности предприятия, действующие в экономической системе (частные, государственные, коллективные, акционерные и т. д.), а во-вторых, рыночные и государственно-административные методы регулирования производственно-экономическими процессами. При этом государство не ограничивается ролью арбитра (поддержание правопорядка, установление прав собственности, защита конкуренции), а само является одним из активных участников экономических процессов.

При смешанной экономике действует хозяйственный механизм, в котором сосуществуют, взаимодействуют и влияют друг на друга конкурентно-рыночные регуляторы, работает система государственно-правового регулирования экономики, а государство выполняет роль производителя общественных благ и осуществляет перераспределение национального дохода в пользу малоимущих слоёв населения. Эти разнообразные формы собственности и методы воздействия на общеэкономические процессы и придают современной рыночной экономике смешанный характер. Единство и взаимозависимость двух принципов регулирования экономической жизни — рынка с частным интересом, с одной стороны, и социально-экономической деятельности госу-

дарства с общественным благом — с другой, образуют экономическую базу современных развитых стран.

Нет ни одного государства, в котором не имелась бы смешанная экономика. Исключением явился лишь уникальный российский опыт — краткая эпоха *военного коммунизма* со второй половины 1918 г. до середины 1921 г. Тогда все многочисленные виды и типы негосударственной собственности были ликвидированы в пользу единой народной собственности — тотальной, государственной, всенародной.

Смешанная экономика — это первое органическое и универсальное свойство любой национальной экономики, присущее государству со времён его формирования как государства. В любых государствах всегда существовали самые разные виды (формы, типы) собственности — частная, государственная, религиозная (даже в условиях античного Рима и Древнего Египта). Их многообразие постоянно возрастало, изменялись внутренние соотношения между типовыми формами. Так, в древние времена и в эпоху Средневековья преобладала крупная государственная собственность. Это было обусловлено прежде всего необходимостью обеспечить существование самого государства, ведущего непрерывные войны (захватнические или оборонительные). Задача создания протяжённых торговых коммуникаций и ирригационных систем (в восточных государствах) также требовала мощной государственной экономической базы развитых ремёсел, хорошо подготовленных работников, умеющих создавать новые орудия войны и инструменты труда (всё то, что мы привычно называем технологиями). В те времена это было по силам только государствам. Однако и тогда уже имели место крупные, средние и мелкие формы собственности: в ремёслах, в сфере землепользования, торговле и строительстве. Соотношение между ними, так же как и в современной экономической системе, определялось уровнем развития факторов производства.

В соответствии с теорией о появлении государства Платона и Аристотеля, развитой затем в конструкции «общественного договора» Монтескье, появление первого государства было вызвано естественной эволюцией родо-племенных отношений, в результате чего появилась естественная потребность в упорядочении примитивной хозяйственной деятельности. Отсюда и второе универсальное свойство государства — воздействие на экономические процессы в обществе.

По мере усложнения хозяйственной деятельности первая традиционная экономика становилась всё более обширной, громад-

кой и требовала усложнения и разнообразия инструментов воздействия на неё в целях регулирования. При этом уже первые государственные и полугосударственные образования использовали вполне современные подходы в регулировании — прямые и косвенные методы.

Прямые формы и методы регулирования. Государство всегда занималось непосредственной хозяйственной деятельностью, поскольку в его собственности находились ведущие факторы производства: земли, водоёмы, леса, строительная техника, орудия войны и труда (технологии), в том числе рабы (рабочая сила), военные корабли, общественные здания и торговые суда. Государство непосредственно осуществляло строительство городов, зданий и сооружений, протяжённых сухопутных коммуникаций и др. Например, в Древней Спарте существовала исключительно государственная собственность на рабов. Они сдавались в аренду свободным гражданам за определённую плату и на определённое время. При этом арендатор не имел права морить их голодом, наносить увечья и тем более убивать. Если такое происходило, он подвергался крупным штрафным санкциям.

Косвенные формы и методы регулирования. Как правило, уже в древних государствах были распространены довольно развитые системы косвенного регулирования: налоги, пошлины, установление размеров землевладений, ценовое регулирование, государственная помощь воинам (и их семьям), долевое распределение военных трофеев и пр. Эволюции и революции (социальные, естественно-научные, научно-технические, информационно-технологические) изменяли лишь набор инструментов регулирования, их формы и методы.

Структура и строение смешанной экономики. Любая современная система национальной экономики состоит из следующих составляющих:

- домашних хозяйств;
- частного предпринимательского сектора экономики, действующего в разных организационных формах;
- государственного сектора экономики;
- различных форм коопераций, коллективных предприятий и пр.

Поэтому можно сделать вывод, что смешанная экономика — это реальность, отражающая её объективную неоднородность. Кроме того, можно говорить о качестве, об уровне смешанности национальной экономики, т. е. оптимальности или неоптимальности соотношения указанных секторов национальной экономики.

ки. В одних странах (страны Латинской Америки, Африки) государственный сектор незначителен, в других (Швеция, Великобритания), наоборот, преобладает. В одних странах уровень государственного воздействия на экономические процессы очень высок, в других — менее выражен. Однако всё это не отменяет общей схемы строения современной экономической системы как смешанной экономики.

Смешанная экономика является результатом длительной эволюции государства и экономики, её трудно создать в короткий временной отрезок. Поэтому в переходных странах она существует в усечённых формах. Соотношение двух начал (частного и государственного) зависит не только от уровня развития факторов производства, конкретных исторических условий, национальных и культурных тенденций, но и от правильного представления о такой системе управления политическими силами общества. В каждой отдельной стране тип смешанной экономики определяется зрелостью её политических (прежде всего) и предпринимательских групп, степенью «открытости» экономики и конечно же уровнем и масштабами административного бюрократизма.

Соответственно при общей рыночной базе и социальной ориентированности смешанная экономика в разных странах имеет разную степень смешанности, свои особые черты и проявления, выражающиеся в разных масштабах и формах сочетания государственного и частного секторов. Прежде чем предстать в современных образах, смешанная экономика прошла через различные соотношения рыночного и государственного механизмов, на её становление воздействовали различные исторические, национальные, политические, семейные факторы, уровень и качество жизни народа и др.

Сегодня в экономике России сосуществуют и взаимодействуют отечественные и иностранные фирмы, мелкий, средний и крупный бизнес. Россия — страна с переходной экономической системой, причём если смена социалистической системы на капиталистическую состоялась полностью и процесс этот, можно сказать, завершён ещё в начале 90-х гг., то становление развитой капиталистической экономики — ещё дело будущего. Поэтому и формирование развитой смешанной экономики — это тоже задача будущего.

НОВЫЕ СЛОВА

- государственное регулирование экономики
- прямые и косвенные методы регулирования

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Как вы понимаете систему смешанной экономики?
2. Приведите примеры прямого регулирования государством экономики страны.
3. В чём состоит косвенное регулирование экономики?
4. Какие виды собственности существуют в смешанной экономической системе?

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Экономические системы государства соответствуют государственному строю. Историческая эволюция состояла в переходе от первобытно-общинного строя (традиционное общество) к рабовладельческому, феодальному и современному капиталистическому строю. В разных типах государств развивались их экономические системы. Особое место в истории XX в. занимает социалистическая экономическая система, в которой главные вопросы экономики («Что производить?», «Как производить?», «Для кого производить?») решало исключительно государство.
2. Современная экономическая система государства — это смешанная система. Она представляет собой сложный синтез частных и государственных экономических, финансовых, административно-правовых и прочих институтов, организаций и фирм, действующих на особой упорядоченной основе и имеющих общие цели в постоянном производстве материальных и иных благ и услуг.
3. Современная развитая смешанная экономика состоит из разных форм и видов частной, коллективной, личной, государственной собственности. Все они разными способами решают основные вопросы экономики.

ГЛАВА 3. СПРОС

- ✓ Что такое рынок и почему он необходим для экономики?
- ✓ Что такое спрос, каково его назначение? Связь спроса с ценами.
- ✓ Закон спроса, его содержание.
- ✓ Эластичность спроса. В чём сущность «блага Гиффена»?

§ 5. Понятие о рынке.

Спрос и его содержание

РЫНОК

Что такое рынок? Во-первых, это место купли-продажи товаров и услуг, заключения торговых сделок. Во-вторых, совокупность экономических отношений, проявляющаяся в сфере обмена товаров и услуг, в результате которых формируются *спрос, предложение и цена*.

Современный рынок сформировался как следствие разделения труда. По мере углубления и расширения мировых хозяйственных связей рынок постепенно утрачивал национальные и территориальные границы, превращаясь в мировой товарный рынок. Поэтому на современных национальных рынках развитых стран царят одинаковые порядки, действуют почти одинаковые цены на товары. Это обусловлено природой рынка, так как у любого рынка всегда две стороны — продавцы и покупатели. Покупатель формирует спрос, продавец (или производитель) формирует предложение.

Рыночная система состоит из множества локальных и отраслевых рынков разных форм и видов. Ближайшие от вашего дома продуктовые магазины, закусочные, автомастерские — это обычный рынок; товарная и фондовая биржи — это уже высоко-развитый рынок, на котором покупатели и продавцы акций и облигаций страны взаимодействуют друг с другом.

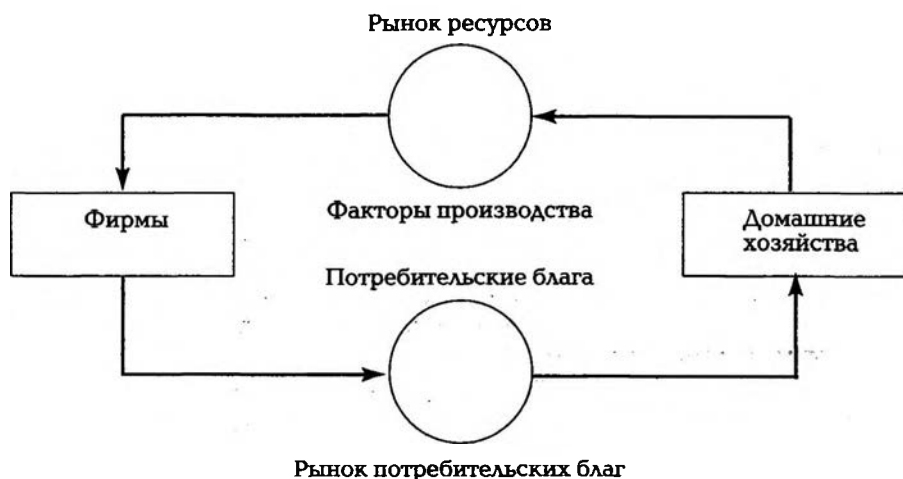


Рис. 5. Рыночный механизм

Мы уже отмечали, что производство товаров и услуг осуществляется для абстрактных целей — нет «производства ради производства». Оно всегда имеет свою конкретную направленность и существует для потребления. К потребителям относятся: домашние хозяйства (семьи); фирмы; правительство (в целях государственных нужд). Самая простая модель рыночного механизма представлена на рисунке 5.

Эту модель рыночного механизма принято называть *моделью кругооборота* факторов производства. При этом в ней не выделяется правительство как потребитель, поскольку все товары и услуги для этих целей поступают через фирмы.

Производители (продавцы) на рынке стараются продать свой продукт, чтобы удовлетворить интересы покупателя и получить выгоду в виде прибыли или дохода. Между разными производителями и продавцами сходных товаров неизбежно возникает конкуренция. Выгоду получит только тот, чей продукт будет больше соответствовать интересам покупателя по цене, качеству, внешнему виду и т. п.

Структура рынка чрезвычайно многообразна. По виду продаваемого товара выделяют следующие рынки:

- сырья, материалов, драгоценностей;
- средств производства, недвижимости;
- машин и оборудования;

- продовольственных товаров;
- различных услуг (рекламных, строительных, туристских и пр.);
- фрахтовый, кредитный, потребительских товаров, информационного и интеллектуального продукта;
- инноваций;
- капитала, валюты, ценных бумаг;
- труда, рабочих мест и рабочей силы.

По масштабам охвата территории различают мировой рынок, зональные, региональные рынки, государственные рынки, а применительно к каждой стране — внутренний и внешний рынки. По уровню конкуренции рынки делятся на высококонкурентные (свободные), монополистической конкуренции, олигополистические, монополистические (закрытые). Различают легальные (официальные) и нелегальные (теневые, черные) рынки. Рынки ценных бумаг делятся на первичные и вторичные: на первых происходит продажа, а на вторых — перепродажа ценных бумаг. На каждом товарном рынке складываются центры торговли (так называемые основные рынки), цены которых являются базисными при определении уровня цен на соответствующие товары.

Сущность рынка определяется его экономическими функциями. Во-первых, рынок информирует покупателя о состоянии товаров и услуг, например о ценах, качестве, видах товара, наличии или отсутствии (дефиците) того или иного товара, т. е. он информирует о спросе и предложении.

Во-вторых, рынок регулирует производство того или иного товара. Рынок чутко реагирует на существующий спрос, расширяет производство тех видов товарной классификации, которые пользуются спросом у покупателя, останавливает выпуск неходовых товаров. Изучение потребительского спроса позволяет постоянно повышать качество предлагаемых товаров.

В-третьих, именно рынок связывает производителей товаров и услуг, формирует объемное предложение в соответствии со спросом через ценообразование. Формирование механизма рыночных цен — важнейшая функция рынка.

В-четвертых, в развитых странах огромное внимание уделяется охране, развитию и углублению рыночной конкуренции, внимательно анализируются причины «пробуксовки» конкуренции, приводящей к серьезным проблемам (например, повышению цен).

В-пятых, все участники рынка должны показать (и проявить) свои преимущества — по качеству и, разумеется, цене. Когда-то Генри Форд заявлял: «Мы производим автомобили для любого человека, в любом месте и по любой цене, за исключением того, что он должен быть чёрного цвета». Автомобильный магнат в силу своего абсолютного монополизма (других автомобильных корпораций тогда на рынке не было, или они были маломощны и не могли составить конкуренцию) навязывал покупателям чёрный цвет своих автомобилей (из-за собственного каприза). Эти времена остались позади. Теперь у покупателя при покупке машины широкий выбор моделей, марок и цвета. *Широкий выбор* — вот что привлекает покупателя, помимо цены и качества изделия или услуги. Этот выбор предоставляет покупателю свободный рынок. Ситуация, при которой именно потребитель влияет через спрос на ассортимент, качество и количество произведённых товаров и услуг, называется *суверенитетом потребителя*.

СПРОС

Рынок, как мы определили, в своей основе состоит из механизма взаимодействия двух явлений (факторов) — спроса и предложения. Спрос — это выявившееся желание определённой группы покупателей (покупателя) приобрести то или иное количество товара или услуг.

Спрос можно разделить на индивидуальный (личный) и рыночный. *Индивидуальный спрос* — это частная, отдельная потребность конкретного покупателя на тот или иной продукт, выраженная в деньгах. *Рыночный спрос* — это общий суммарный спрос покупателей. С точки зрения действия законов спроса и предложения экономисты анализируют рыночный спрос. Закон спроса проявляет своё действие прежде всего через колебание цен. Чем ниже цена на товар (услугу), тем большее количество продукта покупает потребитель, тем больше спрос. Это означает, что увеличивается число покупателей, которые оказываются в состоянии приобрести данный товар (услугу). Или один и тот же покупатель может приобрести больше продукта за счёт меньшей цены на него. Увеличение цены на товар приводит к противоположному результату: действует угнетающе на производство, сужает возможности выбора покупателя.

Величина спроса определяющим образом зависит от цены товара. Поэтому спрос — это обеспеченная деньгами потребность покупателя. Она связана и с ценой, и со временем. Не всякая це-

на может устроить покупателя. Так же как и время. Часто товар или услуга (например, туристическая путёвка) бывают нужны в строго определённое время не только из-за фактора времени года, но и в силу того, что работающий человек имеет возможность получить отпуск один раз в год, причём в определённый месяц. Всё это требует учёта и планирования на товарных рынках.

Величина спроса находится в обратной зависимости от цены — чем выше цена товара, тем меньше его готов приобрести покупатель, и наоборот — чем ниже цена, тем больше готовность его приобретать. Именно эту зависимость (соотношение) и называют законом спроса, который впервые сформулировал французский математик и экономист Антуан Огюстен Курно в работе «Исследование математических принципов теории богатства».

Экономисты выявили три принципа закона спроса.

Первый — эффект нового покупателя, связанный с ценой. Понижение цены на товар или установление первоначально низкой цены увеличивает число покупателей. Это, в свою очередь, увеличивает спрос. У товаропроизводителей появляется возможность расширить предложение (увеличить производство, т. е. масштаб производства).

Второй — так называемый эффект замещения. Например, покупатель не решается купить кашемировый шарф стоимостью 1000 р., считая, что для него это дорого. Продавец показывает ему другие, не менее красивые, но шерстяные шарфы стоимостью 600 р. Удовлетворённый клиент покупает два таких шарфа, заплатив 1200 р. Такие эффекты замещения — обычное явление на современном рынке товаров.

По Курно, закон спроса рассчитывается по следующей формуле:

$$D = f(P),$$

где D — спрос;

f — функция;

P — цена.

Третий принцип принято называть эффектом дохода. Например, вы стеснены в денежных средствах, а приближается Новый год и вам надо купить два, три или четыре небольших подарка. Не торопитесь приобрести всё в первом же магазине. Зайдите в один, второй, третий магазин, присмотритесь — наверняка найдёте всё, что вам нужно, в пределах той суммы, на которую рассчитываете. Продавцы часто используют эффект дохода на распродажах, предлагая, например, вторую вещь за полцены, если первую вы купили за полную (довольно высокую) стоимость.

НОВЫЕ СЛОВА

- рынок • конкуренция • функции рынка • суверенитет потребителя
- спрос • закон спроса • величина спроса
- эффект нового покупателя • эффект замещения
- эффект дохода

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое рынок? Каковы его основные функции?
2. В чём выражается суверенитет потребителя?
3. Сформулируйте закон спроса.
4. Что может послужить причиной увеличения спроса на солнцезащитные очки:
 - увеличение цены на бейсболки;
 - снижение цены на кроссовки;
 - приближение сезона летних отпусков;
 - подорожание тарифов на проезд в общественном транспорте?
5. Реклама предлагает потребителю новый мобильный телефон с хорошим встроенным фотоаппаратом и видеокамерой. Как вы думаете, какой из эффектов закона спроса сработает в случае, если вы приобретёте данный телефон?

§ 6. Величина спроса

Величина спроса — это показатель, который интересует не только фирмы, производящие товары и услуги, но и государство и общество. Поэтому многие научные организации постоянно «держат под контролем» спрос, его динамику, движение цен. Цены же определяются общим уровнем спроса. **Величина спроса** — это количество товаров или услуг, которое лицо или группа лиц хотели бы приобрести по существующим ценам. Общий объём спроса во всей экономике (всех потребителей) называется **совокупным спросом**. Совокупный спрос, обеспеченный фактически-ми платежами, называется **эффективным спросом**. Результаты этого подсчёта обычно представляют в виде таблиц или графиков (в форме кривой).

КРИВАЯ ЗАВИСИМОСТИ СПРОСА ОТ ЦЕНЫ

Обычно кривая спроса строится как зависимость величины спроса от цены товара. Как правило, такая кривая имеет наклон вниз слева направо (рис. 6).

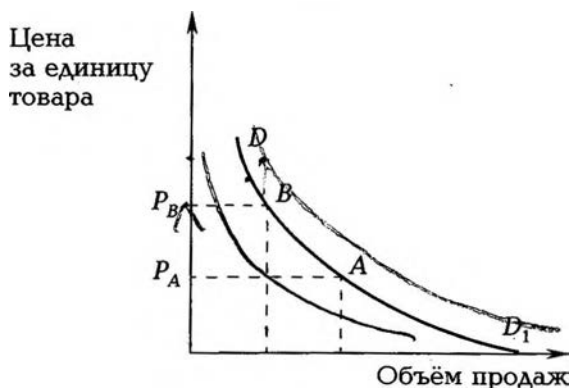


Рис. 6. Кривая спроса

Кривую спроса принято обозначать DD_1 (от англ. demand — спрос, потребность).

- Кривая спроса — это кривая, точки которой показывают, по каким ценам (P) в течение определённого промежутка времени покупатели могли бы приобрести различное количество товара.

При этом снижение объёма продаж данного товара или услуги происходит не только из-за роста цены, но и вследствие насыщения потребительского спроса. Иначе говоря, каждая последующая покупка одного и того же товара или услуги приносит покупателю сравнительно меньшую пользу, выгоду, удовлетворение. Таким образом, закон спроса связан с **действием закона убывающей предельной полезности** экономических благ. Продажа каждой дополнительной единицы товара становится возможной лишь при снижающейся цене.

Каждый человек может измерить полезность блага в деньгах. Но при этом надо иметь в виду, что и сами деньги, подобно другим товарам, для каждого покупателя обладают различной полезностью (для богатых — одно измерение, для бедных — другое), и предельная полезность денег тоже меняется, например, в результате роста цен, инфляции, изменения цен на торгуемые товары на мировых рынках, в частности на нефть, кризисы и пр.

Зависимости между спросом и ценами на взаимосвязанные товары. На положение кривой спроса оказывает влияние и изменение цены на взаимосвязанные товары. В частности, существуют два типа взаимосвязанных товаров: товары-заменители и дополняющие товары. Их можно различать по тому, как изменение цены одного товара «смещает» спрос на взаимосвязанный товар.

существует
→ взаимозаменяемость

Известен пример, когда в России в 1980-х гг. возросла цена на свёклу, а на капусту осталась без изменения. В результате большинство покупателей стали употреблять салаты из свежей капусты. В этом примере свёкла и свежая капуста выступают товарищами-заменителями, или субститутами. Если же спрос на те или иные товары изменяется одновременно, то речь идёт о взаимодополняющих товарах. Например, если снижается цена на коньки, лыжи, спортивные санки, то, скорее всего, повысится спрос на спортивную зимнюю одежду.

Экономисты в качестве классического примера дополняющих товаров приводят обычно автомобили и бензин. Рост цены на бензин снижает спрос на автомобили. И наоборот, падение цены на бензин увеличивает спрос на автомобили или увеличивает спрос на автомобили с меньшим объёмом двигателя (как это происходит во многих странах в наше время) и автомобили с «гибридным» двигателем (электричества с бензином).

Изменения в ожидании будущих цен также играют важную роль в определении положения кривой спроса. Если ожидается увеличение цен на жильё, то можно полагать, при прочих равных условиях, что кривая спроса сместится вправо. Если ожидается уменьшение стоимости жилья, кривая спроса сместится влево. Но и здесь такое правило перестаёт действовать при определённых условиях, например в условиях крупных спадов и экономических кризисов. Тогда даже в условиях снижения цен на жильё кривая не сдвигается в направлении позитивной динамики (влево).

«БЛАГО ГИФФЕНА». ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

Если цена на один из товаров повышается, то поведение покупателей изменяется в товарном пространстве, т. е. начинается поиск других товаров. Если она снижается, происходит быстрое исчезновение товара, так как он быстро раскупается. Возникает новое положение равновесия на товарном рынке.

► «Благо Гиффена» — это товар, величина спроса на который имеет тенденцию к падению по мере падения цены, что противоречит закону спроса. Британский экономист Роберт Гиффен (1837—1910) проанализировал, что бедные покупают больше хлеба при росте цен на него. Такая ситуация часто возникала в СССР в 70—80-х гг. прошлого столетия и тоже была связана с хлебом. Люди, особенно в сельской местности, покупали хлеб, чтобы кормить скот, так как хлеб был дешёвый, а корма дорогие. Чем можно было заменить хлеб, который использовался в качестве корма для скота? Наверное, кормовым зерном. Но его не было. Поэтому и прояви-

лась отрицательная величина эффекта замещения, о которой мы говорим.

Эластичность спроса — это степень близости товарных групп по их возможному замещению. Этот термин обычно используется применительно к эластичности спроса по цене товара. Но нужно понимать, о какой эластичности спроса идёт речь. Например, если речь идёт об эластичности замещения ресурсов (металл замещается пластиком), на первый план выходят цены на эти ресурсы. В общем виде это отношение можно выразить следующим образом:

$$e_s = \frac{\text{процентное изменение } K/L}{\text{процентное изменение } P_1/P_k},$$

где e_s — эластичность замещения;

K/L — оптимальное соотношение «капитал—труд»;

P_1/P_k — цены труда и капитала.

Если эластичность замещения (e_s) равна нулю (т. е. не даёт видимого эффекта), то факторы производства всегда используются в постоянном соотношении с точки зрения технических параметров. Если эластичность замещения больше нуля (т. е. даёт выгоду), значит, отношение «капитал—труд» существенно реагирует на изменения относительных цен на ресурсы.

Эластичность спроса по цене рассчитывается по формуле:

$$E = \frac{q_2 - q_1}{q_1} : \frac{p_2 - p_1}{p_1},$$

где E — эластичность спроса;

p_1 — прежняя цена;

p_2 — новая цена;

q_1 — величина спроса при прежней цене;

q_2 — величина спроса при новой цене.

Если показатель эластичности незначителен, то результат называется *точечной эластичностью спроса*, если велик, то полученный результат называется *дуговой эластичностью спроса*. Следует обратить внимание на то, что если закон спроса реально действует, то падение цены вызовет рост спроса и, следовательно, величина спроса будет отрицательной, а показатель цены положительным. Соответственно оцениваемая эластичность будет иметь знак «минус».

Если величина спроса меняется быстрее, можно утверждать, что спрос на данный товар эластичен. Если же показатель элас-

тичности меньше единицы или величина спроса меняется медленнее, чем цена, значит, спрос на товар неэластичен. Важно помнить, что при разной исходной цене на один и тот же товар (в разных точках кривой спроса) показатель эластичности спроса чаще всего бывает разным.

К товарам с эластичным спросом обычно относятся:

- предметы роскоши (шампанское, драгоценности, деликатесы);
- товары, стоимость которых ощутима для семейного бюджета (мебель, бытовая техника);
- легкозаменяемые товары (отдельные виды мяса, фруктов).

К товарам с неэластичным спросом относятся:

- предметы первой необходимости (лекарства, обувь, электричество, телефон);
- товары, стоимость которых незначительна для семейного бюджета (карандаши, зубные щетки);
- труднозаменяемые товары (электрические лампочки, бензин для автомобиля, билеты на концерт).

С эластичностью спроса сталкивается каждая фирма, которая собирается изменить цену на свой продукт. Если спрос неэластичен, то повышение цены не отразится на общей выручке. При эластичном спросе небольшое увеличение цены может резко уменьшить спрос на товар, и предприниматель понесёт убытки.

НОВЫЕ СЛОВА

- кривая спроса • эластичность спроса • товары-заменители
- дополняющие товары • «благо Гиффена»

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что отображает кривая спроса?
2. Как вы понимаете эластичность спроса?
3. Выберите товары, которые могут быть заменителями:
 - шапка и шарф;
 - яйца и куриное мясо;
 - перчатки и варежки;
 - лыжи и лыжные палки.
4. Что произойдёт со спросом на принтеры, если упадет цена на картриджи?
5. Что такое «благо Гиффена»?
6. Выберите товары с эластичным спросом: яблоки, соль, мебельный гарнитур, бензин, тетрадь, золотой браслет, лекарство, свинина. Свой ответ обоснуйте.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Рынок — это совокупность конкретных экономических отношений и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег. Он отражает экономические интересы субъектов рыночных отношений, действующих на рынке, и обеспечивает обмен продуктами труда.
2. Суть рыночных отношений сводится к возмещению затрат продавцов и получению ими прибыли, а также удовлетворению платёжеспособного спроса покупателей. Материальную основу этих отношений составляет движение товаров и услуг в денежной форме. Рынок — это самый сложный механизм, соединяющий движение товаров и услуг, человеческого труда и денежных ресурсов. Он выполняет важные функции, объединяя ресурсы для производства, распределения, обмена и потребления. Рынки многообразны, но все они составляют единый национальный рынок. Спрос и предложение — центральные элементы рынка, они взаимосвязаны и взаимообусловлены.
3. Спрос — величина переменная. При этом следует различать изменение величины спроса, или объёма спроса, и изменение характера спроса. Величина спроса тесно связана с ценой данного товара. Характер спроса меняется в тех случаях, когда изменяются общие факторы, имевшие ранее постоянные величины (мода, новые потребности, новые товары и т. д.).
4. Механизм рынка позволяет удовлетворять только те потребности, которые выражены через спрос. Помимо них в обществе всегда есть такие потребности, которые нельзя измерить деньгами и превратить в спрос. К ним, прежде всего, относятся блага и услуги коллективного пользования, особенно такие, в потреблении которых участвуют все граждане без исключения (охрана общественного порядка, национальная оборона, государственное управление, единая энергетическая система, национальная сеть коммуникаций и т. д.). Эти блага в мировой экономической науке называются общественными товарами или общими благами.
5. В экономически развитых странах большинство потребностей удовлетворяется через спрос при следующих условиях:
 - большинство товаров и услуг не бесплатны;
 - у любого товара есть заменители (субституты);
 - неизбежный выбор между субститутами требует сопоставления дополнительных затрат и дополнительных выгод.
6. Спрос очень подвижен, изменчив, на его величину и динамику влияют многочисленные формы экономического, социального и технологического характера. Спрос на товар возрастает, например, в результате использования рекламы, изменений моды, вкусов, предпочтений, требований окружающей среды, доступности товаров, величины доходов, полезности вещи, цены на взаимозаменяемые товары, количества населения, а также ожиданий будущих цен и т. д.

ГЛАВА 4. ПРЕДЛОЖЕНИЕ

- ✓ Рыночное предложение и его объём (величина): понятие, содержание.
- ✓ Что показывает кривая предложения?
- ✓ Закон предложения.
- ✓ Равновесие на рынке.

§ 7. Объём предложения

Как мы уже говорили, на рынке всегда присутствуют две стороны — продавец и покупатель. Покупатель товаров и услуг формирует спрос, продавец товаров (производитель) формирует предложение. Предложение — это количество (или величина) товара, которое производитель (продавец) товара готов продать покупателю в конкретном месте, в конкретное время и по установленной цене.

Объём (величина) предложения — это количество (величина) предлагаемого продавцом товара. Объём непосредственно связан с ценой на единицу товара. Если цена оказывается сравнительно низкой, то продавцы неохотно выбрасывают товар на рынок, если высокая, наоборот, предлагают рынку больше товаров.

Предложение во многом определяется издержками производства — производственными затратами, которые в значительной степени влияют на предложение.

Производитель товара при полной «свободе рук», когда на него не оказывается экономическое давление, стремится получить максимально высокую прибыль. Прибыль — это разница между полученной выручкой от реализации произведённой им продукции и затратами на её производство. Поэтому при производстве товара для предложения на рынке фирма-производитель выбирает такой его объём, который обеспечит ему наибольшую прибыль.

При этом на первый взгляд может показаться, что простое наращивание объёмов производства приведёт к увеличению выручки (валового дохода фирмы). Однако это далеко не так — каждая фирма имеет пределы своего роста. Чрезмерное увеличение объёмов производства товара приводит к росту издержек производства. Увеличиваются транспортные расходы, расходы на управление, хранение, реализацию продукции и т. д. Кроме того, на объём предложения оказывают влияние цена ресурсов, цена на взаимозаменяемые и взаимодополняющие товары, уровень технологий и т. д. В результате на рынке складывается определённое соотношение между ценами и количеством товаров, которые производители предлагают покупателям. Эту зависимость можно изобразить графически (рис. 7). Её называют кривой предложения.

Пример. При цене 5 долл. за единицу товара предложение товара составит 18 изделий, при цене 4 долл. — 16 изделий, при цене 2 долл. — 7 изделий, а при цене 1 долл. — ни одного изделия.

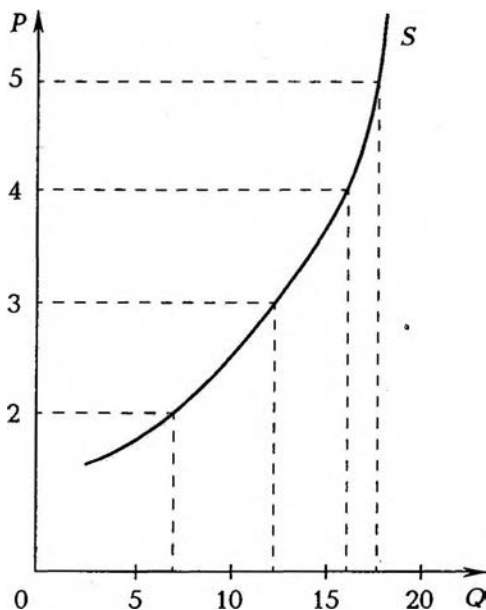


Рис. 7. Кривая предложения:

Q — ось абсцисс для обозначения товара; P — ось ординат, обозначает движение цены; S — предложение

Кривая предложения — это кривая, показывающая, какое количество продукции готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени. Она позволяет «измерить» количество необходимого товара на каждый временной период, в соответствии с ценами, обеспечивающими прибыль.

Закон предложения. Кривая предложения показывает зависимость между рыночными ценами и количеством продукции, которую продавцы (производители) выпустили (или готовы выпустить) и продать на рынке. Эту зависимость, которую назвали законом изменения предложения, Антуан Огюстен Курно представил в виде формулы:

$$S = f(P),$$

где S — предложение;
 P — цена;
 f — функция.

Суть закона изменения предложения состоит в том, что объем предложения товара увеличивается при росте цены и уменьшается при её снижении.

На кривую предложения в значительной степени влияет технический прогресс. Он позволяет снижать издержки производства и изменять предложение товара. Форма кривой предложения товара во многом обусловлена технологией его производства, доступностью ресурсов, используемых при изготовлении данного товара. Если мобильность производства и используемых в нём ресурсов высока, то кривая предложения имеет более пологий вид, т. е. незначительное изменение цен означает существенное увеличение предложения товара. Когда же увеличение производства требует больших затрат ресурсов и труда, кривая предложения более круглая. Предложение является функцией всех факторов, определяющих его изменение:

$$S = f(P, P_2, K, T, N, B),$$

где P — цена;
 P_2 — цены ресурсов;
 K — характер применяемой технологии;
 T — налоги и субсидии;
 N — количество продавцов;
 B — прочие факторы.

Таблица 1

ШКАЛА ПРЕДЛОЖЕНИЯ (НА УСЛОВНЫЙ ТОВАР)

Цена за товарную единицу, д. е.	Величина предложения за неделю, м. е.	Точка на графике
1	20	P_1
2	40	P_2
3	55	P_3
4	68	P_4
5	80	P_5

Таким образом, функция предложения определяет предложение в зависимости от влияющих на него различных факторов.

Шкала предложения. Указанная прямая зависимость предложения от цены товара может быть представлена в виде таблицы 1.

Шкала предложения показывает, какое количество товара будет направлено на рынок для продажи при разных уровнях цен. Очевидно, что наименьшая величина предложения окажется в точке P_1 при самой низкой цене на товар, а максимальная — в точке P_5 , когда цена товара самая высокая. При этом цена за единицу товара в точке P_1 самая низкая, а в точке P_5 самая высокая.

► **Рыночное предложение** — это стремление продавца продать имеющийся у него определённый товар по определённой цене. На этой основе и действует закон предложения, в соответствии с которым чем выше цена товара, тем больше этого товара поступает на рынок. Зависимость объёма предложения от цены товара в данном случае прямая, в отличие от закона спроса, где она обратная. Конечно, когда на товар цены высокие, производитель стремится произвести его как можно больше при неизменных затратах. Последний фактор очень важен, поскольку расширение производства часто приводит к увеличению затрат, а это требует повышения цены. В результате покупатель начнёт покупать аналогичные товары, но более дешёвые. Всё это приходится учитывать производителю товара.

НОВЫЕ СЛОВА

- рыночное предложение • закон предложения • кривая предложения
- издержки производства • выручка

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. От чего зависит величина предложения?
2. В чём суть закона предложения?
3. Какие факторы ограничивают рост предложения на рынке?
4. В чём заключается основное противоречие между спросом и предложением?
5. Почему зависимость предложения от цены отображается кривой, а не прямой линией? Что ещё, кроме цены, влияет на предложение?

§ 8. Равновесная цена. Эластичность предложения

Равновесие между спросом и предложением на рынке — самый сложный вопрос экономического развития в целом. Как и каким образом осуществить производство необходимых товаров и услуг в нужном объёме и по подходящей цене, которые можно реализовать в соответствии со спросом? При этом интересы продавца и покупателя противоположны. Продавец заинтересован продать свой продукт как можно дороже, а покупатель — купить этот же товар по минимальной цене. Эти два интереса встречаются и решаются через разумный компромисс. Обе стороны в выигрыше, поскольку достигается рыночное равновесие: производится ровно столько товара, сколько нужно при данной цене.

Если равновесие нарушается, допустим, вбрасывается большое количество товара, который трудно реализовать, — производитель гибнет (банкротится) вследствие того, что товар резко дешевеет и не даёт прибыли. Затем, по мере удовлетворения потребностей покупателей, товар вообще не продаётся, даже по самой низкой цене.

► **Равновесная цена.** Равновесие — это ситуация на рынке, при которой предложение и спрос совпадают при приемлемой для потребителя и производителя цене. Равновесная цена показывает, что произведено ровно столько товаров, сколько требуется покупателям. В результате складывается равновесие, которое является выражением максимальной эффективности всей экономики, поскольку в состоянии равновесия рынок приобретает пре-



Теорию равновесной цены впервые разработал американский математик и экономист Альфред Маршалл, который определил, что в условиях конкуренции на рынке устанавливается цена, уравнивающая объёмы спроса и предложения.

Альфред Маршалл
(1842—1924)

дельную сбалансированность (оптимальное соотношение между составными частями).

Равновесие на рынке и равновесную цену можно представить графически (рис. 8).

Рисунок отражает одновременное поведение спроса и предложения отдельного товара и показывает, в какой точке (E) пересекутся две линии. В этой точке достигается равновесие. Координатами точки E являются равновесная цена P_e и равновесный объём Q_e . Точка E характеризует равенство $Q_e = Q_s = Q_d$, где Q_s — объём предложения, а Q_d — объём спроса.

Вполне определённо можно сказать, что равновесная цена — это цена, уравнивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил.

Если реальная рыночная цена (P_1) будет больше равновесной, то объём спроса при такой цене меньше объёма предложения.



Рис. 8. Равновесие на рынке: P — цена; Q — объём; S — предложение; D — спрос; P_1 — минимальная цена; P_2 — максимальная цена; Q_1, Q_2, Q_3, Q_4 — объём предложения

В этом случае производители предпочтут снизить цену, чем продолжать выпуск в объёме, существенно превышающем объём спроса. Избыток предложения будет оказывать понижающее давление на цену.

Если реальная цена на рынке будет ниже равновесной, то объём спроса окажется больше объёма предложения, соответственно товар станет дефицитным. Отдельные покупатели предпочтут заплатить более высокую цену за товар. В результате избыток спроса будет оказывать сильное влияние на цену, и она быстро устремится вверх. Этот процесс будет продолжаться до тех пор, пока цены не установятся на равновесном уровне, при котором объёмы спроса и предложения будут равны. При этом следует отметить, что сам механизм равновесия на рынке — это процесс его приближения к совершенству, которое, однако, на практике никогда не достигается.

Эластичность предложения выступает показателем изменения предложения в соответствии с изменением цены на товар. Если объём (количество) предлагаемого товара остаётся неизменным для перепродажи по любой цене, мы имеем дело с *неэластичным* товаром. И наоборот, когда даже незначительное изменение цены на товар вызывает интенсивное сокращение предложения вплоть до его исчезновения, речь идёт об *эластичном* товаре (предложении). Различают пять вариантов эластичности предложения:

- полностью эластичное предложение;
- относительно эластичное предложение;
- эластичность, равная единице;
- относительно неэластичное предложение;
- жёсткое предложение (абсолютно лишённое эластичности).

Эластичность в современных условиях связана с быстрым внедрением новых технологий, которые способствуют появлению множества товаров-аналогов, товаров-заменителей и т. д. Свою роль играет и усиление ограниченности ресурсов, приемлемых при производстве того или иного товара. Всё это сказывается на общей тенденции снижения значения эластичности предложения.

НОВЫЕ СЛОВА

- равновесная цена • банкротство • эластичность предложения
- жёсткое предложение

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Как достигается равновесие на рынке?
2. Возможно ли достижение равновесной цены при отсутствии конкуренции?
3. Вставьте правильное слово в выражение: «Если предложение остаётся неизменным при снижении цены на товар, то такое предложение является (эластичным, неэластичным)».
4. Если на аукционе за картину никто не предложил цену выше стартовой, картину снимают с торгов. Как бы вы охарактеризовали данную ситуацию с точки зрения экономической науки: полностью эластичное предложение; эластичность, равная единице; относительно неэластичное предложение; жёсткое предложение?
5. Приведите пример того, как фактор времени может повлиять на предложение.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

1. Предложение — это масса товаров и услуг, предлагаемых для реализации на рынок. Оно представляет собой продукт, который находится на рынке или может быть доставлен на него. Предложению присущи определённые свойства: способность к обмену и способность удовлетворять те или иные конкретные потребности. Предложение зависит от объёма производства и его структуры. Оно не всегда соответствует национальному производству, отклоняясь от последнего в ту или иную сторону за счёт поступления товаров из других стран, экспорта и др.
2. Если кривая предложения показывает зависимость между рыночными ценами и количеством продукции, которую производитель продаёт на рынке, то закон изменения предложения иллюстрирует, что объём предложения товара возрастает при росте цены и уменьшается при её снижении.
3. На предложение влияют несколько факторов: число продавцов на рынке, различия в технологических методах изготовления одноимённых товаров (более технологичные изделия пользуются предпочтением потребителей) и, разумеется, цены на продаваемые продукты, а также товары-заменители и другие виды изделий. На рынке обычно возникает возможность реализации разного количества предлагаемого вида изделий по разным ценам.
4. Цена играет определяющую роль в формировании предложения, его объёмов на рынке. Воздействие цены на предложение (в отличие от спроса) является прямым, а не обратным. Закон предложения состоит в том, что с повышением цен (при прочих равных условиях) растёт и величина предложения. И наоборот, падение цен на рынке сокращает товарное предложение.
5. Равновесная цена — это такая цена, при которой объёмы спроса и предложения совпадают. На практике рыночные цены, как правило, колеблются вокруг равновесной цены.
6. Формы эластичности, изменения цен на другие товары, рост числа фирм, производящих аналогичные товары, влияют на предложение и могут деформировать действовавшие ранее равновесные (приближённые к ним) цены или даже привести к исчезновению данного товара.

ГЛАВА 5. ЦЕНА И СТОИМОСТЬ. АЛЬТЕРНАТИВНАЯ СТОИМОСТЬ

- ✓ Что такое цена? Каковы функции цены?
- ✓ Что такое стоимость товара?
- ✓ Понятие альтернативной стоимости.

§ 9. Цена товара. Функции цен

Цена — это денежное выражение стоимости товаров и услуг. Цена является рыночным явлением и находится под воздействием основных рыночных законов: спроса и предложения, конкуренции и др. На цену влияют четыре основных фактора.

Первый. Если спрос превышает предложение, цена растёт, и наоборот, если предложение превышает спрос, цена снижается. При возникновении равновесия между объёмом спроса и объёмом предложения устанавливается равновесная цена.

Второй. Конкуренция между продавцами ведёт к снижению цены и её стабилизации на определённом уровне; конкуренция между покупателями вызывает повышение цены.

Третий. Монополизация способствует установлению завышенных цен на продаваемые фирмами-монополистами товары и заниженных цен на покупаемые ими товары.

Четвёртый. В условиях товарного дефицита цены растут.

Функции цен. Роль и значение цены в экономике определяются её функциями: информационной, стимулирующей, ориентирующей и распределительной.

Прежде всего, цена информирует покупателя о предложении товара, его величине и о том, сколько продавец хочет получить за свой товар. Такая информация влияет на состояние рынка и формирует позицию покупателя, определяя величину его спроса.

Стимулирующее значение цены заключается в её способности поощрять тех предпринимателей, которые рационально используют свои производственные возможности для получения лучших конечных результатов, применяют передовую технику и технологию. Цена ориентирует продавца и покупателя в выборе, обеспечивающем их интерес.

Цена способствует перераспределению капиталов, направляя их в наиболее эффективные и прибыльные отрасли. Владелец денежных ресурсов оценивает состояние рынка и внимательно следит за тем, что продаётся, по какой цене и какой товар выгодно производить. Соответственно он выбирает ту или иную товарную отрасль, куда и направляет денежные ресурсы (инвестиционный капитал).

Цена отражает эффективность предпринимательской деятельности. В ней фокусируются, выражаются, сталкиваются и согласовываются материальные интересы продавца и покупателя. Ими выступают отдельные граждане, предприниматели, государственные и коммерческие компании, отрасли и производства, регионы и разные страны.

Формирование цены — сложный процесс, на который воздействует множество объективных и субъективных факторов. Существует низший предел, ниже которого продавец не может опустить цену и продать товар, поскольку полученный от продажи товара доход не компенсирует вложенные в его производство средства и продавец несёт убытки. В то же время существует верхний предел, обусловленный платёжеспособностью покупателя и его возможностью и готовностью купить товар. Если цена превысит верхний предел, покупатель из-за ограниченности средств не сумеет приобрести данный товар.

Соответственно цена имеет ограничения: низшую и верхнюю границы и может изменяться в пределах этих границ под воздействием субъективных и рыночных факторов: соотношения спроса и предложения, возможности выбора альтернативных товаров и др.

Две концепции цены. Первую концепцию цены определили англичанин Давид Рикардо и немец Карл Маркс. Это классическая теория цены в рамках трудовой теории стоимости. Она анализируется с позиций производства с учётом общественно необходимых затрат и времени.



Давид Рикардо — английский экономист, классик политической экономии, выявил закономерную в условиях свободной конкуренции тенденцию нормы прибыли к понижению, был приверженцем трудовой теории стоимости.

Давид Рикардо
(1772—1883)

Вторая концепция — неоклассическая. Она получила своё целостное изложение в трудах американского экономиста Альфреда Маршалла. Согласно его теории, нормальная цена предложения определяется делением совокупных затрат производства на количество товара — это средние затраты. Совокупные затраты на производство получаются путём умножения предельных затрат на число единиц товара или путём сложения всех фактических затрат производства и добавления всех иных преимуществ.

Нижней границей цены товара являются предельные издержки производства. Цена должна быть достаточной, чтобы возместить предельные издержки. С точки зрения современного производства можно сказать, что цена зависит не столько от предельных издержек, сколько от совокупных затрат труда и капитала соответственно.

Согласно трудовой теории стоимости цена — это денежное выражение овеществлённого (содержащегося) в товаре общественно необходимого труда товаропроизводителя, т. е. в основе формирования цены лежат связанные с выпуском товара производственные затраты (издержки производства).

Разные уровни цен и их движения обусловлены действием закона стоимости.

В противовес трудовой теории стоимости, неоклассики утверждают иные принципы.

1. У каждого покупателя-потребителя имеется своя шкала ценностей, поэтому один и тот же товар (одно и то же благо) имеет разную ценность, т. е. каждый покупатель оценивает одно и то же благо с учётом своих потребностей, поэтому цена одного и того же блага будет разной.

2. По мере удовлетворения потребности ценность блага уменьшается.

3. Чем реже данное благо, тем выше его ценность.

4. Блага, имеющиеся в изобилии, никакой ценности не имеют.

5. Затраты труда не связаны непосредственно с величиной ценности.

Таким образом, решающую роль в установлении цены классики отводят предложению товаропроизводителей, которые исходят из учёта труда, затраченного на создание товара. А основатели теории предельной полезности определяющее значение отводят спросу потребителей.

Создать целостное учение о цене, объединив обе концепции, попытались сторонники кембриджской экономической школы, ярким представителем которой был Альфред Маршалл. Маршалл считал, что цена формируется под воздействием как предложения, так и спроса. По его мнению, бесполезно спорить, какое лезвие ножниц разрезает кусок бумаги — верхнее или нижнее. На практике в зависимости от форм товарно-денежного обращения и видов реализуемых товаров различают несколько видов цен, взаимосвязанных между собой и образующих единую систему (ценовой механизм).

НОВЫЕ СЛОВА

- функции цен • концепции формирования цен
- средние затраты • совокупные затраты • производственные затраты

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое цена? Какие факторы влияют на ценообразование?
2. Какие функции в экономике выполняет цена?
3. В чём суть классической концепции цены?
4. Как трактуют формирование цены неоклассики?
5. Подготовьте небольшие доклады о Д. Рикардо, К. Марксе, А. Маршалле.

§ 10. Ценовой механизм. Стоимость товара

Понятие «ценовой механизм» отражает большую дифференциацию цен в системе современного рынка, где разные цены действуют как «автоматические сигналы», координирующие деятельность руководителей фирмы, принимающих решения. Эффективность ценового механизма, однако, обусловлена степенью «зрелости» рынка, т. е. свободным действием законов спроса и

предложения, когда рынок насыщен товарами и услугами. При этом рынки развитых стран перенасыщены товарами и услугами, поэтому конкуренция на них самая жёсткая.

Различают мировые и внутренние цены, базисные и контрактные цены, оптовые и розничные. *Базисная цена* устанавливается в результате торгов на торговых биржах и служит основой контрактных и оптовых цен. *Контрактная цена* устанавливается в результате переговоров между покупателем и производителем на продукцию, которая будет произведена и поставлена в назначенный срок согласно подписанному договору (контракту). Как правило, контрактные цены применяются при закупках крупных партий товаров и средств производства. *Оптовые цены* устанавливаются при открытых торгах на крупные партии отпускаемого товара. *Розничные цены* — это цены рынка, которые устанавливаются под влиянием мотивов покупателей, продажной цены и качества изделия. *Мировые цены* — это цены на определённый вид продукта, который формируется на узкую товарную группу (например, на нефть).

В пределах нижней и верхней границ на величину цены (помимо прочих) воздействуют два важнейших субъективных фактора: цена продавца и цена покупателя. *Цена продавца* отражает уровень, ниже которого он не может продать товар без ущерба для себя. Вместе с тем продавец стремится установить максимальную величину цены на данный товар. Этому могут способствовать уникальность и редкость товара, престижность товара, поскольку обладание им обеспечивает особый общественный статус, монопольное положение продавца и отсутствие конкуренции со стороны других товаровладельцев, товарный дефицит, растущее число покупателей.

Цена покупателя характеризует уровень, выше которого он не станет платить за данный товар. В то же время покупатель стремится максимально снизить цену. Цена покупателя отражает субъективно-психологическую оценку необходимости для него данного товара, возможности замены его на альтернативный товар. Взаимное движение цены продавца и цены покупателя ведёт к установлению *цены согласия*, т. е. цены, удовлетворяющей обе стороны — продавца и покупателя.

Равновесная цена — цена товара на рынке при условии, что спрос равен предложению и весь предложенный товар будет куплен по данной цене. Верхней границей равновесной цены является *цена спроса*, т. е. максимальная цена, по которой покупатель согласен купить данный товар. Нижней границей служит

цена предложения, т. е. минимальная цена, по которой продавец может уступить товар. И та и другая цена образуется под воздействием множества факторов, но в каждом случае они являются теми ориентирами, в пределах которых формируется равновесная цена — та цена, при которой в данный момент совпадают
► интересы покупателя и продавца. **Цена** — это денежное выражение стоимости товаров и услуг.

Стоимость товара — это количество труда, овеществлённого в товаре. Данное понятие лежит в основе трудовой теории стоимости. Согласно этой теории, стоимость товара определяется затратами труда на его производство, а труд различных производителей (токаря, портного, стекольщика и пр.), в свою очередь, может измеряться только одним общим показателем — *рабочим временем*. Количество труда (рабочего времени), затрачиваемого на производство одного товара, у разных производителей может различаться под воздействием разных условий: технической оснащённости рабочего места, квалификации и опыта работника и т. д. Поэтому рабочее время, необходимое для производства товара у отдельно взятого производителя, — это индивидуальное рабочее время, которое определяет индивидуальную стоимость товара.

На рынке товары обмениваются не по индивидуальным затратам, а по общественно необходимым, а именно по *общественной стоимости*. Под общественной стоимостью понимается общественно необходимое время для производства этого товара, т. е. время при общественно нормальных условиях работы и при средней умелости и интенсивности труда. С развитием производства, ростом производительности общественного труда стоимость единицы товара имеет тенденцию к снижению. Как экономическая категория стоимость товара проявляется в обмене, в своей конкретной форме — меновой стоимости, т. е. способности товара обмениваться на другой товар в определённой пропорции.

НОВЫЕ СЛОВА

- мировые и внутренние цены • базисные и контрактные цены
- оптовые и розничные цены • цена спроса • цена предложения
- равновесная цена • стоимость • общественная стоимость
- общественно необходимое время • средняя умелость
- интенсивность труда

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какие виды цен существуют на современном рынке? Где они устанавливаются?
2. Раскройте содержание понятия «стоимость».
3. Как взаимодействуют цена и стоимость?
4. Раскройте содержание понятий «цена покупателя», «цена продавца», «равновесная цена».

§ 11. Альтернативная стоимость. Добавленная стоимость

Концепция альтернативной стоимости исходит из того, что оценки издержек отражают ценность данных ресурсов при их наилучшем, т. е. альтернативном, использовании. Иными словами, речь идёт о ценности тех вероятных (альтернативных) возможностей, которыми приходится жертвовать, когда данные ресурсы используются для производства конкретного изделия. Концепция альтернативной стоимости объясняет также, каким образом в производственные издержки входит труд. В частности, наниматели должны предложить рабочим такую заработную плату, которая побудит их отказаться от других возможностей. Квалифицированный рабочий будет получать больше неквалифицированного потому, что в другом месте его квалификация имеет большую ценность (т. е. имеет место эффект сравнения, альтернативы, выбора). Например, если крупная фирма, в которой работает много людей, открывает филиал в маленьком городе, то наём продавцов овощных магазинов, кассиров банка, работников бензоколонок, мастерских по чистке одежды и т. п. в этом городе обходится дороже. Почему? Потому что овощные магазины, банки, учреждения и бензоколонки должны выплачивать стоимость альтернативных возможностей людям, которых они нанимают. А у этих людей могут обнаружиться более выгодные возможности в новых фирмах.

Или другой пример. Новая фирма хочет нанимать только женщин. В этом случае вначале возрастёт только альтернативная стоимость женского труда. Женщины покинут некоторые места работы, создав дополнительные альтернативные возможности для мужчин и обусловив тем самым повышение альтернативной стоимости работников-мужчин.

Когда продавцы товаров или услуг оповещают общественность о повышении цен, они часто ссылаются на то, что это делается вынужденно, из-за роста издержек. Однако с не меньшим основанием можно утверждать, что издержки определяются ценами. Говоря точнее, издержки всегда зависят от спроса.

Более высокую цену можно рассматривать как альтернативную стоимость ресурсов. Для того чтобы разобраться с представлением о затратах, связанных с альтернативными решениями, часто бывает достаточно договориться, о каких именно затратах идёт речь. Цены повышаются до уровня стоимости альтернативы, только если владельцы ресурсов настаивают на их оплате по цене наилучшего альтернативного использования. Тем самым предотвращается небрежное (неэффективное) использование ресурсов, и они направляются на те цели, которым люди дают наивысшую денежную оценку. В этом и состоит сущность альтернативной стоимости, определяемой потребительской ценой на ресурс.

Добавленная стоимость — часть стоимости товаров, услуг, приращенная непосредственно на данном предприятии, в данной фирме. Определяется как разность между выручкой от продажи продукции, товаров, услуг, произведённых фирмой, и её затратами на закупку материалов и полуфабрикатов.

Добавленная стоимость подразумевает стоимость продукции фирмы минус стоимость ресурсов, приобретённых у других компаний. По сути, это сумма факторных доходов фирмы — заработной платы и прибылей.

НОВЫЕ СЛОВА

• альтернативная стоимость • добавленная стоимость

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Приведите примеры, раскрывающие понятия «альтернативная стоимость ресурсов», «альтернативная стоимость возможностей».
2. Бабушка купила 1 кг шерстяной пряжи по цене 500 р. и связала из нее 10 пар носков, которые продала по 80 р. за пару. Чему равна добавленная стоимость каждой пары носков?
3. В частных клиниках труд медицинского персонала оплачивается выше, чем в районных поликлиниках. Как должно поступить федеральное правительство и муниципальные власти, чтобы решить проблему дефицита медицинских кадров? Какое экономическое понятие иллюстрирует данную ситуацию на рынке труда?

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Проблема цены и механизм её формирования — один из наиболее важных вопросов для понимания логики функционирования экономики. Система цен в рыночной экономике выполняет роль главной организующей силы. Поэтому цена здесь не может устанавливаться директивно, она должна формироваться на основе действия всех связей и взаимосвязей в области производства товара, его распределения и потребления.
2. Цена — это определённое количество денежных единиц, получаемое за реализацию произведённого продукта (товара), или, иначе говоря, цена — это денежное выражение стоимости товаров и услуг.
3. На практике действует сложный механизм цен, состоящий из множества их видов. Покупатель обычно имеет дело только с розничной ценой — равновесной ценой, являющейся результатом взаимодействия цены спроса и цены предложения. Цена спроса на каждое количество товара — это та цена, которая способна привлечь покупателей в течение определённого времени. При этом цена спроса на каждый товар уменьшается по мере увеличения предложения. Цена предложения — это цена, по которой товар поступает в продажу на конкретный рынок. Цена предложения может либо повышаться, либо снижаться и во многом связана с условиями работы, издержками труда и иными факторами (и нововведениями), повышающими производительность труда человека и машин, а также конкурентными товарами и т. д. Затраты всех видов труда и применение капитала в его разных формах — это реальные издержки производства продукта (товара) или денежные издержки производства (издержки производства). На этой основе сформулирована концепция альтернативной стоимости, связанная с возможностью альтернативного использования ресурсов.
4. Существуют две концепции цены: одна — в рамках классической, другая — неоклассической теории. В настоящее время они рассматриваются в определённом единстве как взаимодополняющие друг друга. Так происходит сближение по вопросу определения стоимости товара как количества труда, овеществлённого в товаре, т. е. стоимость товара определяется затратами на его производство. При этом учитываются и факторы, связанные с конкуренцией, спросом, модой и т. д.
5. Важнейшей особенностью развитого рынка является возможность выбора товара по цене, а наличие выбора предполагает наличие альтернативы. Концепция альтернативной стоимости, которую мы рассмотрели, также исходит из того, что объективный анализ (оценка) отражает ценность данных ресурсов при их наилучшем альтернативном использовании. Другими словами, ценность тех альтернативных возможностей, которыми приходится жертвовать, когда данные ресурсы используются для производства конкретных изделий.

ГЛАВА 6. КОНКУРЕНЦИЯ. ТИПЫ РЫНКОВ

- ✓ Что такое рыночная конкуренция?
- ✓ Ценовая и неценовая конкуренция.
- ✓ Историческая эволюция предпринимательства и формирование современных рыночных структур.
- ✓ Четыре модели рынка.
- ✓ Антимонопольная политика.

§ 12. Понятие конкуренции, её сущность

В предыдущих главах мы рассмотрели вопросы частной собственности, экономической свободы, которые оказывают влияние на конкуренцию.

Конкуренция (от лат. concurrentia, от concurrere — сталкиваться) — это соперничество и борьба между экономическими субъектами, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке; борьба за рынки сбыта товаров и услуг с целью получения более высоких доходов, прибыли, других выгод. Конкуренция представляет собой цивилизованную, легализованную форму борьбы за существование, является наиболее действенным механизмом отбора и регулирования в рыночной экономике. Конкуренция — это соперничество и борьба тех или иных предприятий за право получения прибыли (или определённого вида ограниченных ресурсов).

Условия для конкуренции. В обществе до сих пор существует иллюзия, что частная собственность на факторы производства чуть ли не автоматически может привести предпринимателя к успеху. Это далеко не так. Во-первых, создание реально конкурентной экономики — это сложный и длительный процесс. Во-вторых, на рынке действует огромное число предпринимате-

лей, чьи компании порой выпускают однотипные продукты, например автомобили. Как добиться успеха в условиях конкуренции? Именно борьба предприятий за успех на рынке, за покупателя и является базой современного рынка, его двигателем. Можно сказать, что экономическая свобода и право (принцип) частной собственности — это общие основания (или предпосылки) к реальному рынку. Но стержнем рынка, его механизмом выступает именно конкуренция. Поэтому экономисты утверждают, что рынок, действующий на базе конкуренции, — это уникальное и выдающееся достижение экономической жизни общества как способ распределения ограниченных производственных ресурсов и созданных на их базе товаров и услуг (благ).

Другими важными факторами конкуренции являются законодательные нормы, регулирующие деятельность агентов рынка, и деловая среда в стране в общем и конкретном регионе в частности. В стране или в конкретном регионе (городе) могут существовать разного рода административно-бюрократические проблемы, сомнительные законодательные нормы, разный спрос на товары и услуги, плохо развитая производственная и рыночная инфраструктура (доступ к кредиту, дороги, связь, складские помещения, территории для размещения предприятий торговли, рынка и пр.). Всё это формирует (или не формирует) соответствующую деловую (предпринимательскую) среду, которая характеризует регион (город) как привлекательный или, наоборот, не особенно привлекательный для рынка.

Иногда фирмы в погоне за высокими прибылями или находясь в затруднительной ситуации прибегают к недобросовестной конкуренции — нарушению принятых на рынке правил и норм конкуренции. Несколько фирм могут вступить в сговор против других конкурентов, используя ложную рекламу своей продукции, устанавливая дискриминационные и иногда демпинговые цены (ниже себестоимости). Недобросовестную конкуренцию в наиболее простых формах называют *хищнической*.

Ценовая конкуренция. Цена является важным средством в конкурентной борьбе. Ценовая конкуренция — вид конкурентной борьбы, которая ведётся по поводу и с помощью цен. Ценовую конкуренцию может начать лидер или доминирующее предприятие в отрасли, чтобы избавиться от конкурентов. Для успешной ценовой конкуренции необходимо располагать реальными возможностями снижения издержек производства, т. е. вести постоянную рационализацию и совершенствование про-

изводства. Основа успешной ценовой конкуренции — производство.

Технология ценовой конкуренции достаточно проста. Предприниматель, как правило, назначает более низкие цены на свой товар. Конкуренты, которые не имеют возможности снижать цены из-за высоких издержек производства, терпят убытки, разоряются и уходят из отрасли, уступая место на рынке. Правда, потом цены вновь поднимаются, так как даже крупному предприятию необходимо компенсировать потери, понесённые при вытеснении конкурентов. Такой метод оправдан, если все конкуренты покинули рынок. А если какой-либо напористый конкурент смог переждать трудные времена и вновь выйти на рынок, когда цены снова выросли? В этом случае с ним придётся мириться или начинать всё сначала. Подобная война цен целесообразна, если у её инициатора действительно крепкие позиции, а положение соперников затруднительное. В случае равных условий война цен бессмысленна. Предпочтительнее выглядит «маневрирование» ценами — предоставление различных скидок, тайное снижение цен против официально объявленных (особенно широко это применяется при поставках продукции производственного назначения).

Неценовая конкуренция. Основным инструментом воздействия на потребителя в условиях конкуренции становится не столько цена, сколько качество товара. Особенно это имеет место в сфере сбыта. Здесь цена не является главным средством продвижения товара, хотя от неё в конечном счёте зависит, насколько удачным будет сбыт и какой будет прибыль. Конкурентоспособность товара всё больше определяется его качеством, умением преподнести товар покупателю, рекламой, гарантированным обслуживанием после продажи и конечно же эффектом масштаба (количеством) произведённого товара (при условии, что он пользуется спросом).

Конкуренция имеет свои достоинства и недостатки.

Достоинства:

- способствует более эффективному использованию ресурсов при производстве необходимых для общества товаров;
- заставляет гибко реагировать и быстро адаптироваться к изменяющимся условиям производства;
- создаёт условия для оптимального использования научно-технических достижений, разработки более совершенных методов организации и управления производством;

- обеспечивает свободу выбора потребителей и производителей;
- нацеливает производителей на удовлетворение разнообразных потребностей общества и повышение качества товаров и услуг.

Недостатки:

- не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов (природные ресурсы, животный мир, рыбные запасы морей и океанов и др.);
- отрицательно сказывается на защите окружающей среды;
- не создаёт условия для развития фундаментальной науки, системы общественного образования, медицинского обслуживания, многих элементов городского хозяйства;
- не гарантирует право на труд, доход;
- не имеет механизмов, препятствующих возникновению социальной несправедливости и расслоению общества по уровню жизнеобеспечения.

НОВЫЕ СЛОВА

- конкуренция • ценовая и неценовая конкуренция
- демпинговые цены • недобросовестная конкуренция

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Почему конкуренция — основной механизм современной рыночной экономики?
2. Почему во многих государствах созданы антимонопольные комитеты или службы? Какие задачи должны решать эти службы?
3. Приведите примеры недобросовестной конкуренции.
4. Как осуществляется неценовая конкуренция?
5. Какими преимуществами и недостатками обладает конкуренция?

§ 13. Рыночные структуры.

Модели современного рынка

ИСТОРИЧЕСКАЯ ЭВОЛЮЦИЯ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

Первые прообразы рыночных структур начали формироваться с укрепления государства, появлением городов, увеличением численности населения. Это были небольшие ремесленные предприятия, производившие орудия труда и войны. Появи-

лись новые люди — ремесленники, строители, купцы, менялы (будущие банкиры) и т. д. Постепенно происходила институализация рыночных структур, которая в наше время обрела сложную систему с различными особенностями в каждой стране. Назовём некоторые из них: внутренние, международные, товарные, финансовые, а также специализированные. В свою очередь, товарные рынки делятся на рынки средств производства, потребительских товаров, информационных технологий, интеллектуального труда и рабочей силы. Финансовые рынки делятся на валютный, рынок капиталов, кредитный и т. д. Особую группу составляют рынки в сельском хозяйстве.

Главным двигателем рынка является конкуренция. Именно жёсткая конкуренция подталкивает фирмы к непрерывному изобретательству, инновациям, организационным и управленческим новинкам, повышению производительности труда.

ЧЕТЫРЕ МОДЕЛИ РЫНКА

Рынок всегда неоднороден. На нём действуют различные фирмы, которые находят свою нишу в производстве товаров, услуг, их реализации. Различают четыре модели рынка: рынок совершенной конкуренции; чистая монополия; монополистическая конкуренция; олигополия.

Рынок совершенной (свободной) конкуренции предполагает неограниченное число участников конкуренции, абсолютно свободный доступ на рынок и такой же выход из него. Признаком свободной конкуренции является также однородность одноимённых товаров. Это выражается, например, в отсутствии торговых марок. В реальной хозяйственной практике рынок совершенной конкуренции практически не встречается. Однако утверждать, что большинство рынков в странах с развитой экономикой не испытывают благотворного влияния конкуренции, нельзя. Рыночные структуры, сложившиеся там и не попадающие под определение совершенного рынка, тем не менее успешно функционируют в конкурентном режиме.

Чистая (абсолютная) монополия существует тогда, когда фирма является единственным производителем продукта, не имеющего аналогов. Этой модели присущи следующие черты:

- единственный продавец, отрасль — синоним фирмы, поскольку фирма одна;
- реализуемый продукт уникален в том смысле, что нет хороших или близких его заменителей (такая ситуация характерна

для некоторых сырьевых отраслей или случаев, когда фирма представляет принципиально новый продукт);

- монополист обладает рыночной властью, контролирует цены, поставки на рынок, иначе говоря, если в модели совершенной конкуренции фирма с ценой на рынке «соглашается», то здесь фирма просто определяет её;

- на пути входа в рынок монополистом устанавливаются непреодолимые для конкурента барьеры как естественного, так и искусственного происхождения. В первом случае говорят о естественных монополиях. Это предприятия общественного пользования — электрические и газовые компании, предприятия водоснабжения, линии связи, транспортные предприятия и др.

Монополистическая конкуренция — это такая рыночная ситуация, при которой относительно большое число производителей предлагает похожую, но не идентичную продукцию. В данной ситуации не требуется присутствия на рынке тысяч или сотен фирм, как при совершенной конкуренции, достаточно нескольких десятков. В условиях чистой конкуренции фирмы производят стандартизированную или однородную продукцию, при монополистической — дифференцированную (различную). Дифференциация затрагивает прежде всего качество продуктов или услуг, благодаря чему у потребителя складываются предпочтения по качеству товара, а не по цене.

Другая важная характеристика рынков монополистической конкуренции — это относительная лёгкость вступления в рынок. Поэтому на этом рынке действует множество мелких и средних фирм. Монополизм состоит в том, что каждая фирма в условиях дифференциации продукции обладает в некоторой степени монопольной властью над своим товаром, т. е. она может повышать или понижать цену на него вне зависимости от действий конкурентов. Конечно, эта возможность ограничивается как наличием производителей аналогичных товаров, так и значительной свободой «входа» в отрасль. Таким образом, эта модель характеризуется высоким уровнем конкуренции. Такие рынки существуют во многих развитых странах.

Рынок олигополии характеризуется небольшим количеством участников конкуренции, когда на рынке товаров и услуг незначительное число фирм.

Чётких границ между различными моделями рынка нет, поэтому модель олигополии охватывает область от чистой монополии до монополистической конкуренции. Классические олигополии образуются тремя—пятью производителями. Например,

в автомобильной промышленности США господствует «большая тройка»: «Дженерал моторс», «Форд», «Крайслер». Аналогичная ситуация в автомобилестроении России. Олигополии могут производить как однородные, так и дифференцированные товары. Однородность преобладает на рынках сырья и полуфабрикатов: руды, нефти, стали, цемента и т. п.; дифференциация — на рынках потребительских товаров. Последние три модели рынка в экономической литературе объединяются понятием «несовершенная конкуренция» — в силу особой роли отдельных типов фирм в ценообразовании.

Таблица 2

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ ОСНОВНЫХ МОДЕЛЕЙ РЫНКА

Характерные черты	Модели рынка			
	Совершенная конкуренция	Чистая монополия	Монополистическая конкуренция	Олигополия
Число фирм	Неограниченное количество	Одна	Сравнительно небольшое	Несколько
Тип продукта	Стандартизированный	Уникальный	Дифференцированный	Стандартизированный или дифференцированный
Контроль над ценой	Отсутствует	Значительный	В узких рамках	Ограниченный или значительный (при тайном сговоре)
Условия вступления в отрасль	Очень легки	Блокированы	Сравнительно лёгкие	Сталкиваются с существенными препятствиями
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Почти нет	Отличается значительным упором на качество, маркетинг	Типична, особенно при дифференциации продукта

Знание особенностей каждой модели рынка, умение определить, к какому из них относится конкретный товарный рынок, позволяет профессионально формировать стратегию отдельных фирм, цели деятельности и способы их достижения. Например, на рынке, близком по показателям к модели совершенной конкуренции, нет смысла вырабатывать специфическую ценовую политику фирмы и тратить большие средства на рекламу. Продукт здесь однороден, а доля отдельных предприятий мала, что не позволяет влиять на уровень цен. И в то же время на рынке дифференцированного товара реклама и ценовая политика становятся важнейшими слагаемыми успеха.

НОВЫЕ СЛОВА

- свободная (совершенная) конкуренция • абсолютная монополия
- монополистическая конкуренция • олигополия
- естественная монополия

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Охарактеризуйте рынок свободной конкуренции.
2. При каких условиях формируется рынок абсолютной монополии?
3. Что такое олигополия? Приведите примеры действий на рынке предприятий, образующих олигополию.
4. В чём отличие между абсолютной монополией и монополистической конкуренцией?
5. Какой из видов конкуренции наиболее благоприятен для развития рынка?

§ 14. Несовершенная конкуренция. Антимонопольная политика

Несовершенной конкуренцией является любая форма конкуренции, где не выполняются условия чистой конкуренции. В развитых странах практически в каждой отрасли производства господствуют несколько крупных корпораций — монополий, а в отрасли в целом присутствует олигополия. В то же время на этих рынках подавляющую экономическую власть имеет ограниченное число фирм. Поэтому, во-первых, появляется больше возможностей у фирм влиять на цену, а во-вторых, меняются сами формы и методы конкуренции. При чистой конкуренции на рынке выигрывает тот предприниматель или та группа предприятий, которые добиваются более низких издержек производства и вы-

пускают более качественную продукцию. При несовершенной конкуренции всё отмеченное необязательно. Более того, конкуренция претерпевает большую трансформацию: она становится более жёсткой и дорогой. Важно и то, что общим результатом господства монополий является потеря ими желания и инициативы использовать передовые технологии. Их доминирование на рынке и так обеспечивает им большие прибыли. Таким образом, монополия сдерживает не только возможности выбора покупателя, но и технологический прогресс, внедрение инноваций.

Пример объединения монополистов в одной отрасли (картель) — ОПЕК. Это Организация стран — экспортёров нефти, основанная в 1960 г. с целью координации действий по объёму продаж и установлению цен на сырую нефть. ОПЕК контролирует около половины мирового объёма торговли нефтью. На долю нефтяного картеля, который в 1962 г. зарегистрирован в ООН в качестве полноправной межправительственной организации, приходится около 40% мировой добычи нефти. ОПЕК может косвенно влиять на цену сырой нефти в мире, увеличивая или уменьшая объём её добычи.

Для ограничения влияния монополий в странах с развитой рыночной экономикой действуют *антитрестовские (антимонопольные) законодательства*. Первый антимонопольный закон — закон Шермана — был принят в США в 1880 г. Он запрещал любые слияния предприятий, объединения или сговоры, направленные на сокращение и ограничение производства и торговли. Антимонопольное законодательство непрерывно совершенствуется, и его главной задачей является защита мелких и средних производителей товаров и услуг, формирующих общую конкурентную среду.

Российское антимонопольное законодательство пока ещё слабо развито, практика его применения незначительна. В Российской Федерации в 2004 г. была создана специальная структура, осуществляющая антимонопольную политику государства, — Федеральная антимонопольная служба (ФАС). ФАС России является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства о конкуренции на товарных рынках и на рынке финансовых услуг, естественных монополиях, рекламе, а также изданию в пределах своей компетенции индивидуальных правовых актов в установленной сфере деятельности.

Основными функциями Федеральной антимонопольной службы являются:

- надзор и контроль за соблюдением законодательства о конкуренции на товарных рынках, на рынке финансовых услуг;
- надзор и контроль за соблюдением законодательства о естественных монополиях;
- надзор и контроль за соблюдением законодательства об иностранных инвестициях в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства;
- надзор и контроль за соблюдением законодательства в сфере госзакупок;
- надзор и контроль за соблюдением законодательства о рекламе до внесения изменений в Федеральный закон «О рекламе».

ФАС имеет право наложить крупный штраф на недобросовестных предпринимателей или через суд закрыть их бизнес. Примером работы ФАС может служить проверка ценообразования на бензоколонках, в результате чего был выявлен сговор владельцев с целью завышения розничных цен на бензин.

НОВЫЕ СЛОВА

- несовершенная конкуренция • картель • трест
- антимонопольная политика • Федеральная антимонопольная служба

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Приведите примеры несовершенной конкуренции.
2. Почему государство должно бороться с проявлениями несовершенной конкуренции?
3. Какие функции выполняет Федеральная антимонопольная служба России?
4. Прокомментируйте заметку из газеты «Вести.ру»: «Основать газовый картель предложили Россия и Иран — крупнейшие в мире экспортёры газа. Категорически против такого предложения были США и Япония. Они считают, что новая организация будет манипулировать ценами на мировых рынках».
5. Найдите в источниках СМИ сообщения о деятельности ФАС.
6. Почему так важна и необходима деятельность ФАС?

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. В современной рыночной экономике благосостояние каждого человека определяется тем, насколько успешно развивается экономика страны, в которой он живёт; как действует рынок; может ли фирма свободно продать на рынке товар, которым она владеет. Механизм направлен на то, чтобы через

- эгоистические интересы каждого агента рынка уравновесить интересы всех его участников для блага общества. Созданный коллективным разумом человечества, он и используется человечеством в целом. При этом дух конкуренции, соперничества в экономике служит мощным «двигателем» развития.
2. Современный рынок товаров и услуг сложился в результате многовековой эволюции — от натурального хозяйства до постиндустриальной экономики. При этом существует огромное число рынков, которые в самом общем виде можно разделить на товарные, финансовые и международные. В свою очередь, каждый из них дифференцируется на множество более узких специализированных рынков.
 3. Конкуренция — сложная функция рынка, которая подчиняет производителей и поставщиков ресурсов покупателю. Рынок не может существовать без и вне конкуренции. Только рыночная конкуренция позволяет деятельному человеку начать своё дело (бизнес). Она показывает товаропроизводителю направление движения, но не даёт никаких гарантий результатов, т. е. сопряжена с риском. Успехов в конкурентной борьбе добивается тот, кто сумеет обнаружить в системе рынков признаки новых потребностей или технологий производства. Механизм рынка в целом освобождает экономику от дефицита товаров и услуг. И в теории, и на практике рыночная экономика преимущественно бездефицитна, но в пределах тех ресурсов, которыми располагает то или иное государство. В условиях нормальной рыночной экономики длительный устойчивый разрыв между потребностями и потреблением (т. е. дефицит) практически невозможен, поскольку это состояние противоречит экономическим интересам всех участников конкурентного процесса.
 4. На рынке действует огромное число фирм, которые в определяющей мере формируют его облик, его содержание. В каждой стране с развитой экономикой в ходе длительного развития сформировались свои национальные типы (модели) рынка, имеющие какие-то свои особенности. Экономисты на основе изучения общих свойств и особенностей рынков определили четыре основные модели — рынки совершенной конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции и олигополии. Для ограничения монополизма государства применяют антимонопольную политику.
 5. В России функции контроля в сфере антимонопольной политики государства осуществляет Федеральная антимонопольная служба (ФАС).

ГЛАВА 7. ДОХОДЫ, РАСХОДЫ, СБЕРЕЖЕНИЯ. ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА

- ✓ Что такое доходы и расходы, каковы их источники?
- ✓ В чём сущность сбережений?
- ✓ Что выражает закон Энгеля?
- ✓ Заработная плата. Виды заработной платы.

§ 15. Доходы

Не существует производства ради производства. Всё, что производит экономика, идёт на удовлетворение потребностей людей, общества, государства в целом. Потребление по назначению потребляемых благ делится на производственное (производительное) и непроизводственное (непроизводительное). Производственное потребление охватывает использование орудий и предметов труда и рабочей силы в процессе создания благ, непроизводственное потребление — личное потребление населения и общественное потребление. Личное потребление — это удовлетворение потребностей людей в пище, одежде, жилище, образовании, здравоохранении, отдыхе. Общественное потребление — удовлетворение совместных потребностей людей в культуре, безопасности, науке, образовании, медицинском обслуживании независимо от того, оплачиваются эти услуги населением или предоставляются ему бесплатно. Общий уровень потребления в той или иной стране, в ту или иную историческую эпоху определяется уровнем развития производительных сил (факторов производства), достигнутым уровнем и качеством жизни населения, предыдущей экономической историей народа, его традициями, культурой, политической системой.

Потребление во многом зависит от возможностей, доходов. Понятие «доход» имеет отношение к хозяйственной деятельности человека, поскольку она направлена именно на получение дохода. Заработная плата — это форма оплаты труда наёмного

работника (рабочего, инженера, учителя, врача и т. д.). Её также называют доходом. Различие между заработной платой и доходом состоит в том, что персонал получает за свою работу заработную плату, предприниматель — прибыль, владелец (хозяин) земли — реальный доход в форме ренты. Доход — это сумма средств в денежном выражении, полученная в результате хозяйственной деятельности предприятия, государства или отдельного лица.

Доходы делятся на первичные и вторичные.

Первичные доходы получают собственники фактора производства. Принцип распределения доходов следующий. Кредиторы (владельцы капитала), выдавшие производителям необходимую ссуду, получают ссудный процент. Это — их прибыль. Прибыль в форме дивидендов получают также владельцы акций на вложенный капитал. Наёмные работники за свой труд получают заработную плату. Владельцы земли, на которой происходит производство или проживают производители, получают ренту в виде арендной платы. Собственники индивидуальных предприятий сверх издержек получают личный доход. Владельцы фабрик и заводов на свой капитал получают прибыль.

Все виды дохода или прибыли — это факторный доход, полученный собственником фактора производства.

Вторичные доходы образуются и перераспределяются в основном по государственным каналам. Государство через систему налогов перераспределяет весь объём полученного обществом валового дохода и формирует доходную часть бюджета, определённая доля которого идёт на социальное обеспечение населения и иные цели. В развитых странах государство гарантирует своим гражданам достойный уровень жизни, не допуская их обеднения. Для этого устанавливается гарантированный минимальный уровень заработной платы, пенсий, который строго соблюдают все хозяйствующие субъекты. Такой минимальный размер оплаты труда (МРОТ) должен быть не ниже существующего в стране прожиточного минимума. Во вторичные доходы включаются также пенсии, стипендии, пособия по инвалидности, малоимущим или потерявшим работу и др. Вторичные доходы называют также социальными трансфертами.

Структура доходов. В группе развитых стран национальный доход общества имеет следующую структуру: 72% составляет заработная плата наёмных рабочих и служащих; 9% — личные доходы мелких частных собственников; 9% — прибыль корпораций (акционерных обществ); 9% — процент за кредит; менее

1% — рентные доходы. Таким образом, 72% населения в современных процветающих обществах живёт за счёт своей заработной платы.

Согласно современной статистике, главным потребителем в экономике являются домашние хозяйства (семьи). Домашние хозяйства получают доходы, за счёт которых обеспечиваются их потребительские расходы. У средней российской семьи (75—80% всех семей) источники дохода крайне ограничены: у неё нет акций заводов или банков, по которым она могла бы получать дивиденды, дачи, которую можно было бы сдавать в аренду, чтобы получить доход от собственности, нет вкладов в банках, которые давали бы доход от сбережений. Такая семья, состоящая, например, из четырёх человек (мать, отец, сын-школьник, дочь-студентка), имеет единственный источник доходов — заработную плату родителей и небольшую стипендию дочери-студентки. Остальные 20—25% семей в России имеют различные источники доходов (акции, вклады и т. п.). На рисунке 9 показаны источники доходов семей в развитых странах.

Как видно из данных распределения доходов по источникам, в развитых странах не собственность приносит большую часть доходов, а труд и соответственно — оплата труда в форме заработной платы (52% национального дохода).



Рис. 9. Доходы семей в развитых странах в 2007—2009 гг.

НОВЫЕ СЛОВА

- доход • факторные доходы • социальные трансферты
- ссудный процент • арендная плата • дивиденд
- минимальный размер оплаты труда

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое доход? Какие виды доходов вы знаете?
2. Какие виды доходов относят к социальным трансфертам?
3. Как экономисты называют доходы, полученные:
 - а) от продажи на рынке грибов, собранных в лесу;
 - б) от сдачи квартиры внаём;
 - в) от сдачи земельных участков в аренду;
 - г) от сбережений, хранящихся в банке;
 - д) от пособия на ребёнка в малоимущих семьях?
4. Составьте доходную часть бюджета своей семьи по источникам доходов.

§ 16. Расходы. Закон Энгеля

СТРУКТУРА РАСХОДОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ

Денежные доходы семьи обычно идут на оплату товаров и услуг, выплату налогов и сбережения (если позволяет семейный бюджет). При этом каждая семья распоряжается деньгами по-разному: в одних случаях расходами управляет мужчина, в других — женщина, в третьих — каждый в отдельности. Одни тратят экономно, другие — хаотично, не задумываясь о завтрашнем дне. Однако расходы семей можно разделить на постоянные (обязательные) и переменные (произвольные).

Постоянные (обязательные) расходы — это расходы на питание, коммунальные услуги, одежду, обувь, транспорт, оплату услуг детского сада и пр. Эти расходы осуществляются обязательно и постоянно, их невозможно изменить, заменить, сократить. Они имеют только одну тенденцию — возрастания, независимо от величины семейного дохода. Собственно, эти расходы и составляют базу минимального потребительского бюджета.

Переменные (произвольные) расходы — это такие расходы, которые человек (семья) тратит в соответствии со своим выбором или по обстоятельствам (замена старой мебели, автомобиля, приобретение лекарств, оплата отдыха и т. п.). Их ещё называют сезонные, циклические и по обстоятельствам (рис. 10).



Рис. 10. Классификация расходов

Потребительская корзина — набор товаров и услуг, обеспечивающий жизнедеятельность человека. Размер потребительской корзины зависит от уровня и качества жизни в стране. В развитых странах потребительская корзина насчитывает несколько сотен наименований товаров и услуг. В менее развитых странах это, как правило, минимальный набор товаров, обеспечивающих жизнедеятельность человека: продукты, одежда, предметы гигиены. К сожалению, в России стоимость потребительской корзины, т. е. минимального набора благ и услуг, обеспечивающего прожиточный минимум, превышает уровень минимального размера оплаты труда (МРОТ). То есть значительная часть населения находится за чертой бедности, так как необходимые расходы превышают уровень дохода.

Реальная величина семейных расходов зависит от различных факторов: уровня розничных цен, инфляции, потребности семьи в жизненных благах, объёма её денежных доходов, налогов, платежей в систему ЖКХ, а также рационального ведения семейного хозяйства.

В России 80% населения тратят на питание 60—65% своего семейного дохода, в то время как в развитых странах расходы на питание не превышают 14—15%. В то же время на оплату услуг у россиян уходит 15—17%, а в западных странах около 50% семейного дохода. Это связано с тем, что доходы, формируемые за счёт фактора заработной платы, в развитых странах в 4—8 раз выше, чем в России.

ЗАКОН ЭНГЕЛЯ

В конце XIX в. немецкий статистик Эрнст Энгель вывел следующий закон, по которому с ростом доходов семьи удельный вес расходов на питание снижается, доля расходов на одежду, жилище, коммунальные услуги меняется мало, а доля расходов на удовлетворение культурных и иных потребностей возрастает. Приведённая статистика, иллюстрирующая структуру расходов населения в разных группах стран, подтверждает закон Энгеля.

Изменение потребностей в жизненных благах влияет на структуру расходов. При росте доходов в первую очередь уменьшается их доля, идущая на питание. Вторую степень расходов составляют расходы на хорошую обувь, одежду, парфюмерию и т. д. На это уходит немало денег, так как изменчивая мода, реклама, стремление к самоутверждению, престижность постоянно заставляют человека менять свой гардероб, следить за внешностью и т. д. Сложнее обстоит с жильём. При этом выявлена закономерность: чем в стране ниже затраты на питание и одежду, тем выше доля затрат на оплату жилья. Это свойственно в основном развитым странам, где высоко значение фактора «качество жизни». В этих странах хорошее жильё — это не просто товар престижного спроса. Люди приобретают комфортное жильё (частный дом, просторную квартиру) прежде всего для удобства жизни, удовольствия. Незначительная социальная группа людей, стремящаяся подчеркнуть своё социальное положение (крупные магнаты, внезапно разбогатевшие, высокооплачиваемые артисты шоу-бизнеса и т. д.), покупают квартиры, дома, дворцы в разных странах мира.

Закон Энгеля фактически отражает общую динамику, в соответствии с которой по уровню благосостояния своих граждан лидируют США, Швеция, ФРГ, Дания, Норвегия, Финляндия, Япония, Канада, Австрия, Швейцария, Франция и некоторые другие страны. Россия по этому показателю находится далеко позади развитых стран мира.

НОВЫЕ СЛОВА

- обязательные и произвольные расходы
- потребительская корзина
- закон Энгеля

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что относят к обязательным расходам?
2. Какие произвольные расходы вы знаете?
3. Составьте расходную часть своего семейного бюджета, включив в неё обязательные расходы и произвольные расходы каждого члена семьи.
4. В чём сущность закона Энгеля?
5. Найдите в СМИ данные о стоимости современной потребительской корзины в вашем регионе и о МРОТ. Какие выводы вы сделаете на основе этих данных?

§ 17. Сбережения

► **Сбережения** — это часть личного дохода, которая остаётся неиспользованной после затрат на текущие потребительские нужды и накапливается. Сбережения необходимы на случай серьёзных заболеваний, безработицы, разорения (банкротства) предприятия. Государство также вводит различные формы принудительных сбережений (например, отчисления из заработной платы в пенсионные фонды).

Сбережения служат одним из источников образования ссудного капитала (денежные поступления, предназначенные для последующего предоставления кредита). Они также аккумулируются в Сберегательном банке и других коммерческих банках, на них покупаются ценные бумаги (акции, облигации и др.).

Привлечение сбережений населения в кредитные учреждения во многом зависит от величины процентной ставки. Чем больше процент (доход), приходящийся на депозит (вклад), тем в большей степени сбережения населения поступают в виде вкладов в банки и тем быстрее они превращаются в инвестиции (капиталовложения).

Помещая свои сбережения в банк, человек прежде всего исходит из двух соображений: во-первых, надёжности, во-вторых, величины той выгоды, которую он получит от размещения своих сбережений (процента). В других случаях люди покупают ценные бумаги — облигации государства или частных фирм. Более надёжно помещать сбережения в государственные банки или покупать акции государства. Однако процент здесь, как правило, достаточно низкий. Частные банки, которые обещают достаточно высокие доходы (проценты), как показал мировой кризис, не всегда надёжны. Случается, что банки, которые рекламируют высокий процент, часто идут на всяческие ухищрения, строят фи-

нансовые пирамиды (расплачиваясь с первыми вкладчиками за счёт сбережений вторых), формулируют в документах, регулирующих обязательства сторон, запутанные пункты и т. д. Поэтому в России общий объём сбережений в частных банках сравнительно невелик. Серьёзным фактором, сдерживающим сбережения, выступает инфляция — обесценивание денег в силу разных причин. Так, если банк обещает 8% дохода в год на сумму вложенных сбережений, а инфляция за год составляет 12%, следовательно, сбережения сокращаются, поскольку процент дохода не возмещает инфляционный ущерб. В такой ситуации выгоднее тратить деньги, покупая товары длительного пользования, чем вкладывать в частные банки.

Стремясь сохранить сбережения, люди покупают иностранную валюту. На первый взгляд это выход из положения. Однако для экономики страны это плохо, потому что ограничивает возможности национальных предприятий через банки аккумулировать сбережения для расширения производства нужных обществу товаров и услуг. В этом случае, чтобы избежать дефицита, страна увеличивает импорт. Для импорта нужны деньги. Поэтому приходится увеличивать экспорт нефти, газа, металлов — сырья.

Поскольку импортные товары всегда дороже отечественных, люди тратят на их приобретение значительную часть своих доходов из заработной платы.

Одним из способов привлечения сбережений граждан в банки РФ стала государственная система страхования вкладов. В настоящее время при банкротстве банка, входящего в систему страхования, вкладчики получают сумму до 700 тыс. р. Если их вклад превышает эту сумму, остальные деньги они могут получить только в процессе реструктуризации долгов банка.

НОВЫЕ СЛОВА

- сбережения • депозит, ссудный доход • облигация • акция
- инвестиции • финансовые пирамиды • инфляция

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Как взаимосвязаны уровень сбережений, доходы и расходы?
2. Что должен знать вкладчик, помещая деньги на депозит в тот или иной банк?
3. Каков принцип действия финансовой пирамиды?
4. Какой реальный доход получит вкладчик через год по депозиту в 20 000 р. при ставке 7% годовых при уровне инфляции в стране 6%?

§ 18. Заработная плата

► **Заработная плата** — это форма материального (денежного) вознаграждения за труд, поступающего наёмным работникам и государственным служащим. Труд рабочего и инженера в сфере материального производства или государственного служащего, учителя и профессора, врача и менеджера оплачивается не одинаково, поскольку, во-первых, по-разному измеряется, во-вторых, результат труда часто невозможно установить и оценить точно.

Величина заработной платы определяется рядом факторов, важнейшим из которых является стоимость рабочей силы, которая представляет собой набор средств, необходимых для жизнеобеспечения рабочего и его семьи. Сюда входят расходы на обучение и культурные потребности. Стоимость рабочей силы в разных странах неодинакова и зависит от уровня экономического развития общества, общего уровня технологической вооружённости труда, традиций и иных факторов.

Важным фактором роста заработной платы является квалификация работника и характер его труда. Более высоко оплачивается, например, труд работника редких или рискованных профессий, творческий труд. Безработица снижает уровень заработной платы, а повышенный спрос на дефицитные профессии увеличивает оплату работников этих профессий. В разных странах действуют разные системы заработной платы: повременная, сдельная, оклады, бонусы, разного рода компенсации и пр.

Виды и формы заработной платы. Необходимо различать номинальную и реальную заработные платы. *Номинальная заработная плата*, т. е. сумма денег, которую получает рабочий, не даёт полного представления о фактическом уровне его оплаты. Если номинальная заработная плата рабочего в течение ряда лет не изменяется, а цены на предметы потребления повышаются, то положение рабочего ухудшается, так как на прежнюю заработную плату он сможет получить меньше товаров и услуг. Определить фактический уровень оплаты рабочей силы можно с помощью *реальной заработной платы*. Она измеряется количеством товаров и услуг, которые работник может приобрести на свой денежный заработок. Для определения динамики реальной заработной платы индекс номинальной заработной платы делят на индекс стоимости жизни. Этот индекс определяется сопоставлением цен на предметы потребления и услуги в различное время.

Номинальная заработная плата выражается в деньгах, которые работник получает за свой труд. Реальная заработная плата

представлена количеством товаров и услуг, которые можно приобрести на полученные деньги.

Изменение реальной заработной платы рассчитывается с помощью индекса (Δ), который определяется отношением прироста номинальной зарплаты к приросту потребительских цен:

$$\text{реальная заработная плата} = \frac{\Delta \text{ номинальная зарплата}}{\Delta \text{ потребительские цены}}$$

Основными формами заработной платы являются повременная и сдельная. *Повременная заработная плата* — это оплата стоимости рабочей силы за определённое время (день, неделю, месяц). Таким образом, её размер находится в прямой зависимости от длительности отработанного времени. Фактическая оплата рабочей силы может быть разной даже при одинаковой помесячной или месячной заработной плате, если есть различия в продолжительности рабочего дня.

Более точной является система определения фактического уровня оплаты рабочей силы при исчислении заработной платы, приходящейся на один час труда. Умножая почасовую оплату труда на количество отработанных часов, мы получаем сумму *оплаты труда* за день, неделю, месяц. Эта форма оплаты широко применяется на предприятиях с регламентированным технологическим режимом (на конвейерах и других высокомеханизированных и автоматизированных режимах).

Минимальная заработная плата служит ориентиром для установления уровней доходов всех категорий занятых. Меняя её уровень, можно влиять на величину зарплаты в экономической системе страны. Установление объективной минимальной заработной платы в нашей стране — одна из важнейших задач государства. Предприниматели внимательно следят за политикой государства в этой области, и неопределённость в данном вопросе им выгодна — они не торопятся увеличивать ставки заработных плат наёмным работникам. Другой фактор, требующий не только установления минимальной заработной платы, но и существенно её увеличения, связан с участием России в мировом экономическом сообществе. Так, правительство старается повышать внутренние цены на газ, электроэнергию и иные услуги население до европейского уровня. При этом, как мы говорили, в странах Западной Европы, США, Японии средняя заработная плата в 8 раз выше, чем в России, в которой цены на основные про-

дукты питания, овощи, фрукты, молочные изделия часто превышают цены мирового рынка. Поэтому правильная, обоснованная политика в области заработной платы, пенсий, различного рода пособий в современных условиях должна учитывать всё многообразие факторов, влияющих на уровень жизни как отдельных людей, так и всего общества.

НОВЫЕ СЛОВА

- реальная и номинальная заработная плата
- повременная и сдельная заработная плата
- фактическая оплата рабочей силы • индекс стоимости жизни • бонус

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какие формы оплаты труда существуют в нашей стране?
2. В чём отличие реальной заработной платы от номинальной?
3. Как рассчитать реальную заработную плату?
4. Для чего устанавливают минимальную заработную плату?
5. Почему стоимость рабочей силы неодинакова в разных странах?

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Доход — это средства в денежной или натуральной форме, полученные в результате хозяйственной и финансовой деятельности отдельных лиц, предприятий и государства. Доходы делятся на два вида: первичные и вторичные. Первичные доходы получают собственники факторов производства (факторный доход). Это заработная плата, доход от личной собственности, доход от предпринимательской деятельности (прибыль), ссудный процент, рента. Вторичные доходы образуются в результате перераспределения первичных доходов. Это оплата труда государственных служащих и социальные трансферты, поступающие из государственного бюджета страны.
2. Доходы большинства населения образует заработная плата. Заработная плата — это не только результат действия рынка рабочей силы, но и объект государственного регулирования. Во всех странах существуют минимальные ставки заработной платы, показатели прожиточного минимума, продовольственной корзины, действует политика социальных трансфертов и т. д.
3. В силу действия закона Энгеля, по мере развития экономики и роста благосостояния общества, доля расходов на питание сокращается в пользу роста той их части, которая идёт на культурно-образовательные цели, отдых и т. п. Таким образом, экономический, технологический, культурный прогресс общества изменяет структуру расходов населения.
4. Рост семейных доходов способствует росту сбережений, однако в нашей стране этому препятствует ненадёжность банков и высокая инфляция.
5. Таким образом, потребление, т. е. доходы и расходы домашних хозяйств, динамика заработной платы оказывают влияние на экономику страны.

ГЛАВА 8. БАНКИ И БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА

- ✓ Как формировалась современная банковская система?
- ✓ Роль, значение, задачи банков.
- ✓ Классификация банков. Функции центрального банка.
- ✓ Кредитная деятельность банков.
- ✓ Депозиты.

§ 19. Банки. Формирование банковской системы

▶ Банк (от итал. banca — стол) — это особый экономический институт, осуществляющий накопление денежных средств, предоставление кредитов, проведение денежно-расчётных и других операций в соответствии с уставом и регулирующими их деятельность государственными актами.

Банки исторически формировались в течение многих столетий, прежде чем приобрели современные формы со своими особыми задачами и функциями. Первые прообразы банковского дела существовали уже в рабовладельческом и феодальном обществах.

Историки утверждают, что банки появились на Востоке уже в VII—VI вв. до н. э., когда богатая часть населения имела возможность делать сбережения, так как потребление было достаточно ограниченным из-за низкого уровня развития факторов производства (производительных сил). Позже прообразы банков появились в Древней Греции. Так, особо почитаемые языческие храмы принимали деньги богатых людей на хранение в периоды войн. Храмы были неприкосновенны для воюющих стран. Эти деньги жрецы предоставляли за процент местным купцам, нуждающимся, как и сегодня, в свободных денежных ресурсах.

В Средние века банковское дело прежде всего развивалось в торгово-промышленных городах Северной Италии. Менялы

и ростовщики — первые банковские организаторы, которые спустя столетия трансформировались в современных банкиров. Уже в те времена значительное развитие получил ростовщический кредит, а ростовщический денежный капитал исторически был одной из первых форм капитала, включая банковский капитал.

Так, банк семьи Медичи во Флоренции в XV в. был уже одним из самых могущественных. Он предоставлял займы европейским монархам и даже самому Папе Римскому.

Современные банки и банковская система. В большинстве стран мира банковская система имеет двухуровневую структуру: первый уровень образует государственный центральный банк, второй уровень — частные коммерческие банки. В России действует аналогичная банковская система, утверждённая Верховным Советом РФ в 1991 г.

Центральный банк является центром всех кредитных отношений в стране. С одной стороны, его деятельность регулируется государством, с другой — он имеет самостоятельность в проведении кредитной политики. Основными функциями центрального банка являются:

- монопольное право эмиссии (выпуска) банкнот (денег);
- установление минимальных резервов коммерческих банков, оказание им кредитной поддержки, осуществление контроля за их деятельностью;
- регулирование экономики кредитно-денежными методами;
- хранение свободных денежных ресурсов правительства в виде депозитов, передача ему всей прибыли сверх определённой, заранее установленной нормы, посредничество в платежах и кредитовании правительства.

Прообразом современных центральных банков считают Банк Англии, созданный ещё в XVII в. Его опыт был использован при создании Центрального банка России (ЦБР) в 1991 г.

Частные коммерческие банки привлекают сбережения и распределяют их между заёмщиками таким образом, чтобы процентная ставка по ссудам, займам, кредитам превышала процентную ставку по вкладам. Это превышение позволяет банкам покрывать текущие расходы и обеспечивать банковскую прибыль. Главная функция этих банков — обеспечивать передачу денежного капитала из сфер хозяйства и общества, где он накапливается, в сферы, где он используется для производства товаров и услуг или иных операций. Банки регулируют механизм распределения денежных ресурсов (капитала) по сферам и отраслям про-

изводства, а также способствуют выравниванию нормы прибыли. Банки выступают центрами хозяйственно-финансовой жизни, интенсивно участвуя в процессах укрупнения производства и финансово-банковских учреждений. Этому способствует и законодательство, которое требует от компаний и различных организаций, чтобы они хранили свои денежные ресурсы на счетах в банках. При этом они могут сами выбирать банк. Банки также аккумулируют сбережения частных лиц и домашних хозяйств. В совокупности с другими кредитно-финансовыми учреждениями — страховыми, инвестиционными, финансовыми компаниями, сберегательными и строительными кассами, пенсионными фондами — банки образуют кредитную систему страны.

В настоящее время в ряде стран количество банков исчисляется сотнями и даже тысячами, но фактически подавляющая часть операций сосредоточена в руках немногих крупнейших национальных и международных банков. Кроме того, мелкие банки в той или иной степени зависят от нескольких гигантов. Крупнейшие банки имеют многочисленные отделения, расположенные в различных предпринимательских центрах страны и за рубежом. Современные банки предлагают более двухсот банковских операций, и перечень их услуг возрастает.

Классификация банков и их кредитная (ссудная) деятельность. По своим функциям и характеру деятельности банки подразделяются на центральные (эмиссионные), коммерческие (депозитные), инвестиционные, сберегательные, специального назначения (ипотечные, сельскохозяйственные, внешнеторговые и т. д.).

По форме собственности можно выделить банки: акционерные, банкирские дома (неакционерные), кооперативные (в США — взаимные), муниципальные и коммунальные, государственные, смешанные (с участием государства), международные и межгосударственные.

Центральные банки осуществляют надзор над всей кредитной системой, являются важнейшим инструментом кредитно-денежной политики государства. Одной из главных задач центрального банка является содействие реализации правительственных программ с учётом развивающейся экономической обстановки и правительственных задач. Во многих странах центральный банк обладает статусом независимого от правительства органа, но обязан отчитываться перед правительством и высшим законодательным органом (парламентом).

Банковские операции подразделяются на пассивные, активные и комиссионные. К *пассивным* относятся операции, посредством которых банки образуют ресурсы для кредитования, к *активным* — операции, посредством которых банки используют эти ресурсы для извлечения прибыли (предоставление ссуд, покупка ценных бумаг и др.). К *комиссионным* относятся операции, выполняя которые банки получают прибыль в форме комиссионного вознаграждения.

Для привлечения депозитов (сбережений) банки повышают по ним процент (годовую плату за использование заёмных денег). Благодаря этому банк получает прибыль. Величина ссудного (кредитного) процента должна быть выше величины депозитного процента, поскольку именно эта разница и есть банковская прибыль. Чем больше разница, тем больше доход. Однако высокий ссудный процент снижает конкурентоспособность банка, ограничивая его возможности кредитования. Высокий ссудный процент резко снижает число желающих взять ссуду (кредит).

НОВЫЕ СЛОВА

- банк • ростовщический кредит
- активные, пассивные, комиссионные операции
- ипотечные, акционерные, кооперативные, коммунальные банки
- эмиссия

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Из каких звеньев состоит современная банковская система?
2. Какие типы банков действуют на практике?
3. Каковы основные функции центрального банка?
4. Как формируется банковская прибыль?
5. Почему слишком большой ссудный процент не выгоден банку?

§ 20. Кредиты

Кредиты (ссуды) коммерческих банков различаются по назначению и принципам. *Краткосрочные кредиты* выдаются торгово-промышленным предприятиям для финансирования разного рода торговых и иных операций.

Долгосрочные ссуды предоставляются под крупные проекты, связанные со строительством или модернизацией промышленных или инфраструктурных предприятий и объектов. *Ссуды под*

зalog недвижимости представляют собой ссуду с погашением в рассрочку.

Ссуда частным лицам выступает как потребительская ссуда для покупки потребительских товаров длительного пользования и возвращается по частям.

Ссуды под ценные бумаги предоставляются для приобретения акций и других ценных бумаг. *Сельскохозяйственные ссуды* выдаются фермерам для покрытия расходов и осуществления инвестиций в сельское хозяйство.

Другие кредиты — это средства, которые предоставляются органам власти, небанковским финансовым учреждениям, иностранным банкам и иностранным официальным органам. Они могут быть долгосрочными, среднесрочными и краткосрочными.

Принципы кредитования:

- срочность (на какой срок предоставляется кредит);
- платность (каков процент по кредиту);
- возвратность (возможность досрочного погашения кредита);
- гарантированность (предоставление финансовых гарантий, залога, поручительств);
- целевой характер (приобретение жилья по ипотеке, потребительский кредит, покупка автомобиля, на образование и т. п.).

В составе активных банковских операций необходимо выделить операции по лизингу и факторингу. *Лизинг* — это долгосрочная аренда зданий, машин, сооружений производственного назначения, *факторинг* — система финансирования, согласно которой поставщик товаров переуступает краткосрочные требования по товарным сделкам факторинговой компании.

Все виды банковских операций осуществляются на кредитной базе или на комиссионной основе (за счёт клиентов). Они предполагают получение комиссионного вознаграждения. Банковские операции приносят банку банковскую прибыль. Она фиксируется как разница между суммой процентов заёмщиков (активные операции) и суммой процентов вкладчика (пассивные операции). Другие доходные статьи банков (помимо банковской прибыли) — это прибыль от инвестиций, биржевых операций и комиссионное вознаграждение за банковские услуги.

К комиссионным операциям относится выполнение отдельных поручений клиентов за определённое вознаграждение — комиссию. Это посреднические (перевод, инкассо и аккредитив), гарантийные и доверительные операции.

Банковская гарантия — поручительство банка-гаранта за своего клиента. Банк берёт на себя обязательство по поручению и за счёт клиентов в случае неуплаты клиентом в срок причитающихся с него платежей произвести платёж за свой счёт. Такая гарантия выдаётся банком, как правило, под соответствующее обеспечение.

Чем больше сумма, выдаваемая банком в кредит, тем больше гарантий со стороны заёмщика требует банк. Часто банк требует предоставить поручителей, прежде чем выплатить сумму по кредиту. Граждане не всегда знают, что, становясь поручителями, они фактически принимают на себя те же обязательства, что и сам заёмщик. В случае невыплаты суммы кредита и процентов по нему самим заёмщиком в силу разных обстоятельств банк вправе взыскать деньги с поручителей в полном объёме, включая штрафы (пени) за просрочку платежа.

В развитых странах система кредитования физических и юридических лиц представлена очень широко. Многие банки заключают между собой соглашения, создавая базы данных на всех заёмщиков за многие годы. Таким образом, у каждого человека складывается его собственная «кредитная история». Если гражданин, беря ссуду, всегда вовремя её погашал, он становится надёжным заёмщиком, и банки охотно предоставляют ему новый кредит. «Кредитная история» помогает предотвратить мошенничество, когда некоторые люди берут кредит в одном банке, не погашают его, а обращаются за следующим кредитом в другой коммерческий банк и т. д. Банки всячески борются с «невозвратными кредитами». Они страхуют себя от убытков, несколько завышая процент по кредиту, так как заранее включают в него некую сумму, которая предположительно может быть не возвращена недобросовестными заёмщиками.

Одна из форм кредитования банками населения — потребительский кредит, который можно использовать для приобретения товаров или оплату различного рода расходов личного характера.

В современной России потребительский кредит становится всё более удобным и востребованным. Условия получения улучшаются, суммы кредитов увеличиваются, а проценты становятся меньше. В первую очередь эта тенденция обусловлена лёгкостью получения данного вида кредита и относительно небольшими процентами по нему.

С одной стороны, потребительские кредиты имеют ряд преимуществ: возможность получить те вещи, которых без использования кредита пришлось бы очень долго ждать или которые

были бы просто недоступны; кредит позволяет оплачивать непредвиденные срочные расходы (ремонт автомобиля, квартиры, оплата отпуска); осуществление платежа между банком и какой-либо организацией или единовременное предоставление средств клиенту намного безопаснее.

С другой стороны, сам потребительский кредит имеет и ряд недостатков, главный из которых — неподготовленность населения к тому, что так легко доставшиеся вещи или услуги потом придётся длительное время оплачивать. Неумение рассчитать приемлемый для выплат уровень займов (что обусловлено как низкой финансовой культурой большинства населения, так и нестабильностью экономической ситуации) в перспективе грозит серьёзными проблемами не только плательщикам кредитов, но и банкам, предоставляющим данный вид кредитования.

В настоящее время очень популярна такая форма кредитования, как пластиковая кредитная карта. Многие банки широко рекламируют свои услуги, предлагая клиентам свои кредитки, особенно тем, у которых хорошая «кредитная история» или высокая зарплата. Суть таких кредитов состоит в том, что покупателю предлагается оплатить свои покупки кредитной картой банка, а деньги за покупку положить на счёт позже. Как правило, срок внесения денег на карту бывает небольшим (1—2 месяца со дня покупки). При этом, если платёж просрочен, банк взимает с держателя карты очень высокий процент (30—50% годовых, иногда и больше). Но даже если платежи всегда поступали в срок, банк списывает со счёта клиента деньги за обслуживание карты, берёт высокий процент за снятие наличных денег с банковской карты и т. п.

Многие магазины, торгующие товарами широкого потребления, заключают с банками договоры и продают товары в кредит. Иногда, обманывая покупателя, продавцы заявляют о беспроцентном кредите. Как правило, они просто изначально завышают цену на свой товар, включая в его стоимость проценты по кредиту.

При заключении договора по кредитованию с банком необходимо знать условия досрочного погашения ссуды. Ведь банку не выгодно, если кредит будет выплачен заёмщиком досрочно, так как он потеряет часть процентов. Поэтому некоторые банки устанавливают штрафные санкции.

Закон Российской Федерации обязывает банки предоставлять заёмщику полную информацию об условиях кредита, процентах, сроках и размерах выплат, указывать конечную сумму, подлежащую возврату кредитору.

НОВЫЕ СЛОВА

- лизинг • факторинг • поручитель • банковская гарантия
- «кредитная история» • кредитная карта

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Раскройте сущность принципов кредитования.
2. Какова роль поручителя по кредиту?
3. В чём преимущества и недостатки пластиковых кредитных карт?
4. Что такое «кредитная история»?
5. Рассчитайте окончательную сумму ссуды и ежемесячные выплаты по кредиту на потребительские нужды в размере 100 000 р. сроком на 3 года при ставке 20% годовых. (Учтите, что годовой процент суммируется, т. е. каждый следующий год берётся 20% к сумме с процентами предыдущего года.)

§ 21. Депозиты

Депозит (от лат. depositum — вещь, отданная на хранение) имеет два значения. Первое — это денежные средства или ценные бумаги (акции, облигации), помещаемые для хранения в кредитные учреждения (банки, сберегательные кассы); второе — денежная сумма (ценные бумаги), вносимая должником в судебные учреждения для передачи кредитору. Депозит как форма хранения денежных сбережений населения называется вкладом и вносится наличными деньгами или безналичным путём. Доходы по вкладам свободны от обложения налогами и сборами.

Депозит банковский — это денежные суммы, помещаемые на хранение в банк от имени частного лица, корпорации, государственной организации, клиента банка. В банковской отчётности такие депозиты отражаются как пассивы.

Различают срочные депозиты, депозиты до востребования, депозиты гарантийные и др.

Срочный депозит — это вклад на определённый срок (обычно на 3, 6, 12 месяцев; 2, 3, 5 лет); депозит «до востребования» может быть изъят в любое время; **гарантированный депозит** подлежит возвращению при любых обстоятельствах, происшедших с депозитарием.

Клиенты банка вкладывают деньги с целью получения дохода. Наибольший процент по депозиту выплачивается по долгосрочным вкладам, так как банк может свободно распоряжаться этими деньгами, предоставляя кредиты тем, кто нуждается в денежных средствах в данный момент. Как правило, при досрочном снятии

денег вкладчиком проценты по вкладу не выплачиваются (если только в договоре не были зафиксированы особые условия). Кроме того, размер дохода зависит и от суммы вклада: чем она больше, тем больше процент. При открытии срочного вклада банк заключает с клиентом договор, в котором описываются условия вклада, возможность пролонгации (т. е. продления срока депозита на тех же условиях, если вкладчик по какой-то причине не захотел снимать деньги по истечении срока). В Российской Федерации банки принимают денежные средства на депозиты в рублях и иностранной валюте (долларах США и евро). Стать вкладчиком банка можно только по предъявлении паспорта, т. е. с 14 лет.

Вклады «до востребования» удобны для клиентов, которые производят расчёты за различные услуги или оплачивают товары безналичным образом, переводя деньги со своего счёта в адрес получателя. Так как банк не может свободно распоряжаться этими деньгами, процентная ставка по вкладу является минимальной и составляет десятые доли процента за год. Кроме того, на такой вклад могут поступать деньги от заработной платы, пенсии, пособия и т. п. Современным аналогом вклада «до востребования» является дебетовая пластиковая банковская карта. Владельцы такой карты могут снимать деньги наличными в банкомате, оплачивать покупки в магазине, производить расчёты по коммунальным платежам и т. п. Однако размер выплат по карте ограничен суммой денег, которая поступила на счёт держателя карты. Обычно банк не выплачивает проценты по вкладу владельцу банковской карты, а наоборот, может снимать некоторую сумму за обслуживание. Эти деньги идут на установку банкоматов, оплату труда работников банка, обеспечение конфиденциальности, разработку новых компьютерных программ и т. п.

Также некоторые банки предоставляют услуги по хранению ценностей в особых банковских ячейках в специально оборудованном помещении — депозитарии.

НОВЫЕ СЛОВА

- срочный депозит • депозит «до востребования»
- гарантийный депозит • пролонгация вклада
- дебетовая банковская карта • депозитарий

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какие вклады (депозиты) обладают большей доходностью: краткосрочные, долгосрочные, «до востребования»?
2. Чем дебетовая банковская карта отличается от кредитной?

3. Клиент банка положил на депозит сумму 20 000 р. сроком на 1 год под 6% годовых. Какую сумму он получит, если захочет забрать деньги через полгода?
4. Ознакомьтесь с условиями депозитов в ближайшем банке. Какой вид вклада вы бы выбрали? Рассчитайте предполагаемый доход по вкладу.
5. Что должен знать потенциальный вкладчик, выбирая банк для размещения своих денег?

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Современные банки осуществляют аккумуляцию денежных средств и накоплений, предоставляют кредиты, проводят денежные расчёты, выпускают в обращение денежные средства, проводят эмиссию ценных бумаг и другие операции. Быстрое развитие банков обусловлено требованиями развития современной экономики, её производственного аппарата, а также потребностями общества, людей.
2. Банки развиваются как особые финансовые предприятия, организующие движение ссудных (кредитных) капиталов. Основная их цель — получение прибыли. Они во многих случаях становятся акционерными обществами, что значительно расширяет возможности их роста и проникновения во все сферы предпринимательства.
3. Банки собирают свободные денежные средства и отдают их в ссуду на различные сроки. Они ведут текущие счета предприятий и производят расчёты между ними. Эти операции вырастают до больших размеров и способствуют развитию производительных сил. Постепенно среди банков выделяются наиболее крупные национальные и международные банки.
4. Банковская система, как правило, имеет двухуровневую структуру, которая включает государственный центральный банк и частные коммерческие банки. Последние классифицируются по своим операциям на разные типы и формы, каждый из которых обладает своей спецификой в зависимости от сферы деятельности. В России первый уровень банковской системы — это Центральный банк России с отделениями в регионах; второй уровень — коммерческие частные, акционерные и прочие банки. Во второй уровень входят и государственные банки: Сбербанк России, Сельхозбанк России, а также Внешторгбанк и Внешэкономбанк России.
5. Банки осуществляют многочисленные денежные операции: они аккумулируют сбережения и иные поступления от частных и юридических лиц и предоставляют кредиты (ссуды) для использования в инвестиционных и иных целях. Эти кредиты предоставляются на разных условиях, в зависимости от статуса кредитуемого лица (государственное учреждение, крупная частная компания, рядовой гражданин и т. д.), а также на разные по длительности сроки. Принципы кредитования — срочность, платность, возвратность, гарантированность и целевой характер использования кредита.
6. Банки осуществляют также важные депозитные операции, обеспечивая хранение денежных средств и ценных бумаг, а также поступления от должников по решению судебных учреждений (для передачи кредитору).

ГЛАВА 9. ДЕНЬГИ И ФИНАНСЫ

- ✓ В чём заключается сущность денег?
- ✓ Основные задачи и функции денег.
- ✓ Как работает денежный (финансовый) рынок?
- ✓ Денежное равновесие.

§ 22. Происхождение и функция денег

Деньги — это особый товар, который обладает способностью обмениваться на другие товары и удовлетворять любые потребности, поскольку выступает всеобщим эквивалентом (мерилом ценности).

С момента появления денег мир разделился на два лагеря — товары и деньги. Товары олицетворяют потребительную стоимость, деньги — меновую стоимость. Деньги приобрели самостоятельность, а стоимость всех товаров имеет денежную форму. Таким образом, стоимость — это денежное выражение товара или услуги.

Деньги — это особое общественное средство, выполняющее роль всеобщего эквивалента, которое выражает стоимость всех остальных товаров.

История появления денег. Первоначально роль денег на ранних стадиях развития общества выполняли самые различные предметы — красивые и редкие камни, орудия войны и труда, животные и даже черепа людей.

Однако эти предметы имели ограниченное применение и часто не могли выполнять меновую роль. Деньги появились в результате необходимости применения всеобщего эквивалента, к которому могли быть приравнены все товары, которыми торговали в данном регионе.

ЭТО ИНТЕРЕСНО!

Как свидетельствуют дошедшие до нас документы и находки, на Каролинских островах подати выплачивали феями, т. е. каменными «деньгами». Они представляли собой круглые, плоские, просверленные в центре каменные диски. Эти «деньги» достигали иногда огромных размеров — до 5 м в диаметре. Поэтому владельцы выставляли их перед хижинами, и сборщики налогов прямо на них отмечали факт взимания очередного залога с этих денег. В Азии, Африке, Океании в качестве денег использовали зубы зверей (клыки кабанов, собак), перья птиц (голубей, колибри), черепа, стеклянные бусы, предметы из металла (наконечники копий, ножи, гвозди); ткани, золотой песок и слитки.

Существует две концепции происхождения денег: рационалистическая и эволюционная. Первая объясняет происхождение денег как итог соглашения между людьми, убедившимися в том, что для товарообмена необходимы специальные инструменты. Согласно второй концепции, деньги появились в результате эволюционного процесса, который помимо воли людей привёл к тому, что некоторые товары выделились из общей товарной массы и заняли особое место в товарообмене, выполняя роль всеобщего эквивалента.

Первая, рационалистическая теория происхождения денег впервые была изложена Аристотелем в работе «Никомахова этика». Он отмечал, что монета (в тот период деньги имели вид монет) является результатом общего соглашения людей и поэтому имя её «номисма» (монета) означает, что она существует не по природе, а по установлению. Денежная единица, позволяющая соизмерять разные товары, носит условный характер. Эта идея Аристотеля была законодательно воплощена в античном и средневековом обществах. Одно из положений римского права гласит, что император декретирует стоимость денег. Идея о деньгах как о договоре безраздельно господствовала до конца XVIII в., когда достижения в области археологии существенно поколебали её. Вместе с тем многие положения Аристотеля воплотились в трудах современных западных экономистов, рассматривающих деньги как искусственную социальную условность, продукт соглашения между людьми. Сегодня эта концепция подтверждается и реализуется в применении в качестве денег декретированных национальных бумажных денежных средств и совместно разработанных развитыми странами международных счётных денежных единиц в качестве международного платёжного средства.



Рис. 11. Русские монеты X—XIII вв.

Слово «деньги» происходит от латинского *pecus* — «скот». На протяжении длительного времени скот выполнял функцию денег среди племен, населявших землю. В Древней Руси княжеская казна также называлась скотницей; в качестве денег были скот и меха, бронза, медь и медные изделия, а затем золото и серебро.

Абсолютные позиции золото и серебро завоевали лишь в XVI в., когда начало формироваться единое мировое хозяйство. Не только особые свойства золота (однородность, способность делиться на мелкие части, высокая ценность в небольшом объеме, возможность длительного хранения и транспортировки и т. п.), но и его древний мистический характер обеспечили ему привилегированное положение всеобщего мерил ценности товара. Роль всеобщего эквивалента в пределах государства золото выполняло в виде монет разной чеканки и внешнего обрамления (рис. 11).

ФУНКЦИИ ДЕНЕГ

Деньги выполняют пять основных функций:

- меру стоимости;
- средство обращения;
- средство платежа;
- мировые деньги;
- сокровища.

Мера стоимости означает стоимость товара в деньгах; когда стоимость превращается в форму цены. Эта функция деньгам была присуща изначально, при этом в качестве единицы измерения денег использовался масштаб цен — денежная единица с делениями, например 1 р. = 100 к., 1 долл. = 100 центов и т. д.

Средство обращения подразумевает, что деньги выступают своего рода посредником в обмене, обеспечивая акты купли-продажи.

При продаже товаров деньги приобретают форму *средства платежа*, выполняя платёжную функцию.

Деньги как *сокровища* исторически обеспечивали надёжную сохранность излишних ресурсов для их владельцев в форме золота и иных драгоценностей. Они, естественно, подлежали изъятию из обращения и лишь тогда становились сокровищами.

Своё завершение как универсальный всеобщий эквивалент деньги получили, приобретя функции *мировых денег*.

На основе перечисленных функций денег образовался закон денежного обращения, установивший зависимость количества денег в обращении от суммы цен товаров и услуг, проданных за наличные и в кредит, взаимопогашаемых платежей и скорости обращения денег.

Усложнение производства, интенсивные хозяйственные связи, увеличение числа субъектов рынка было причиной кредитных операций с необходимыми долговыми обязательствами — первоначально с векселями, затем с банкнотами и чеками.

Вексель — это документ, удостоверяющий право владельца векселя получить указанную в векселе сумму в определённое время в определённом месте определёнными лицами.

Банкнота — самая развитая форма кредитных денег. Переход долговых требований от одного лица к другому позволяет кредитным деньгам попасть в обращение. Вплоть до 30-х гг. XX в. банкноты обменивались на золото и обращались по законам золотых денег; сейчас они приравнены к бумажным деньгам.

Бумажные деньги и законы их обращения. Устойчивость функции денег как средства обращения, а также изнашиваемость монет по мере употребления (золотая монета за 30 лет обращения теряет 1,5—2% своего веса) требовали замены золотых денег. Ограниченность золотых запасов и всё возрастающие потребности мирового хозяйства в денежных средствах привели в итоге к появлению бумажных денег.

Бумажные деньги — это денежные знаки, не имеющие собственной стоимости и заменяющие полноценные золотые деньги в функции средства обращения (рис. 12).

Сегодня в мире обращения используются бумажные деньги, выполняющие две функции, — меры стоимости и средства обра-

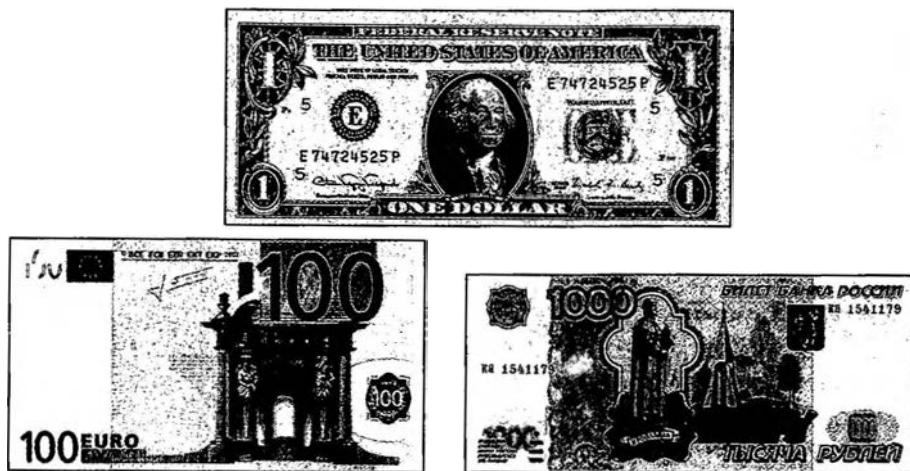


Рис. 12. Бумажные деньги — банкноты США, Европейского союза, России

щения. Очевидно, что использование бумажных денег в качестве меры стоимости и средства обращения возможно лишь в том случае, если все денежные знаки обеспечены соответствующей товарной массой на рынке. Такую роль бумажные деньги выполняют как представители всей совокупности товаров в той или иной стране. Отныне всякий товар обменивается на бумажные деньги, выражая свою стоимость через приравнивание к множеству товаров. Следовательно, суть товарной сделки не в определённой сумме денежных знаков, а в том количестве потребительских стоимостей, которое можно получить за реализованный по этой цене товар. Только в силу этого бумажные деньги приобретают способность быть всеобщим эквивалентом.

При этом существует опасность: если страна выпускает чрезмерно много денег, а её банковская система вбрасывает огромное число ценных бумаг, объёмы которых превышают масштабы реальных стоимостей произведённых благ, деньги обесцениваются, что неизбежно вызывает кризис.

НОВЫЕ СЛОВА

- деньги • всеобщий эквивалент • потребительская стоимость
- меновая стоимость • мера стоимости • средство обращения
- средство платежа • мировые деньги • сокровища • вексель
- банкнота

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое деньги? Какие функции выполняют деньги в экономике?
2. Какие предметы использовались в качестве денег до появления золотых монет?
3. Почему золото и серебро стали мировыми деньгами?
4. Какова роль бумажных денег в экономике?
5. Может ли государство печатать бумажные деньги в любом объёме? К каким последствиям это может привести?

§ 23. Денежная масса M_1 . Денежный рынок

Экономисты сходятся во мнении, что эмиссию денег (производство денег, их печатание) необходимо контролировать. В стране должно быть столько денег, сколько требуется для нормального функционирования экономики и выполнения других общественных задач. В узком смысле денежная масса обозначается символом M_1 и состоит из двух элементов:

- наличных денежных средств — металлических и бумажных денег;
- чековых депозитов, т. е. вкладов в коммерческих банках, сбербанках и других аналогичных учреждениях, на которые могут быть выписаны чеки, в том числе и текущие счета.

Деньги (M_1) = наличные деньги + чековые депозиты.

Денежный (или финансовый) рынок. Структура и механизм денежного рынка. Любой вид деятельности на рынке предполагает наличие денежных ресурсов, которые можно приобрести, например, в банке (финансовом рынке). Основными финансовыми средствами являются *деньги и ценные бумаги* (акции и облигации). Акции и облигации свободно продаются и покупаются на рынке. Люди покупают их в надежде на получение дивиденда (дохода). Но вкладывание денег в ценные бумаги связано с риском, поскольку финансовый рынок не статичен, на одни акции цены повышаются, на другие — падают. Такова динамика рынка и предугадать его колебания невозможно. Поэтому дивиденды часто рассматриваются как плата за риск.

Банк не может свободно распоряжаться всеми средствами, которые вкладчики положили на депозиты. Определённую часть денег банки должны сохранять в качестве *обязательных резервов*. Норму обязательных резервов устанавливает центральный

банк страны (в США центральный банк даже называется Федеральной резервной системой (ФРС)). Обязательные резервы перечисляются банками в ЦБ. Если возникает ситуация, при которой вкладчики устремляются в банк, чтобы забрать свои вклады раньше срока (даже потеряв при этом доход от процента), ЦБ может предоставить коммерческому банку средства в виде кредита, чтобы он смог расплатиться со своими вкладчиками.

На денежном рынке происходит купля-продажа денежных (финансовых) средств. Этот рынок состоит из:

- рынка ссудных капиталов или банковских ссуд (банковский кредит);
- рынка ценных бумаг (РЦБ).

Коммерческие банки предоставляют не только кредитные средства, но и ценные бумаги посредникам рынка. Посредники рынка ценных бумаг, в свою очередь, могут продавать банкам ценные бумаги.

Банки, как правило, дают краткосрочные ссуды (на срок не более года), а выпуск ценных бумаг обеспечивает им важную возможность получить деньги на *длительный* срок (от облигаций) или в *бессрочное пользование* (от акций). Поэтому финансовый рынок подразделяется на денежный рынок и рынок капитала. На денежном рынке сделки совершаются с краткосрочными финансовыми средствами, а на рынке капиталов — с долгосрочными. Чёткой границы между этими рынками не существует, поскольку облигации, например, имеют разные сроки погашения.

Инвестиционный капитал. Для расширения производства фирмам постоянно требуются деньги. Им всегда не хватает собственных средств, и они ищут дополнительные денежные средства. Такие денежные средства называют инвестиционным капиталом. Формируется инвестиционный капитал из собственных сбережений предприятия (нераспределённая прибыль, амортизационные отчисления) и заёмных сбережений (временно свободные денежные средства других предприятий, населения). Непосредственное превращение в инвестиции происходит лишь у собственных (личных) сбережений (например, кто-то приобретает участок земли, используя свой вклад в банке). «Чужие» сбережения, чтобы стать инвестиционным капиталом, должны пройти через денежно-финансовый рынок. На рынке капитала с помощью посредника (банка) эти сбережения превращаются в денежно-финансовые средства и только затем используются на покупку факторов производства.

Равновесие на денежно-финансовом рынке. Как и любой рынок, финансовый складывается из спроса и предложения и, конечно, соответствующей цены за предоставление денег. Спрос на деньги создают фирмы, банки и государство. Первым, как мы уже говорили, постоянно не хватает собственных средств. Вторые выступают в роли «поставщиков» этих денег. При этом государство одновременно является и «поставщиком» денег, и регулятором правил денежного регулирования.

На денежном рынке предложение создаётся индивидуальными лицами, у которых доходы превышают расходы. Они — заимодатели или кредиторы. Денежный рынок обеспечивает полный и быстрый перелив сбережений в инвестиции по той цене, с которой соглашаются и покупатели, и продавцы. Такая цена на деньги называется *процентом*.

Центральный банк является крупным кредитором для коммерческих банков страны. Он ссужает банки деньгами под определённый процент, который называется *ставкой рефинансирования*. Денежная политика государства состоит в манипулировании ставкой рефинансирования. Повышая процентную ставку, центральный банк вынуждает коммерческие банки повышать ставку и по собственным кредитам, тем самым количество сделок по кредитам может уменьшаться. И наоборот, уменьшая ставку рефинансирования, центральный банк стимулирует коммерческие банки к выдаче кредита под более низкие проценты, что может привести к увеличению инвестиций и оживлению экономики страны в целом. Тем самым центральный банк оказывает сильнейшее воздействие на кредитную экспансию частных банков. Понижение ставки ведёт к росту инвестиционной активности банков, а повышение, наоборот, снижает банковскую экспансию, поскольку происходит удорожание кредита. Как правило, государство повышает процентную ставку в период экономического роста для ослабления «перегрева» экономики, а также в качестве антиинфляционного инструмента. Это, кстати, излюбленный приём Центрального банка России все последние годы. Удорожание кредита и ограничение притока денег в кредитную систему («сжатие кредита») называется политикой «дорогих денег». Когда происходит спад деловой активности, государство проводит снижение ставки процента по кредитам. Удешевление кредита и расширение ресурсов кредитной системы стимулирует рост производства — политика «дешёвых денег». Такая политика проводилась практически всеми странами мира в период нынешнего мирового кризиса, однако Центральный банк РФ «держал»

процентную ставку на очень высоком уровне в 13%, ссылаясь на инфляцию в 12%. Правда, позднее он снизил её до 12% и даже до 1,5% в 2010 г.

За счёт изменения ставки рефинансирования достигается определённое денежное равновесие: количество предложенных и требуемых денег выравнивается при более высокой процентной ставке. При нехватке денег государственному центральному банку, следующему в курсе правительственной финансово-экономической политики, приходится выбирать между высоким процентом, ведущим к снижению деловой активности, и низкой ставкой рефинансирования, которая должна оживить экономику, но может «разогнать» инфляцию. Рост предложения денег создаёт их избыток, в результате чего увеличивается спрос на облигации и акции, цена на них повышается. Процентная ставка падает, и на денежном рынке восстанавливается равновесие. Это, конечно, достаточно условная схема, но она тем не менее даёт представление о динамике движения денежно-финансового рынка.

Установление равновесия на денежном рынке можно изобразить графически (рис. 13).

Недостаток денег (S_{m1}) ведёт к «затуханию» экономической активности, избыток (S_m) — к инфляции.

Ставка банковского процента зависит не только от спроса и предложения на денежном рынке. На её величину помимо политики государства влияет инфляция, общая ситуация в экономике

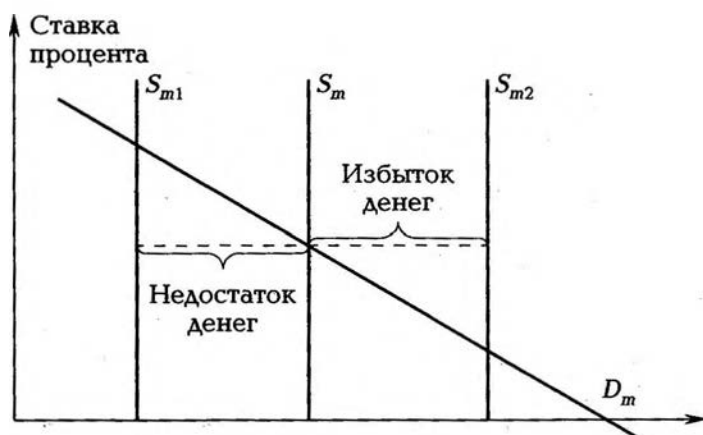


Рис. 13. Равновесие на денежном рынке

и другие факторы. Но это вовсе не означает, что если, к примеру, инфляция составляет 10%, то банковский процент непременно должен быть выше 10%. Инфляция не оказывает на банковский процент *прямое пропорциональное воздействие*, но банки часто обосновывают установленный ими высокий процент на кредит именно инфляцией, добиваясь максимальной прибыли за предоставление кредитных ресурсов. При этом они, конечно, ориентируются на процентную ставку центрального банка.

Поскольку уровень инвестиций в экономике определяется состоянием денежно-финансового рынка, и прежде всего ценой денег, то ставка банковского процента — это мощный импульс к инвестированию — росту или снижению. Прямая «увязка» процента с общим показателем инфляции сдерживает инвестиционную активность фирм. И это дорого обходится обществу, так как фирмы не могут заимствовать кредиты за высокий процент. Поэтому они сокращают инвестиционные программы, что приводит к росту безработицы, сокращению производства товаров и услуг.

Индивидуальные инвесторы — это частные лица, которые выступают крупнейшими вкладчиками инвестиционного капитала. Их личные сбережения существуют в разных формах: банковских депозитах, сертификатах, пенсионных фондах, облигациях государственных займов, корпоративных ценных бумагах, страховых полисах. Они выступают посредниками или промежуточными заёмщиками, образуя институциональную структуру финансового рынка. *Главными институциональными инвесторами* являются коммерческие банки, кредитные союзы, страховые компании, пенсионные фонды, инвестиционные банковские фонды.

НОВЫЕ СЛОВА

- денежная масса • акции • облигации • инвестиционный капитал
- норма обязательных резервов ЦБ • ставка рефинансирования ЦБ
- политика «дорогих денег» • политика «дешёвых денег»

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какие задачи выполняют центральные банки?
2. Что такое норма обязательных резервов ЦБ? Для чего она нужна?
3. Как должен измениться процент по кредитам, предоставляемым коммерческими банками фирмам и населению, при уменьшении ставки рефинансирования ЦБ?
4. При каком условии валюта страны может обесцениваться?

5. Объясните, почему сообщения о снижении ставки рефинансирования Федеральной резервной системой (ЦБ) США ведут к укреплению курса доллара на международных валютных торгах.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Деньги — основа финансово-кредитной системы.
2. Главная причина появления денег — необходимость обеспечить обменные операции хозяйственной деятельности человека. В качестве первых денег выступали самые ценные предметы (объекты) или блага. Основным свойством денег всегда являлась способность выполнять функции средства обмена и средства измерения ценности товара, а также средства сбережения. Эти их свойства ценились ещё в традиционном обществе.
3. Деньги позволили не только сформировать механизм цен, но и упорядочили всю хозяйственную жизнь, создали предпосылки для бурного развития экономики, усилили интенсивность движения товаров, услуг, людей, капиталов по всему миру.
4. Важное значение имеет сохранение равновесия этой денежно-финансовой системы. Это означает, что в обращении должно быть ровно столько (по объёму) денег, сколько требуется для реальных нужд общества. Всякое увеличение или уменьшение денежной массы сверх этого (оптимальности) нарушает равновесие и ведёт к сбоям в экономике, росту цен, инфляции.
5. Чем больше у человека стремление застраховать себя от возможных неурядиц, тем больше он склонен держать запас наличных денег. Предпочтение ликвидным средствам объясняется общепринятым требованием кредитора получить за временное предоставление денег возмещение в форме процентов от заёмщика. Проценты служат ценой за временный отказ кредитора от своей ликвидности.
6. Деньги не являются единственным средством накопления. Покупательная способность может также накапливаться в виде ценных бумаг или недвижимости. Такие вложения (в отличие от денег) могут давать доход в форме процентов или арендной платы. Однако они не представляют собой ликвидные накопления и при определённых условиях могут обмениваться опять на деньги лишь с убытком. Часто они заменяют деньги, если стабильность последних не обеспечена.
7. Как всеобщее средство обмена и как средство накопления стоимости, деньги позволяют переносить стоимость во времени и пространстве. В связи с этим деньги могут быть как наличными, так и безналичными, для чего их часто заменяют чеками или векселями. Векселями пользуются в основном предприятия, а чеками частные лица. При современной компьютеризации финансовой системы всё чаще применяются дебетовые и кредитные карточки. Таким образом, в денежном обороте участвует всё меньше наличных денег.
8. Вся денежная масса классифицируется на наличные деньги и чековые депозиты (вклады в банках и прочих финансовых учреждениях). Основными сред-

ствами на денежном рынке являются деньги и ценные бумаги. Вложение денег в ценные бумаги связано с определённым риском.

9. На денежном рынке происходит купля-продажа финансовых (денежных) средств. Этот рынок состоит из рынка ссудных капиталов, т. е. банковского кредита и рынка ценных бумаг Центрального банка России. Банки, как правило, предоставляют краткосрочные ссуды (не более 1 года), в то время как выпуск ценных бумаг обеспечивает возможность получить деньги на длительный срок.
10. Для развития производства фирмам нужны деньги, поскольку собственных ресурсов, как правило, им не хватает. Но они не всегда могут получить кредит в банках. Дело в том, что центральный банк устанавливает общую ставку рефинансирования для кредитных операций. Если ЦБ установил ставку в 10%, то коммерческие банки могут предоставить кредит не ниже ставки процента ЦБ, например 11% и выше. С одной стороны, при этом достигается некоторое равновесие денежной системы, а с другой — ограничивается доступность к инвестиционному капиталу.

ГЛАВА 10. ФОНДОВАЯ БИРЖА

- ✓ Фондовая биржа, причины её появления и задачи.
- ✓ Характер деятельности фондовой биржи.
- ✓ Фондовый рынок и его механизмы (инструментарий).

§ 24. Фондовые биржи, их деятельность

История появления фондовых бирж. Первые биржевые площадки возникли в XII—XV вв. в основных торговых городах Италии (Венеции, Генуе, Флоренции), Франции (Шампани), Бельгии (Брюгге), Англии (Лондоне) и др. Название «биржа» (Borsa) произошло от старинного купеческого семейства Van der Burse, на гербе которого были изображены три кожаных мешка (der buerse). Их дом стоял в Брюгге на площади, на которой проходили вексельные торги. Первые биржи, таким образом, носили характер вексельных ярмарок. Другое толкование слова «биржа» происходит от латинского слова bursa — «кошелёк». В Брюгге возле дома знаменитого менялы и маклера, герб которого состоял из трёх кошельков, располагалась одна из первых бирж.

В XVI в. уже активно функционировали две фондовые биржи — одна в Антверпене, другая в Лионе. Здесь проходили торги не только с векселями, но и с государственными займами, а также устанавливались официальные биржевые курсы. В XVII в. заработала старейшая в мире Амстердамская фондовая биржа. На ней впервые как объект биржевой торговли появляются акции. В конце XVII в. была образована Лондонская фондовая биржа LSE (London Stock Exchange), которая сегодня является второй биржей в мире (после Нью-Йоркской) по величине объёмов торговли фондовыми инструментами. На Лондонской бирже впервые стали использоваться слова «бык» (bull) и «медведь» (bear) применительно к торговцам ценными бумага-

ми. «Бык» обозначает повышающую тенденцию при продаже акций на бирже, «медведь» — понижающую.

Первая российская биржа открылась в Петербурге в 1703 г. На ней обращались в основном товары и векселя. В 1914 г. в России насчитывалось уже 115 бирж. Однако в 1930 г. в СССР все биржи были закрыты.

Родоначальником современных фондовых бирж считается Англия. В конце XVII в. здесь существовало много акционерных обществ, в основном в области внешней торговли. Покупка и продажа акций стали осуществляться с помощью посредников — брокеров. В результате образовался рынок ценных бумаг. В те времена сделки заключали прямо на улице, отсюда в обиход вошло выражение «уличный рынок».

Широкое распространение торговля акциями получила с началом промышленного переворота (конец XVIII — начало XIX в.). С 1773 г. совершение сделок с ценными бумагами стало профессией. Биржевые брокеры Лондона в 1773 г. арендовали часть королевской меняльни, а в 1802 г. они построили здание фондовой биржи на участке в Кейпел-Корт, где она размещается до настоящего времени. Одновременно были приняты устав и другие правила, регулирующие деятельность бирж, предотвращающие «тёмные» сделки и не допускающие сделки с биржевыми дельцами с плохой репутацией. Так появилась Лондонская биржа. Первая американская фондовая биржа возникла в 1791 г. в Филадельфии, а в 1792 г. появилась Нью-Йоркская фондовая биржа. На современной Нью-Йоркской фондовой бирже концентрируется более половины всего мирового биржевого оборота.

Современная фондовая биржа. Все действующие в настоящее время биржи можно разделить на четыре основных вида. На товарно-финансовом рынке действуют три вида бирж: фондовая, валютная и товарная, а рынок рабочей силы организует биржа труда (табл. 3). Иногда одна биржа может совмещать функции фондовой, валютной и товарной.

▶ **Фондовая биржа** — это форма организации торговли ценными бумагами, осуществляемая регулярно по заранее установленным правилам. Она формирует рыночную цену ценных бумаг, распространяет информацию о них. Выполнение этих функций фондовой биржей связано с деятельностью посредников — брокеров и инвестиционных дилеров. Брокер сводит продавца и покупателя ценных бумаг и за это получает комиссионное вознаграждение. Дилер не только сводит продавца и покупателя, но и покупает на

Таблица 3

ХАРАКТЕРИСТИКИ ОСНОВНЫХ СОВРЕМЕННЫХ БИРЖ

Биржа	Функции	Рынок
Фондовая	Купля-продажа ценных бумаг: акций и облигаций корпораций, а также облигаций государственных займов	Ценных бумаг
Валютная	Купля, продажа, обмен иностранных валют и девизов (эти операции также осуществляются банками)	Валютный
Товарная	Оптовая торговля массовыми стандартизированными товарами (зерно, сахар, кофе, хлопок, металлы и пр.)	Товаров
Труда	Посредничество между предпринимателями (подбор кадров) и наёмными работниками (трудоустройство)	Рабочей силы

свое имя и на свой счёт ценные бумаги для последующей их перепродажи.

Посредник (брокер) обладает высоким уровнем профессионализма и знаний рынка ценных бумаг, оперативностью и врождённым свойством моментально оценивать ситуацию. Отсюда — важная роль посредника в операциях с ценными бумагами. Посредник имеет свою клиентуру, с которой устанавливает отношения личного доверия. Известный французский художник Поль Гоген, до того как стать художником, был преуспевающим биржевым брокером с весьма значительными доходами.

Следует отметить, что не все ценные бумаги допускаются к операциям на бирже, а лишь так называемые фондовые ценности. Основными фондовыми ценностями выступают ценные бумаги с фиксированным доходом (государственные облигации), облигации частных компаний и банков, акции и сертификаты. Внешение акций компаний в список акций, котирующихся на данной бирже, называется *листингом*. Листинг одновременно предполагает контроль финансово-экономического положения эмитента (компаний, выпустившей ценные бумаги) на предмет его соответствия требованиям фондовой биржи: «чистота» юридического

статуса эмитента, размер уставного капитала, доход, номинал ценных бумаг.

На фондовых биржах происходит купля-продажа акций, облигаций акционерных компаний, облигаций государственных займов. В США и Великобритании на фондовой бирже избирается биржевой комитет, при котором организуется специальная комиссия, принимающая решение о допуске ценных бумаг к торговле на бирже. На фондовой бирже идёт продажа крупных партий, состоящих более чем из 10 тыс. акций. Оборот ведущих фондовых бирж (Нью-Йоркской, Лондонской, Токийской, Франкфуртской, Парижской, Гонконгской) исчисляется несколькими триллионами долларов. Фондовая биржа является важнейшей составляющей интегрированной системы рынков фиктивного капитала, включающего также биржи фьючерсные, валютные рынки, различные формы внебиржевого оборота ценных бумаг. Фондовые биржи имеют организационно-правовую форму частных акционерных обществ, как в США, Японии, Великобритании, или государственных институтов, как в ФРГ и Франции.

Фондовая биржа является объектом государственного регулирования. При этом основной принцип этого регулирования — законодательное обеспечение полного, открытого и доступного понимания участниками предъявленной эмитентами всей информации, касающейся выпуска ценных бумаг в свободную продажу. Законы предусматривают для регистрирующих органов три главные функции.

1. Регистрация тех, кто торгует ценными бумагами и консультирует инвесторов. Регистрацию проходит и сама фирма, и все её участники-члены. В процессе регистрации определяется их профессиональная пригодность.

2. Обеспечение гласности. Каждый, кто продаёт ценные бумаги, должен опубликовать проспект, содержащий достоверную информацию об эмитенте и выпускаемых им ценных бумагах.

3. Контроль за соблюдением правил биржевой торговли. Однако, как показала практика, государственный контроль не всегда эффективен, что проявилось в деятельности Нью-Йоркской, Лондонской и других ведущих мировых и региональных фондовых бирж в преддверии и в ходе мирового финансово-экономического кризиса 2008—2010 гг. Тогда эти биржи буквально обрушились, обанкротив тысячи фирм и банков, разорив сотни тысяч инвесторов, в том числе в результате мошеннической деятельности менеджеров крупных биржевых игроков.

Основные операции на фондовой бирже — арбитражные и пакетные сделки.

Арбитражные сделки — это сделки, основанные на перепродаже ценных бумаг на биржах (когда есть разница в их курсах). *Пакетные сделки* — это операции по купле-продаже крупных партий ценных бумаг. При этом курс (цена) ценных бумаг зависит от величины получаемого дохода. Высокий доход обеспечивают так называемые «голубые фишки» — ценные бумаги корпораций-фаворитов. До последнего мирового кризиса это были нефтяные и ипотечные компании, а также традиционные — IBM, «Дженерал моторс», «Форд», «Крайслер», «Майкрософт», «Гугл», «Яндекс» и др. Однако в результате кризиса некоторые из них утратили былые позиции, но в настоящее время довольно быстро восстанавливаются.

Срочные операции с ценными бумагами дают простор для спекулятивных сделок, которые принимают разные формы. Вначале возникает простая спекуляция — скупка ценных бумаг с целью повышения их курса для последующей перепродажи. Позже появляется биржевая игра — сделки на срок (сделки на поставку ценных бумаг по заранее определённой цене через определённый срок). Биржевая игра ведётся на повышение и на понижение курса ценных бумаг. Спекулянты, играющие на повышение («быки»), покупают акции по низкой цене и рассчитывают продать их через некоторое время, когда курс акций поднимется. Скупая акции в большом количестве, они тем самым подогревают спрос, за счёт чего цена акций действительно растёт. Задача «быков» — продать акции на пике их цены, получив максимальный доход. Спекулянты, играющие на понижение («медведи»), предвидят падение курса некоторых акций и начинают их интенсивно продавать. Другие участники рынка вслед за ними тоже сбывают свои акции, что приводит к быстрому падению их курса. Однако «медведи» успевают получить свою прибыль, так как продали свои акции по цене выше той, которая установилась в конце торгов. Одни и те же брокеры могут быть в зависимости от ситуации и «быками», и «медведями».

В современных условиях игра на бирже занимает центральное место в биржевой деятельности. Это связано с возможностью быстрого обогащения на фондовых операциях. Однако людям, рассчитывающим получить доход в результате игры на бирже, следует хорошо знать основные правила этих игр, так как игры эти связаны с большим риском.

Биржевые индексы. Биржи являются точным индикатором экономической ситуации в стране и мире. На основе анализа фондовых операций определяется динамика предпринимательской активности. Для этого служат специальные биржевые индексы. Индекс курсовой цены каждой ценной бумаги определяется как произведение её курса на число ценных бумаг этого типа, котирующихся на бирже, делённое на номинал ценной бумаги. На любой бирже рассчитываются собственные индексы. Но наибольшую известность получил индекс Нью-Йоркской биржи — индекс Доу—Джонса. Впервые он был рассчитан в 1897 г. главным редактором «Уолл-стрит джорнэл» Х. Доу. При расчёте индекса, вплоть до мирового кризиса 2008—2010 гг., исходили из курсов акций пятидесяти ведущих компаний разных отраслей, котирующихся на бирже: «Дженерал моторс», «Дженерал электрик», «Майкрософт», «Интел» (Intel), IBM и др. Индекс Доу—Джонса является общим ориентиром для бирж и компаний разных стран.

Рынок акций каждой страны имеет свой собственный индекс, рассчитываемый как отношение текущих цен на акции к базисным ценам или как отношение текущих цен к предыдущим ценам. Количество акций, берущихся для расчёта биржевого индекса в разных странах, отличается и колеблется, как правило, от 10 до 500.

Свои индексы есть и в других странах. Так, в Великобритании это индекс FT-SE (Financial Times-Stock Exchange), рассчитываемый деловой газетой «Файнэншл таймс», а также индекс Блумберга, публикуемый бизнес-телевидением «Bloomberg»; в Германии — индекс Дакс (Dax); в Японии — индекс Никкей (Nikkei). С началом рыночных реформ подобные показатели деловой активности рассчитываются и в России. Например, фондовый индекс ММБВ (Московской межбанковской валютной биржи) или фондовый индекс РТС (Российской торговой системы).

НОВЫЕ СЛОВА

- биржи • фондовая, товарная, валютная биржи • эмитент • брокер
- дилер • листинг • биржевые спекуляции • «быки» • «медведи»
- курсовая стоимость • арбитражные сделки • пакетные сделки
- «голубые фишки» • биржевой индекс

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое биржа?
2. Когда появились первые биржи? Для чего они были созданы?
3. Какую функцию выполняют современные биржи?
4. Какие виды бирж вы знаете?
5. Как действуют биржевые спекулянты?

§ 25. Фондовый рынок (рынок ценных бумаг). Внебиржевой рынок ценных бумаг

Фондовый рынок представляет собой совокупность денежного рынка и рынка капиталов в части торговли фондовыми инструментами, удостоверяющими имущественные права своих владельцев на различные виды товаров. Он является составной частью финансового рынка, появление которого связано с куплей-продажей различных ценных бумаг. Рынок ценных бумаг позволяет продать или приобрести права на собственность, воплощённую в ценных бумагах, и получить доход с этой собственности. Первые биржи торговали не столько акциями, сколько облигациями, которые выпускали правительства. Развитие акционерной собственности с конца XIX в. привело к специализации бирж на торговле акциями, а сделки с облигациями сосредоточились на открытом рынке («уличном рынке»), т. е. внебиржевом рынке.

Ценные бумаги — это документы, выражающие отношения собственности или отношения по займу. Все ценные бумаги делятся на акции, облигации и производные от них ценные бумаги — деривативы.

Акции выпускаются фирмами; **облигации** — как фирмами, так и правительствами; **деривативы** — фирмами, банками, владельцами предприятий, владельцами пакетов ценных бумаг. Они буквально наводнили весь финансовый мир, что, кстати, явилось одной из причин глобального кризиса. Поскольку по облигациям в определённый срок выплачивается и сама ссуда, и ссудный процент, то их иногда называют ценными бумагами с фиксированным доходом.

Акции и облигации обладают разной ценностью для инвестора. Облигации (особенно государственные) обеспечивают большую сохранность сбережений, чем акции, но дают меньший доход. Акции больше подвержены риску финансовых потерь, но

имеют и большую возможность наращивания капитала и дохода. Кроме того, акции имеют право голоса, они ликвидны, т. е. их можно легко продать. Все это делает акции более привлекательными для инвестора, чем облигации. Акции и облигации могут быть конвертируемыми.

Деривативы — это прежде всего фьючерсные контракты как самостоятельный вид биржевых операций и опционы. Опцион означает возможность купли-продажи права на приобретение или продажу производных бумаг по определённой цене в определённый момент в течение определённого срока. Их легко оформить, переоформить, уступить и т. д. Фьючерс — это биржевой контракт.

Рынок ценных бумаг подразделяется на два типа: первичный рынок, возникающий в момент эмиссии ценных бумаг, и вторичный рынок, на котором выпущенные ранее ценные бумаги перепродаются. Это связано с циклом действия ценных бумаг, который состоит из периода выпуска ценных бумаг, их первичного размещения и времени обращения на вторичном рынке. Вторичный рынок, в свою очередь, подразделяется на биржевой и внебиржевой («уличный») рынок.

Фондовые инструменты. Выделяют несколько основных разновидностей фондовых инструментов.

Акции являются титулом собственности, дающим право голоса (только обыкновенные акции) и право получения части прибыли. Предприятия и банки выпускают акции, которые приобретают юридические и физические лица. Акции успешных компаний гарантируют доход, поэтому они ценятся высоко — это так называемые «голубые фишки».

Конвертируемые облигации дают право при наступлении определённых условий (как правило, по истечении некоторого времени) обменять их на акции предприятия.

Облигации позволяют владельцу получать заранее фиксированный доход в виде процентов.

Депозитарные расписки являются свидетельством владения долей в пакете (пуле) акций конкретной акционерной компании. Они выдаются банком — хранителем акций.

Варранты — ценные бумаги, дающие право на покупку (продажу) акций на определённых условиях или обмен на акции.

Опционы — контракты, дающие его покупателю право, а продавцу обязательство купить или продать базовый актив (акции,

овары, валютные ценности и т. п.) по заранее фиксированной цене.

Фьючерс — стандартный биржевой контракт на покупку (продажу) определённого количества акций по фиксируемой в момент заключения фьючерса цене по истечении определённого времени.

Депозитный сертификат — банковское свидетельство о денежном вкладе юридического лица.

Сберегательный сертификат — банковское свидетельство о денежном вкладе физического лица.

Вексель свидетельствует о праве владельца получить определённую сумму в определённое время в определённом месте от эксседателя (лица, выписавшего вексель и являющегося должником по векселю) или другого лица (только для переводных векселей), при этом данное лицо должно быть обязательно указано в эксселе.

Вексель является одной из самых старых ценных бумаг и относится к началу XII в., когда генуэзские купцы стали отдавать деньги местным менялам в обмен на письменные обязательства получить ту же сумму в другом месте. Тем самым купцы получали возможность передвигаться по небезопасным в то время дорогам, не рискуя потерять деньги.

Чек обычно является разновидностью переводного векселя суррогатом наличных денежных средств.

— ЭТО ИНТЕРЕСНО! —

На рубеже XIX—XX вв. в США прибыло рекордное число эмигрантов. Америка переживала экономический подъём, и европейцев манили возможности, которые здесь открывались. Именно в эти годы Генри Форд начал выпуск своей самой массовой модели «Форд Т», а Рокфеллер создал нефтяную империю «Стандарт ойл». Разбогатевшие американцы отправлялись в Европу на отдых, чтобы приобщиться к историческим и культурным ценностям. Одна такая поездка закончилась изобретением финансового инструмента, позже получившего небывалую популярность у путешественников и туристов. Владелец курьерской компании American Express Джей и Фарго, отправившись в европейское путешествие, решил не везти наличность, а воспользоваться аккредитивом. Вернувшись из поездки, Фарго позвал сотрудника фирмы Марселиуса Берри и рассказал ему о мытарствах, с которыми он столкнулся при обналичивании аккредитивов. В 1891 г. Марселиус Берри разработал концепцию и дизайн дорожного чека American Express.

Участники фондового рынка. Фондовый рынок делится на рынок государственных ценных бумаг и рынок корпоративных ценных бумаг. Биржевой и внебиржевой рынки ценных бумаг — это фондовые биржи и внебиржевые торговые системы соответственно. Основными участниками фондового рынка являются эмитенты и финансовые посредники, инвесторы, органы госрегулирования, различного рода частные компании и саморегулирующиеся организации.

Эмитенты — это предприятия и организации, привлекающие денежные ресурсы под размещение ценных бумаг. Финансовые посредники (брокеры и дилеры) обладают соответствующими лицензиями, дающими им право осуществлять посреднические функции между эмитентами и инвесторами.

Инвесторы — юридические и физические лица, обладающие свободными денежными средствами и желающие их инвестировать в ценные бумаги.

Органы государственного регулирования и надзора — это Министерство финансов, Центральный банк, Комиссия по ценным бумагам. Их иногда называют финансовыми властями.

Саморегулирующиеся организации — профессиональные объединения финансовых посредников. Название это достаточно условное, поскольку никаких «саморегулирующихся организаций» в системе рыночной экономики не существует.

Инфраструктура рынка ценных бумаг — консультационные и информационные фирмы, регистраторы, депозитарные и расчётно-клиринговые сети.

Важнейшая часть фондового рынка — это внебиржевой рынок ценных бумаг. Его история начинается с момента создания первых акционерных обществ в 60-е гг. XVI в. В 1568 г. была зарегистрирована одна из самых первых сделок. С конца XVII в. этот рынок начал торговать уже не только акциями, но и производными бумагами — фьючерсами и опционами. Тогда же появились брокеры по ценным бумагам. Появление и развитие новых информационных технологий и Интернета даёт новый стимул для усиления роли внебиржевых фондовых рынков. Ведущей и самой развитой внебиржевой системой является NASDAQ — Система автоматической котировки национальной ассоциации инвестиционных дилеров. Внебиржевая торговля в десятки раз превышает объёмы торговли на бирже.

НОВЫЕ СЛОВА

- акции • облигации • деривативы
- биржевой и внебиржевой рынки ценных бумаг
- конвертируемые облигации • варранты • опционы • фьючерсы

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какие виды ценных бумаг вы знаете?
2. В чём состоит опасность слишком большой курсовой стоимости акций крупных компаний для экономики страны?
3. Торговля какими бумагами (акциями или облигациями) подвержена большим рискам? Свой ответ обоснуйте.
4. Задача 1. В январе на бирже начинают играть на нефтяных фьючерсах два дилера — господин А, имеющий контракт январь—июнь на продажу 1000 баррелей нефти, и господин Б с аналогичным контрактом, но на покупку такого же количества нефти. Стартовая цена нефти (январская) составляет 80 долл. за баррель. Кто из двух дилеров и сколько выиграет при снижении цены в июне до 70 долл. за баррель?
5. Задача 2. Тысячерублёвая акция принесла дивиденд в размере 140 р., при этом её курсовая стоимость была вдвое выше номинала. Кто получит больший доход — держатель 500 облигаций (от дивиденда) или дилер, продавший 100 облигаций по максимальной курсовой стоимости?

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Биржи играют важную роль в экономике. Они мобилизуют (через акции и облигации) инвестиционные ресурсы, способствуя их концентрации на крупных хозяйственных направлениях, обеспечивают необходимый торговый порядок и большую рыночную стабильность. Благодаря непрерывности и обильности потока покупок-продаж биржи выравнивают спрос и предложение, гласно устанавливая цены, одновременно смягчая их колебания. Они выступают в роли посредников по широкому кругу товаров или услуг (в зависимости от деятельности).
2. Фондовые биржи — это формы организации торговли ценными бумагами разных банков, фирм и иных организаций, размещающих свои ценные бумаги на открытых рынках. Главными действующими лицами на биржах (её членами) являются брокеры и дилеры. Брокеры (маклеры) — это биржевые агенты-посредники, которые торгуют по поручению своих клиентов-инвесторов (главным образом не членов биржи) за определённое комиссионное (посредническое) вознаграждение — брокеридж (от англ. *brokerage*) или куртаж (от фр. *courtage*).
3. В отличие от брокеров дилеры (от англ. *dealer* — торговец, перекупщик, торговый посредник, агент) или джобберы (от англ. *jobber* — торговец на фондовой бирже) представляют классических биржевых игроков-спекулянтов, которые действуют за собственный счёт и зарабатывают на купле-прода-

же товаров, валюты, ценных бумаг. При этом помимо возможного выигрыша для себя они приносят пользу и всей экономике. Именно дилеры увеличивают и делают непрерывными биржевые потоки спроса и предложения, повышая наполненность и организованность рынка и способствуя более обоснованному (конкурентно-рыночному) и плавному формированию цен.

4. Значительна роль внебиржевой торговли ценными бумагами и облигациями на общем финансовом рынке, включая деривативы, — производные от ценных бумаг. Эти производные (опционы, фьючерсы и пр.) оцениваются в десятки триллионов долларов, намного превышая сумму активов банков, корпораций, представленных на ведущих биржах мира.

ГЛАВА 11. СТРАХОВАНИЕ

- ✓ Что такое страхование?
- ✓ Классификация страховых услуг.

§ 26. Страхование и страховые услуги

Страхование — система экономических отношений, включающая образование специального фонда средств (страхового фонда) и его использование (распределение и перераспределение) для преодоления и возмещения разного рода потерь, ущерба, вызванных неблагоприятными событиями (страховыми случаями) путём выплаты страхового возмещения и страховых сумм.

В страховании обязательно наличие двух сторон: специальной организации, ведающей созданием и использованием соответствующего фонда, — страховщика и юридических и физических лиц, вносящих в фонд установленные платежи, — страхователей, взаимные обязательства которых регламентируются договором страхования в соответствии с условиями страхования. Участниками страховых отношений могут выступать также третьи лица: застрахованный и выгодоприобретатель — лицо, назначенное для получения страхового возмещения.

Суть страхования состоит в том, что застрахованный платит страховой компании некую сумму. При наступлении страхового случая застрахованный человек или выгодоприобретатель получает сумму, в несколько раз превышающую страховой взнос. Например, при поездках за границу туристам рекомендуют купить медицинскую страховку. При стоимости страхового полиса 30—40 долл. страховая компания может возместить расходы по лечению человека (внезапно заболевшего или попавшего в автомобильную аварию) на сумму до 30 000 долл.

В страховании выделяют четыре направления:

- обязательное и государственное страхование;
- страхование личной безопасности, когда основой экономических отношений являются события в жизни физического лица;
- имущественное страхование, объектом которого выступают различные материальные ценности;
- страхование ответственности (связанное с транспортом), предметом которого служат обязательства страхователя по возмещению ущерба третьим лицам.

В каждом направлении существуют различные виды страхования. Например, по классификации стран ЕС существует до 18 видов имущественного страхования.

По сроку договор страхования может быть бессрочным (или пожизненным) и временным: краткосрочным (от нескольких месяцев до 1 года), долгосрочным (от 1 года до 5 лет) и до определённого срока.

Страхователь (полисодержатель) — это физическое или юридическое лицо, выражающее страховой интерес и вступающее в гражданско-правовые отношения со страховщиком в силу закона или двусторонней сделки (договора страхования). Страхователями в России признаются юридические лица и дееспособные физические лица, заключившие со страховщиками договоры страхования либо являющиеся страхователями в силу закона. Они могут заключать договоры о страховании третьих лиц в пользу последних (застрахованных лиц). При этом они могут назначать физических или юридических лиц (выгодоприобретателей) для получения страховых выплат по договорам страхования. Страхователь обязан своевременно вносить страховые взносы (страховые премии).

Страховка имеет два значения. Во-первых, это страховая сумма, которую получает страхователь при наступлении страхового случая, а во-вторых, это договор страхования.

Страховщик — организация, проводящая страхование и принимающая на себя обязательство возместить страхователю или другим лицам, участвующим в страховании, ущерб или выплатить страховую сумму.

Страхование может быть обязательным и добровольным. Добровольное, в отличие от обязательного, возникает на основе добровольно заключаемого договора между страховщиком и страхователем.

Страхование может быть краткосрочным и долгосрочным. Страхование до одного года — краткосрочное; свыше одного года — долгосрочное.

Формы и виды социального страхования представлены в таблице 4.

Таблица 4

ФОРМЫ И ВИДЫ СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ

Формы обязательного и государ- ственного страхования	Страхование личной безопасности человека, семьи, группы граждан, коллективов	Страхование имущественных отношений	Транспортные формы страхования*
Обязательное Государст- венное Гражданской ответственности Общей граж- данской ответственности Социальное Больничное Пенсионное Пассажиров	От аварий От несчастных случаев От огня и других стихий- ных бедствий Личное Жизни Детей Комбинирован- ное Кооперативное Групповое Двойное Пожизненное Туристов	Имущественное Заложенного имущества Титула Товара Кредитов Акционеров Багажа Финансовых рисков Депозитов Вкладов Политических рисков Предпринима- тельской дея- тельности Внешнеэконо- мических рисков Инвестицион- ной деятельно- сти от коммер- ческих рисков	Транспортное Судов Авиационное Автокаско Автотранспорт- ное

* Эти виды страхования также предусматривают страхование людей (команды, пассажиров), поэтому рассматриваются как виды социального страхования.

НОВЫЕ СЛОВА

• страхование • страховщик • страхователь • страховка

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. В чём заключается сущность страхования?
2. Какие основные задачи выполняет страхование?
3. Какие виды страховых услуг вы знаете?
4. В России относительно недавно было введено обязательное страхование автотранспортного средства (полис ОСАГО). Как вы думаете, что даёт такое страхование автовладельцу?
5. Какое значение имеет страхование для бизнеса?

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Современное страхование выполняет три функции: устраняет неопределённость в результате какого-либо происшествия, стихийного или осуществлённого человеком; предотвращает убытки; обеспечивает сохранение дохода.
2. В страховании обычно выделяют четыре направления: имущественное, личное, страхование ответственности, а также страхование, связанное с транспортом. В результате активной деятельности страховых компаний и грамотной политики государства в области страхования в развитых странах сфера страховых услуг превратилась в одну из преуспевающих сфер бизнеса, а страховые компании стали крупными и влиятельными игроками на финансовых рынках, мобилизующими огромные денежные средства для инвестиций.

ГЛАВА 12. ФИРМА — ГЛАВНОЕ ЗВЕНО РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

- ✓ Что такое предприятие (фирма)?
- ✓ Историческая эволюция фирм.
- ✓ Виды современных фирм?
- ✓ Преимущества и недостатки малых и больших фирм.
- ✓ Как действуют фирмы? Как формируется прибыль фирмы?

§ 27. Фирмы и их задачи

Что такое фирма. *Фирма (предприятие)* — это первичное звено экономики, базовая ячейка предпринимательства. Именно она традиционно выступает основным объектом изменений, реорганизаций, всевозможных инноваций и, конечно, предметом изучения специалистами. **Фирма** — это коммерческая организация, создаваемая гражданами (предпринимателями) с целью производства товаров и (или) услуг (благ) для получения прибыли (дохода).

Фирмы несут разную имущественную ответственность в зависимости от организационно-правовой формы предприятия: государственное предприятие, открытое акционерное общество, закрытое акционерное общество, товарищество, индивидуальное частное предприятие, производственный кооператив, муниципальное, унитарное предприятие.

Предприниматель — физическое лицо, прошедшее государственную регистрацию в качестве предпринимателя и которое самостоятельно и на свой риск осуществляет активную экономическую деятельность без учреждения какого-либо предприятия, кроме крестьянского (фермерского) хозяйства. К предпринимателям приравниваются физические лица, самостоятельно осуществляющие на основе лицензии, свидетельства или иного подобного документа, выданного уполномоченным органом, те виды экономической деятельности, которые в соответствии с зако-

нодательством РФ не относятся к предпринимательской деятельности. К предпринимателям, в частности, приравниваются занимающиеся частной практикой нотариусы, аудиторы, детективы, охранники.

Предпринимательство — самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица.

Заниматься предпринимательством могут как физические, так и юридические лица.

Субъектами предпринимательства в России могут быть граждане РФ и иностранных государств, а также объединения граждан (коллективные предприниматели). Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещённые законом, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами.

Термин «фирма» (от итал. *firma* — подпись) первоначально означал торговое имя коммерсанта. Первые коммерческие товарищества возникли в Древнем Риме и действовали по всему региону Средиземного моря. В Средние века существовали морские товарищества, отправлявшие корабли в дальние страны в поисках выгодных для обмена товаров. Начало первой промышленной революции подтолкнуло процессы первоначального накопления капитала. Цеховые мастерские ремесленников превратились в средние, а затем крупные фирмы, торговые дома — в товарищества, менялы стали банкирами, мелкие торговцы — купцами, инженеры стали первыми управляющими-менеджерами.

Во всех национальных экономиках ключевую роль играют фирмы, основная цель которых — производство материальных благ и услуг и их реализация потребителям. Из огромного числа работающих предприятий-фирм 85—90% составляют малые предприятия, 8—9% — средние фирмы и только 0,5—1% — крупные корпорации. Они крайне неравномерно распределяются по континентам и странам. Свыше 25 млн фирм функционируют в США, около 30 млн — в странах Евросоюза, свыше 10 млн — в Японии. При этом 500 крупнейших американских корпораций производят основную часть промышленных изделий (автомобили, станки, оборудование, компьютеры, самолёты, корабли и т. д.), а также более половины услуг в стране. Однако мелкие

фирмы составляют основную базу (платформу) экономики, благодаря которой существуют средние и крупные корпорации.

Фирма создаётся для производства конкретного продукта (продуктов) или услуг. Она приобретает определённые факторы производства, соединяет их производительные способности в организованном производстве благ (товаров и услуг). Произведённые товары и услуги фирма продаёт на рынке покупателям либо другим фирмам или организациям. При этом владельцы фирмы преследуют единственную цель — получить прибыль или доход от продажи своих товаров или услуг.

В российском законодательстве редко используются термины «фирма», «компания», «корпорация», если речь идёт не о регулировании деятельности конкретной хозяйственной организации или их групп. Обычно используется понятие «предприятие». На практике крупные фирмы объединяют множество предприятий, последние — «нижние» звенья объединения, которые и производят непосредственно товары и(или) услуги.

По российскому законодательству предприятие — самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, который на основе использования трудовым коллективом имущества производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги.

Предприятие имеет право заниматься любой хозяйственной деятельностью, не запрещённой законодательством и отвечающей целям, предусмотренным уставом предприятия. Предприятие имеет права юридического лица, самостоятельный баланс, расчётный и иные счета в банках, печать со своим наименованием. В состав предприятия входят все виды имущества, предназначенные для его деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырьё, продукцию, а также фирменное наименование, товарные знаки и т. п.

Основные признаки фирмы:

- *наличие единого имущества*, которое позволяет руководителю фирмы брать на себя риск, связанный с производством, и обеспечивает единство хозяйственной деятельности;

- *стремление к эффективности*. Фирма — движущая сила бизнеса, генератор инноваций, место для освоения и внедрения результатов технологического прогресса;

- *направленность на лидерство*. Фирмы-лидеры, товары которых знают, известны во всём мире, завоёвывают не только рынок, но и симпатии покупателей. Их товарные знаки ценятся очень высоко. Высшая честь для фирмы, когда её название ста-

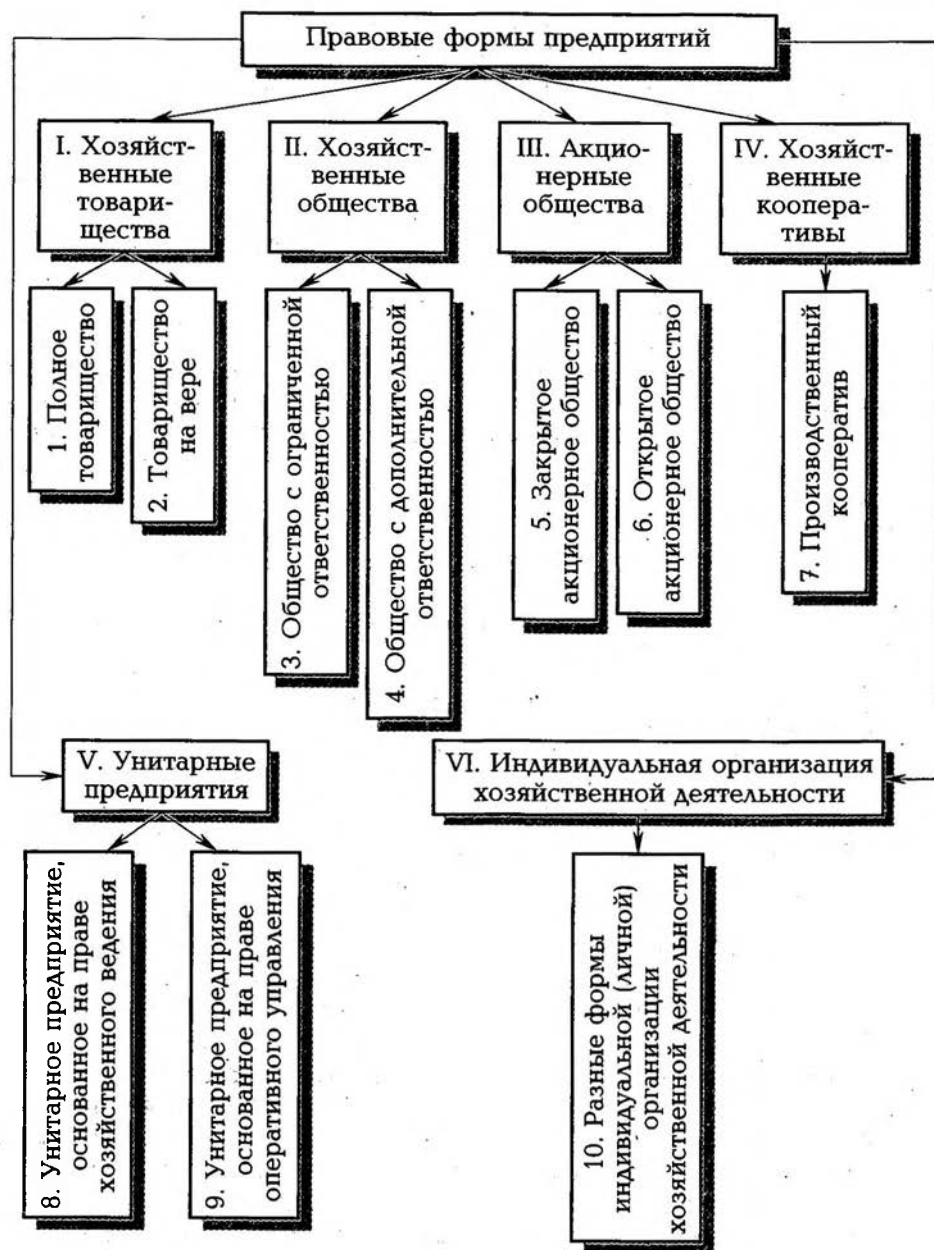


Рис. 14. Основные формы коммерческих предприятий (фирм) в Российской Федерации

новится синонимом производимого продукта. Так, слово «ксерокс» (от названия американской фирмы «Ксерокс корпорэйшн») вошло практически во все основные языки;

- *нейтральность.* Деятельность фирмы носит нейтральный характер с точки зрения собственно экономического анализа. Она не имеет никакой иной мотивации, кроме достижения высокой рентабельности во имя прибыли.

Любая фирма — это определённая материальная структура (завод, фабрика, ферма, шахта, оптовый магазин, склад и т. п.), которая выполняет одну или несколько функций по производству и распределению товаров и услуг.

Фирма — это предпринимательская структура, которая владеет предприятиями и управляет ими. Большинство фирм управляют только одним предприятием, хотя есть и такие, под управлением которых находятся сразу несколько (иногда десятки и сотни) предприятий.

Отрасль — это группа предприятий и фирм, производящих одинаковую или однородную продукцию, позволяющую говорить об отраслевой специализации группы.

В зависимости от масштабов деятельности фирмы подразделяются на мелкие, средние и крупные. Последние, в свою очередь, выступают в виде крупных национальных компаний и транснациональных корпораций (ТНК).

По форме собственности фирмы делятся:

на индивидуальные (частные);

на товарищества (партнёрства);

на акционерные общества (корпорации);

на государственные и смешанные (с участием государства) компании.

Виды фирм. Современная экономика — это синтез крупного, среднего и мелкого производства. Крупное производство образует «скелет» всей производственной системы, а мелкое производство — «мягкие и гибкие ткани», базовую платформу, без которых крупное производство не может существовать.

К *мелким фирмам* обычно относят индивидуальные (частные) фирмы и товарищества (или партнёрства). В частных фирмах владелец выступает собственником всех средств производства, он же получает весь доход от прибыли. Однако в случае банкротства частный предприниматель расплачивается перед кредиторами не только имуществом фирмы, но и личным имуществом: квартирой, машиной и т. п. К тому же из-за ограниченности личных средств расширение бизнеса становится проблематичным.

Товарищества позволяют объединить средства нескольких людей. В зависимости от вида товарищества (на вере или с ограниченной ответственностью) распределяется прибыль и устанавливается имущественная ответственность в случае банкротства. Форма товариществ широко представлена в сфере юридических услуг (адвокатские, нотариальные конторы) или в розничной торговле и сфере услуг.

Мелкие предприятия имеют средний жизненный цикл шесть лет, а иногда три года и менее. Одни из них разоряются, другие добровольно прекращают свою деятельность, третьи укрупняются. Но количество вновь рождающихся предприятий постоянно превышает число прекративших свою деятельность. Идёт непрерывный процесс движения вверх-вниз и по горизонтали (присоединение нескольких предприятий, родственных по производству и услугам, действующих в едином технологическом цикле). По мере укрепления позиций мелкие фирмы выходят в разряд «средних», а иногда и выше. Средние в случае неудач спускаются вниз, пополняя количество мелких. Фирмы «Майкрософт», «Гугл», «Яндекс» начинали свою деятельность как мелкие фирмы, основанные друзьями по университету. Сейчас они превратились в транснациональные корпорации (ТНК).

Мелкие предприятия имеют экономические преимущества перед крупными. Громоздкая организация крупного производства исключает возможность гибкого манёвра, широкого экспериментирования, что актуально в условиях современной быстро изменяющейся рыночной конъюнктуры. Поэтому крупное производство нуждается в особом поисково-испытательном механизме, функцию которого и должны выполнять мелкие предприятия. Мелкие предприятия обычно легко учитывают интересы и потребности людей и располагаются на территориях, примыкающих к постоянному месту жительства населения.

Мелкие фирмы, как правило, имеют численность до 50 человек (по американской статистике — до 200 человек, во многих развивающихся странах — до 10 человек). Соответственно их управленческие расходы минимальны.

Мелким предприятиям свойственны гибкость в принятии решений, умение находить малые ниши на рынке и быстро внедрять новшества, изобретения. И главное — они работают на массового потребителя, особенно в розничной торговле, в сфере обслуживания. Они просты в управлении, социально защищены своеобразным «семейным» климатом, постоянной клиентурой.

К недостаткам мелких фирм следует отнести:

- экономические проблемы: частые разорения в конкурентной борьбе, недостаток финансирования, отсутствие стратегического планирования, ограниченные сведения о рынке, не всегда хорошие кадры и т. д.;
- социальные проблемы: невысокую оплату труда, худшие условия труда, отсутствие социальных льгот (по сравнению с крупными предприятиями);
- ограниченный доступ к банковскому кредиту (в России);
- давление со стороны местных властей, фискальных служб, организованной преступности.

Кроме того, к недостаткам товариществ можно отнести трудности в разделе бизнеса в случае, когда кто-то из партнёров хочет выйти из дела. Все экономические и социальные вопросы мелкие предприятия самостоятельно решить не могут. Поэтому необходима поддержка малого бизнеса со стороны государства. Основные направления этой поддержки: антимонопольная политика государства, налоговые льготы, льготное кредитование, консультирование, подготовка кадров. Особенно сложным остаётся положение мелких предприятий в России.

На *средних фирмах* численность работников составляет от 200 до 500 человек (по американской статистике), в странах ЕС — от 50 до 300 человек.

Эти фирмы обычно вырастают из преуспевающего мелкого предпринимательства, часто вбирая разорившиеся остатки крупных компаний. Слой средних фирм придаёт устойчивость корпоративной организации рыночной экономики. На уровне среднего предпринимательства особенно сильна конкурентная борьба, поскольку предприятиям приходится иметь дело с конкурентами не только по горизонтали, но и по вертикали: с мелкими — на нижнем ярусе рынка, с крупными — на верхнем. Природа происхождения средних фирм необязательно связана с их выделением из среды мелкого предпринимательства, часто учредители создают фирмы, подпадающие под классификацию «средняя фирма».

Средним фирмам почти так же трудно получить ссуды (кредиты), как и мелким. Во время последнего мирового кризиса множество средних фирм обанкротились, слились, отказались от ведения бизнеса именно в силу этой причины.

Крупные фирмы — самый тонкий слой с точки зрения количественных параметров. В экономике США доминирующую роль играют 500 крупнейших промышленных, банковских, медийных,

торговых, действующих в сфере услуг корпораций. Половина из них одновременно функционирует в пяти и более отраслях. В корпорациях сосредоточена пятая часть всех занятых в экономике страны и три пятых всех прибылей, свыше 80% продажи современных промышленных изделий (машины, суда, авиалайнеры, железнодорожные составы, компьютеры и т. д.).

Крупная корпорация в настоящее время — это сложный многоотраслевой комплекс, состоящий, как правило, из промышленных, торговых и финансово-инвестиционных предприятий. В современной крупной фирме как системе предприятий концентрация производства проявляется в возрастании общей доли производимых товаров и услуг. При этом сама концентрация производства не ограничивается размерами собственного капитала фирмы. Фирма связана с множеством мелких и средних фирм и предприятий, которые выполняют её заказы на производство деталей, узлов, комплектующих изделий и т. д. Соответственно самостоятельность таких фирм и предприятий достаточно условна. На практике они включены в структуру крупных корпораций на основе подрядных и субподрядных договоров. Таким образом, концентрация производства крупных корпораций выходит за рамки собственных предприятий и собственного капитала.

Оптимальность размера фирмы зависит от финансовых возможностей владельцев и менеджеров, сферы деятельности и стратегии менеджмента. Необходимость утверждения в какой-либо нише рынка своей продукции (в том числе нового продукта) предопределяет увеличение оптимального размера фирмы. Чаще всего речь идёт о создании филиалов и дочерних предприятий фирмы, приобретении контрольных пакетов других фирм и их присоединении к крупной корпорации (поглощение), а также уступке бренда (торговой марки), что часто практикуется западными фирмами в России.

НОВЫЕ СЛОВА

- фирма • предприниматель • отрасль
- имущественная ответственность

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое фирма? Какие функции она выполняет?
2. Какими качествами должен обладать предприниматель?
3. Какие виды фирм по формам собственности существуют в современной России?

§ 28. Акционерное предприятие

Современное крупное предприятие — это прежде всего акционерная фирма, корпорация (от фр. action — акция). Акция — это ценная бумага, закрепляющая права её владельца (акционера) на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, остающегося после его ликвидации.

Акция удостоверяет вложение капитала (финансовых и имущественных средств) в акционерное общество, делает её держателя собственником части стоимости имущества акционерного общества, совладельцем последнего и гарантирует её владельцу (держателю) получение части прибыли в виде дивиденда.

Различают простые и привилегированные акции. Владелец простой акции имеет право участвовать в управлении акционерным обществом, голосуя на ежегодном собрании акционеров, которое определяет политику фирмы, назначает управляющих, устанавливает величину выплачиваемых дивидендов. Держатель привилегированной акции в управлении фирмой не участвует, но может получать по своей акции фиксированный дивиденд.

Когда дела у фирмы идут хорошо, то размер дивиденда по простой акции может превысить доход по привилегированной акции. В случае если фирма несёт убытки или общее собрание акционеров решает вложить всю полученную прибыль в расширение производства, дивиденд может совсем не выплачиваться по результатам прошедшего финансового года.

Предельный размер дохода владельца акций не установлен. Он зависит от количества акций владельца и конечных результатов коммерческой деятельности акционерного общества. Эти доходы облагаются *подоходным налогом* в тех же размерах, что и заработная плата.

Акционерные общества — это наиболее распространённая форма современных крупных фирм. На Западе они приобрели форму корпораций. Наблюдается постоянный рост их числа и значимости в национальной экономике, растёт их доля в общем экономическом обороте.

В настоящее время доля корпораций в производстве ВВП составляет в Италии свыше 50%, в США — свыше 60%, в Японии — более 70%.

Акционерные общества обладают преимуществами по сравнению с другими фирмами. Они могут привлекать крупные финансовые средства.

Стать акционером или выйти из акционерного общества довольно легко, достаточно купить или продать акции. Если фирма банкротится, то акционеры не несут имущественной ответственности за деятельность фирмы, а только теряют средства, вложенные в акции.

Корпорация может довольно свободно распоряжаться средствами акционеров, при отсутствии прибыли дивиденды могут не выплачиваться.

Подразделения крупных корпораций обмениваются товарами, финансовыми ресурсами и технологиями. Здесь действует система эффективного планирования, изучается конъюнктура мирового рынка, состояние мировых финансов, положение отдельных крупных экономических игроков, цены на сырьё и готовые изделия.

Различают два типа корпораций.

Первый тип — это, как правило, гибкие и динамично развивающиеся фирмы, в которых цементирующим началом выступает взаимозависимая технологичность процесса. По вертикали они включают целую сеть больших, средних и мелких фирм, зависящих от них, но формально самостоятельных. Они действуют на базе долгосрочных подрядных связей. Примеры такой организации — это компании автогигантов США.

Второй тип — это фирмы с чертами диверсифицированной компании, которые имеют многоотраслевые связи, выходят за пределы традиционного комбинированного производства. Деятельность в таком комплексе осуществляется в самых разных сферах. Пример такой корпорации — это компании группы «Макдоналдс».

Крупные фирмы могут оказывать серьёзное влияние на правительства не только в целях получения финансовой помощи, но и проведения определённого финансово-экономического курса, соответствующего их интересам.

Они в состоянии успешно противостоять монополизму поставщиков, устанавливать взаимовыгодные внешние связи, обладают высокопрофессиональным мощным аппаратом управления, способным осуществлять дорогостоящие прогнозно-аналитические работы по всему спектру экономической, социальной, политической и иной тематики, вопросам долгосрочного прогнозирования.

Крупным корпорациям легко найти свои ниши на мировых рынках. Они в состоянии собственно рыночные отношения пере-

вести в плоскость организационно-экономических и управляемых связей.

Надо сказать, что деятельность менеджмента многих крупных корпораций и банков в предыдущее десятилетие была направлена на получение максимальных прибылей без учёта общественных интересов, что являлось одной из причин мирового финансово-экономического кризиса.

Крупные корпорации имеют ряд недостатков.

1. Крупные корпорации-монополисты, несмотря на действия законов о противодействии монополизму, на деле добиваются неконкурентных преимуществ (в том числе в сфере ценовой политики).

2. Банкротство крупных корпораций в силу их размеров оказывает негативное воздействие на всю национальную экономику, в том числе влияет на рост безработицы. Так, мировой кризис начался с банкротства в 2009 г. крупнейших страховых агентств в жилищной сфере США «Фанни мэй» и «Фрэдди мак», перекинулся на банковскую систему США, а затем — на всю мировую экономику.

3. Крупные корпорации расходуют огромные денежные ресурсы на аппарат управления, бонусы управляющим и представительские расходы.

4. Во многих крупных корпорациях у управленческого персонала постепенно вызревает иллюзия вечности их фирмы. Соответственно снижается поиск, новаторство, нацеленность на повышение эффективности каждого звена фирмы. В результате даже самая крупная корпорация может не выдержать жёстких требований рыночной конкуренции. Наглядный пример — банкротство «Дженерал моторс» и «Крайслер» в 2008 г., не выдержавших натиска европейских и японских автомобильных компаний в условиях кризиса.

НОВЫЕ СЛОВА

- акционерное общество • корпорация • привилегированная акция
- транснациональная корпорация

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Каковы преимущества акционерных обществ по сравнению с другими формами собственности?
2. Какими правами обладает владелец простой акции?
3. В каких случаях выгоднее быть держателем привилегированной акции?
4. Расскажите о преимуществах и недостатках транснациональных корпораций.

§ 29. Факторный доход.

Прибыль, издержки, инвестиции

Факторный доход. Собственники (или владельцы) факторов производства в процессе производства товаров и услуг получают соответствующий доход (или прибыль) за счёт каждого из использованных факторов (рис. 15).

Все факторы производства (за исключением земли), как правило, связаны с производством. Аренда земли или её продажа часто не обусловлены тем, как намеревается использовать её арендатор или новый собственник. В некоторых странах это связано и с новыми технологиями (патентами, лицензиями), если не предусмотрен иной порядок их использования.

Фирма — это капитал, который как фактор производства является собственностью владельца. Землю можно купить, взять в аренду рабочую силу и нанять менеджеров. Технологии (патенты, лицензии, торговые марки, бренды) тоже можно купить или приобрести в пользование на определённых условиях. Но первоначальный капитал ни арендовать, ни купить невозможно. В чистом виде физическое лицо (до того, как он становится предпринимателем) вначале создаёт предприятие (фирму), становясь владельцем капитала и одновременно предпринимателем. Он на-



Рис. 15. Факторы производства и доход, получаемый его владельцами

чинает создавать блага, которые можно использовать для производства других благ. Экономисты называют это *физическим капиталом*. Деньги, которые владелец вкладывает в производство, в будущем приносят доход. Эти деньги называются *финансовым капиталом*. Немало сил, времени и финансовых ресурсов нужно для того, чтобы производство начало выпускать товары. Их необходимо доставить на рынок, где-то хранить, заключать контракты с торговцами или организовать собственную торговую сеть и продавать. Предприниматель вынужден идти на крупные затраты, которые называются издержками производства. Следовательно, чтобы получить чистую прибыль, предпринимателю необходимо оплатить затраты на сырьё, материалы, оборудование, аренду земли, заработную плату работников, технологии, заплатить налоги. Вложенные средства — это инвестиции (или капиталовложения), которые окупаются не быстро. Даже для создания сравнительно небольшой фирмы нужны крупные инвестиционные средства (инвестиционный капитал). Какая-то часть денежных ресурсов у будущего предпринимателя имеется, но, как правило, недостаточно. Это собственный (или личный) капитал. Имея часть средств для вложения в новое дело, будущий предприниматель может рассчитывать на получение ссуды (кредита) у банка, т. е. он прибегает к заёмным средствам — заёмному капиталу.

Рассмотрим издержки фирмы в процессе производства и сбыта товаров. Прежде всего следует выделить явные и неявные издержки. К явным относятся все издержки фирмы, которые идут на оплату используемых факторов производства (труд, земля, капитал, технологии). Все явные затраты фирмы сводятся к возмещению использованных факторов производства. Сюда входит оплата труда в виде заработной платы, земли в виде аренды, капитал в виде расходов на основные и оборотные фонды, а также оплата предпринимательских способностей организаторов производства и сбыта. Сумма всех явных издержек выступает как себестоимость продукции, а разница между рыночной ценой и себестоимостью — как прибыль.

Однако сумма производственных издержек, включающая только явные издержки, может быть заниженной, а прибыль соответственно завышенной. Для более точной картины в издержки следует включать не только явные, но и неявные (вменённые) затраты в соответствии с современной экономической теорией.

Вменёнными называются альтернативные издержки (альтернативная стоимость) использования ресурсов, являющихся собственностью фирмы. Например, собственник земли не платит ренту, однако, обрабатывая землю самостоятельно, отказывается тем самым от сдачи её в аренду и от дополнительного дохода, возникающего в связи с этим. Предприниматель, вложивший свои деньги в производство, не может положить их в банк и получить ссудный (банковский) процент.

Нормальная прибыль — это прибыль, равная вменённым издержкам, вложенным в дело владельцем фирмы. Например, вложив в дело 15 млн р., предприниматель получит прибыль 9%. Если в это время процентная ставка по вкладу в банке также составляет 9%, то полученная прибыль будет нормальной, отражая вменённые издержки, связанные с возможностью вложения 15 млн р. в банк.

▶ **Экономическая (чистая) прибыль** — это разница между валовым доходом (выручкой) и всеми (как явными, так и вменёнными) издержками фирмы. Причём в данном случае во вменённые издержки входит также величина нормальной прибыли.

Следует различать понятия «затраты» и «издержки». Это связано с различием соответственно расходуемых на производство ресурсов (материальных, природных, энергетических, трудовых, информационных и пр.) и их стоимостных оценок. Поэтому издержки — это не просто затраты, а затраты ресурсов, принявшие на рынке стоимостную форму. Иначе говоря, издержками называют денежное выражение использования производственных ресурсов, в результате которого осуществляется производство и реализация продукции.

Некоторые факторы производства используются фирмой независимо от производства или его временного прекращения. Это арендная плата, возмещение банковского кредита, уплата страховых взносов, оплата управленческого персонала, амортизационные отчисления и т. п. Издержки, связанные с возмещением производственных факторов, размеры которых не зависят от объёма производимой продукции, называются *постоянными издержками фирмы*. К зависимым переменным издержкам фирмы относят возмещение затрат на выплату заработной платы работникам, начисляемой в зависимости от выработки, платежи за используемое сырьё и материалы, топливо и т. д. Если производство прекратится, то переменные издержки сократятся до нуля, в то время как постоянные издержки останутся без изменения. С расширением производства переменные издержки будут

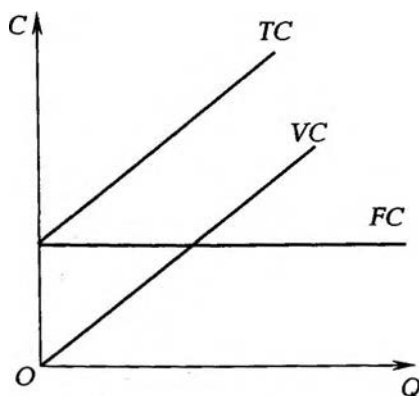


Рис. 16. Виды издержек

возрастать, фирме потребуется больше сырья, материалов, работников и т. п. В сумме постоянные и переменные издержки составляют *общие, или валовые, издержки* производства:

$$TC = FC + VC.$$

Графическое изображение постоянных (FC), переменных (VC) и общих (TC) издержек показано на рисунке 16.

Если постоянные издержки неизменны, а переменные растут по мере увеличения объёмов производства, то валовые издержки также будут расти.

Деление издержек на постоянные и переменные имеет важное значение для анализа деятельности предприятия, в частности, для принятия решения о закрытии или объявлении банкротства в случае убыточной деятельности предприятия.

Любой предприниматель, организуя дело (бизнес), намерен получать прибыль. Однако в процессе его деятельности возможны убытки. Статистика экономики развитых стран показывает, что из пяти вновь организуемых предприятий в первый год деятельности разоряются три. Предприятие, терпящее убытки, должно принять решение: продолжать свою деятельность или прекратить (через продажу или иным способом).

Закон убывающей отдачи (доходности). Факторы производства должны использоваться фирмой с соблюдением определённой пропорциональности между постоянными и переменными

факторами. Нельзя произвольно увеличивать количество переменных факторов на единицу постоянного фактора, поскольку в этом случае вступает в действие закон убывающей отдачи, т. е. возрастающих затрат.

В соответствии с этим законом непрерывное увеличение использования одного ресурса в сочетании с неизменным количеством других ресурсов на определённом этапе приведёт к прекращению роста отдачи от него, а затем и к его сокращению. При этом действие данного закона предполагает неизменность технологического уровня производства, поэтому переход к более прогрессивной технологии может повысить отдачу независимо от соотношения постоянных и переменных факторов.

Закон убывающей отдачи применим по всем видам переменных факторов во всех отраслях. Если в производство постепенно вводятся дополнительные единицы переменного ресурса при условии, что все остальные ресурсы постоянны, отдача от этого ресурса сначала растёт быстро, а затем её прирост начинает снижаться.

Прирост продукции за счёт увеличения на единицу количества переменного фактора называется предельным продуктом этого фактора. Предельным продуктом, например, будет прирост объёма производства какой-либо продукции за счёт привлечения одного дополнительного рабочего.

Экономическая эффективность характеризует отношение экономического эффекта к ресурсам, обусловившим этот эффект, или, наоборот, отношение ресурсов к величине эффекта. Уровень экономической эффективности даёт представление о том, ценой каких затрат достигнут экономический эффект. Чем больше эффект и меньше ресурсы, тем выше экономическая эффективность производства, и наоборот. Рост эффективности означает, что эффект растёт быстрее по сравнению с ресурсами и поэтому на единицу эффекта приходится меньше общих издержек.

Экономическая эффективность производства выражается системой показателей, в которую, кроме производительности труда и себестоимости продукции, входят прибыль (чистый доход), рентабельность (её уровень) и др.

Каждый производитель, естественно, стремится к увеличению прибыли, к большей доходности, рентабельности своего производства. Прибыль «зажата» между двумя переменными величинами: уровнем издержек производства и уровнем цен. Чем

выше цены и ниже издержки, тем выше рентабельность производства, тем больше прибыль. Это значит, что нужно производить имеющие спрос вещи наиболее эффективными способами. Отсюда два основных пути повышения доходности бизнеса.

Первый — вложение капитала в наиболее выгодные сферы хозяйства (с благоприятным соотношением товарного спроса и предложения и «хорошими» ценами). Для этого необходимо оценить свои возможности, изучить рынок, возможную нишу для своего товара, изучить рыночные цены. Как здоровый пациент имеет нормальную температуру, говорил Форд, так и здоровый рынок должен иметь нормальные цены. Непомерно высокие цены — признак экономического нездоровья. Вот почему опытные бизнесмены делают упор на рационализацию производства и экономию затрат на выпуск продукции. *Второй* — снижение издержек производства, т. е. себестоимости продукции (затрат на её производство и реализацию). Для этого необходимо знать структуру и виды издержек и постоянно их контролировать. Поэтому бухгалтерский учёт — важнейший инструмент рационального ведения бизнеса.

НОВЫЕ СЛОВА

- закон убывающей отдачи
- предельный продукт и предельные издержки
- эффективность
- рентабельность

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Из каких элементов складываются издержки фирмы?
2. В чём сущность закона убывающей отдачи? Приведите собственный пример, иллюстрирующий закон убывающей отдачи.
3. Что такое рентабельность фирмы?
4. Какими способами предприниматели борются за повышение эффективности производства?

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Фирма — это первичное и главное звено рыночной экономики. Вокруг фирм происходят решающие события, связанные со «здоровьем» экономики в целом, занятостью, благосостоянием общества, экономическим ростом и осуществлением экономических и социально-культурных программ нации.
2. Фирма создаёт особые условия жизнедеятельности человека, способствует развитию бухгалтерского учёта, менеджмента, маркетинга, иностранных языков, психологии, экономической географии, истории. На фирме человек

получает возможность самовыражения, проявления себя как самостоятельной творческой личности.

3. Специфическая организационно-правовая структура придаёт фирме социально-экономическую, производственно-технологическую, организационно-управленческую целостность и устойчивость. Фирмы обладают как общими чертами, так и отличиями, связанными с отраслевой спецификой, размерами, деятельностью управленческих структур.
4. Механизм функционирования фирмы основан на эффективном взаимодействии капитала, труда, земли, технологий, информации — всех факторов производства. В результате производство превращается в сложный процесс. Функционирование хозяйственного механизма фирмы невозможно без взаимодействия капитала, системы цен, издержек, прибыли и дохода, заработной платы работников.
5. Фирмы отличаются большим разнообразием. Наиболее распространено деление фирм по организационно-правовым формам: индивидуальная частная фирма; партнёрство (товарищество); корпорация (акционерное общество).
6. Крупные корпорации, как правило, имеют акционерную форму. Это относится не только к промышленным, но и к банковским, страховым, торговым и иным корпорациям. Численность крупных корпораций незначительна в общем количестве фирм, но они производят до 60—70% всех товаров и услуг в национальных экономиках развитых стран. При этом основой капиталистической экономической системы являются мелкие фирмы.
7. На предприятиях и фирмах производятся не просто материальные блага и услуги. Они создают весь объём национального дохода, который является суммой дохода всех предприятий страны. От величины прибыли фирмы зависит доход (зарплата) его работников, величина налогов, пополняющих государственный бюджет, поступления в пенсионный фонд и т. д. Поэтому фирма заинтересована в повышении своей прибыли за счёт снижения издержек производства, рационализации деятельности, роста рентабельности и эффективности, введения новых технологий и инноваций.

ГЛАВА 13. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ. БАНКРОТСТВО ФИРМЫ

- ✓ Что такое управление? Современный менеджер — какими качествами он должен обладать?
- ✓ Основное содержание теории менеджмента.
- ✓ Какие тенденции характерны для современного менеджмента?
- ✓ Основные понятия и содержание маркетинга. Как действует маркетинг в практике фирм?
- ✓ Банкротство фирмы.

30. Общее понятие о менеджменте.

Исторические этапы становления менеджмента

Термин «менеджмент» («управление») в современном понимании появился в XVIII в. в связи с необходимостью организации и управления в появившихся в большом количестве торговых и промышленных фирмах и банках. Однако необходимость в организации и управлении государственными делами, финансами, армией и полицией, строительством была актуальна еще на ранних стадиях развития цивилизации. Это нашло отражение в трудах античных авторов, в частности Платона и Аристотеля.

Менеджмент (от англ. management — управление, заведование, организация) — это система теоретических и практических знаний о принципах, методах, средствах и формах управления производством с целью повышения его эффективности и увеличения прибыли. Менеджмент как соединение науки и искусства формировался постепенно, обобщая лучшие результаты управленческой деятельности разных фирм и опыт разных стран мира.

Каждому этапу крупных изменений в организации и управлении фирмами соответствовали свои школы. Первая, *школа научного управления* (1885—1920), основывалась на конкретных данных инженерных, экономических, математических и других наук. Родоначальник школы американский инженер и экономист

Ф. Тэйлор и его последователи вели исследования в низовом звене управления фирмами. Они стремились найти наиболее рациональные трудовые приёмы и исключить лишние, проводили серии наблюдений за технологическими операциями и замеры времени на каждую из них, анализируя способы повышения производительности труда рабочих. Этот подход включал точный учёт рабочего времени с применением инструментов и методов, необходимых для надлежащего учёта, стандартизацию всех операций труда и элементарных операций и движений, установление норм выработки и т. д.

Вторая, *административная школа управления* (1920—1950), перешла от изучения низового звена управления производством (рабочих мест) к исследованию управления всей организацией в целом. Основатель школы — французский учёный и практик А. Файоль, имевший опыт руководства компанией по добыче угля, сформулировал 14 универсальных принципов управления, которые сохранили определённую значимость и сегодня:

- 1) разделение труда и специализация в области управления;
- 2) полномочия и ответственность;
- 3) дисциплина;
- 4) единоначалие (работник получает приказы только от одного начальника);
- 5) каждая управленческая группа действует по единому плану и имеет одного руководителя;
- 6) подчинённость личных интересов общим;
- 7) вознаграждение персонала;
- 8) централизация труда;
- 9) иерархия, или ступенчатое построение управления в порядке подчинения и перехода от низшего к высшему;
- 10) общий порядок;
- 11) справедливость;
- 12) предотвращение текучести кадров;
- 13) инициативность;
- 14) корпоративный дух.

Третья школа — *школа человеческих отношений* (1930—1950) и *разработки поведенческих наук* (1960-е гг. — по настоящее время). Основатели этой школы американские учёные М. Фоллет и Э. Мэйони установили, что чётко разработанные операции и хорошие заработки не всегда ведут к повышению производительности труда и росту общей эффективности. Чаще всего люди работают лучше, если руководство заботится о них, удовлетворяет их социальные нужды. Поэтому они рекомендовали использовать приёмы управления человеческими отношениями: прово-

дить консультации с работниками, предоставлять им более широкие возможности общения на производстве и применять другие методы налаживания межличностных отношений и т. д. В результате были выработаны рекомендации по широкому вовлечению работников в управление предприятием, улучшению условий трудовой деятельности, более полному использованию возможностей каждого человека в соответствии с его потенциалом.

В последующие десятилетия менеджмент творчески обогатился за счёт других научных направлений и идей, в частности, использования теории системного анализа, когда все составляющие целого рассматриваются в единстве, выявляются зависимости между частью и целым. При этом изучаются конкретные производственные ситуации и конкретный набор обстоятельств, влияющих на организацию в данное конкретное время. Не остался без внимания и опыт планирования и прогнозирования, отчасти заимствованный из социалистической теории и практики.

В 50—60-х гг. XX в. появилась концепция *социальной ответственности бизнеса*, в соответствии с которой крупные корпорации должны участвовать в решении единых социальных проблем общества наравне с государством. Эта была эпоха строительства «государства всеобщего процветания» (на базе кейнеланской модели).

В последние десятилетия усилился международный характер менеджмента, что обусловлено новым этапом интернационализации производства, усилением международной конкуренции на мировых рынках, возрастанием масштабов международной торговой и финансовой деятельности крупных фирм разных стран. В связи с этим исследуются новые проблемы: общее и особенное в хозяйственном управлении всех стран; универсальные закономерности, формы и методы деятельности менеджеров; особенности управления внешнеэкономической деятельностью фирмы и др.

В итоге менеджмент научно отразил основные принципы и способы организации производства на предприятии, определил функции управления, методы деятельности руководителя фирмы и пути обеспечения эффективной деятельности организации, опираясь на знания экономики, организации и управления производством на фирме, права коллектива, его психологию и др. (табл. 5).

Самый передовой опыт менеджмента сформировался в США в XX в. В 20-е гг. XX в. в корпорациях США были упорядочены функции финансов, учёта, контроля, получило развитие внутрифирменное управление и т. д. По тем временам это была новая

Таблица 5

**ЭТАПЫ ИЗМЕНЕНИЙ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ
КОРПОРАЦИЯМИ (МЕНЕДЖМЕНТА)**

Показатели	I этап — школа научного управления	II этап — административная школа управления	III этап — школа человеческих отношений	IV этап — школа человеческих отношений на базе поведенческих наук	V этап — информационно-компьютерные технологии (ИКТ) и публичные отношения
Цель управления	Производство и продажа	Эффективность операций	Расширение рынка	Формализация организации	Решение проблем и новаторство
Организационная структура	Неформальные структуры менеджмента со строгой внутренней организацией; научная организация трудовых операций	Централизованная и функциональная — формулирование принципов управления	Децентрализованная система менеджмента — коллегиальность; управление с позиций «общности интересов» (humanite Relations — HR)	Реорганизация на базе ЭВМ и первого поколения компьютеров; развитие концепций человеческих отношений (HR)	Матричная форма (компьютерные технологии управления); перерастание концепции человеческих отношений в концепцию публичных отношений (PR)
Стиль высшей администрации	Индивидуализм и предпринимательство	Единоначалие	Делегирование обязанностей и прав	Строгий контроль менеджеров материнской компании	Коллегиальность в деятельности менеджмента

Окончание табл. 5

Показатели	I этап — школа научного управления	II этап — административная школа управления	III этап — школа человеческих отношений	IV этап — школа человеческих отношений на базе поведенческих наук	V этап — информационно-компьютерные технологии (ИКТ) и публичные отношения
Система контроля	Рыночные результаты	Стандарты и центры издержек	Контроль над центрами прибыли	Планы и центры инвестиций всё более централизуются	Установление общности целей компаний; децентрализация при централизации финансовых потоков и прибыли
Главный метод вознаграждения	Собственность	Жалование и оценка заслуг	Индивидуальная премия	Участие в прибыли и премирование акциями	Групповая премия, индивидуальные бонусы

ступень капиталистической системы управления, отражающая её новый уровень в соответствии с требованиями времени. На первый план вышла проблема эффективной организации управления предприятиями компании, тесная увязка производства с изменениями условий на рынке. Решением этих сложных проблем занимались как практики — руководители корпораций «Дженерал моторс», «Форд», «Дюпон де Немур», в том числе известный менеджер Слоун, так и теории управления, развивающие концепции Тэйлора, Файоля. Фрэнсис Тэйлор буквально осуществил революцию в организации производства и трудовых процессов на предприятии. Он разработал предельно чёткую организацию функциональных обязанностей и «измерители» фактического труда рабочих и инженеров: каждый должен был вы-

полнять точно предназначенный для него круг обязанностей (трудовые операции).

На основе концепции Файоля—Фоллета начали развиваться различные управленческие теории, учитывающие уровень развития производительных сил, задачи бизнеса в новых условиях. В эти годы управленческий аппарат компании строился как многоступенчатая пирамида, имевшая в своём основании непосредственное управление производством. Соответственно, чем больше росли масштабы производства, тем более громоздким делался аппарат управления. Постепенно такая линейная организация по мере роста приводила к снижению его эффективности и значительному удорожанию систем управления. Фирмы начали искать выход из создавшейся ситуации путём децентрализации управленческих структур. Низшим звеньям управления передавался довольно значительный объём функций, росла их оперативная самостоятельность. Это способствовало росту эффективности и прибыльности фирм за счёт оптимизации организации и управления. Однако со временем стали проявляться негативные аспекты децентрализованных систем управления. Прежде всего слишком большая самостоятельность низших звеньев по мере роста масштабов корпораций ослабляла эффективность управления, создавала трудности в координации многочисленных подразделений со стороны главного менеджмента. Нужны были новые подходы к управлению. И они не замедлили появиться вместе с новыми технологиями. Одновременно концепция человеческих отношений стала перерастать в более широкую концепцию публичных отношений.

НОВЫЕ СЛОВА

- менеджмент • школы управления
- социальная ответственность бизнеса • человеческие отношения (HR)
- публичные отношения (PR)

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое менеджмент?
2. В чём сущность системы Ф. Тэйлора?
3. Какие принципы провозглашала школа административного управления А. Файоля?
4. Какие приёмы в управлении предлагала использовать школа человеческих отношений Э. Мэйо?
5. В чём сущность концепции социальной ответственности бизнеса?

§ 31. Современные тенденции менеджмента. Менеджмент в России

Как мы уже говорили, для крупных фирм характерны разные организационные структуры управления. Корпорации, объединяющие множество предприятий, могут иметь горизонтальную, вертикальную и конгломератную структуру.

Так, все крупные сталелитейные компании в США United States Steel, Bethlehem Steel, Republic Steel и др. представляют собой *вертикальные объединения* предприятий, т. е. в собственности каждой фирмы имеются предприятия на различных стадиях производственного процесса.

Крупные сети магазинов розничной торговли в России, например «Ашан», «Икея», «Седьмой континент», — это *горизонтальные объединения*, в которых все предприятия находятся на одной стадии производства (торговой системе).

Конгломераты объединяют предприятия, действующие в различных отраслях и на разных рынках. Например, International Telephone and Telegraph (ITT), помимо основной деятельности, которая отражена в названии фирмы, через свои дочерние предприятия осуществляет широкомасштабные операции в таких разнообразных областях, как гостиничное хозяйство, пекарное производство, выпуск учебных материалов, страхование. Аналогично организованы системы управления в автомобильных, авиационных, нефтяных, металлургических и других корпорациях.

Современные тенденции менеджмента. Автор научного управления фирмами Ф. Тэйлор еще в начале 20-х гг. XX в. сформулировал основные задачи надёжной организации управления фирмой. По его мнению, главной задачей управления предприятием должно быть обеспечение максимальной прибыли для предпринимателя в соединении с максимальным благосостоянием для каждого занятого на предприятии работника. Максимальная прибыль в данном случае означает не только большие дивиденды для акционерной компании или единоличного собственника предприятия, но и развитие каждой отдельной сферы управленческой деятельности компании до наивысшей степени совершенства, обеспечивающей постоянное получение прибыли.

Максимальное благосостояние для каждого занятого на предприятии работника также означает не только более высокое вознаграждение по сравнению с обычным для данной профессии. Но, что гораздо важнее, развитие способностей каждого работника до максимально возможной для него степени производи-

тельности труда, а также предоставление работнику такой работы, которая потребует от него максимального проявления своего профессионализма.

Ф. Тэйлором были разработаны и сформулированы основные обязанности менеджеров компаний, необходимые для реализации указанной задачи управления.

1. Менеджмент разрабатывает научные методы труда, заменяющие традиционные, для каждого действия во всех отраслях предприятия. То есть речь идёт о подлинно научной организации всех трудовых операций. В своё время в СССР на каждом производстве имелись стенды НОТ с перечнем этих принципов.

2. На основе научно установленных требований менеджмент производит тщательный отбор рабочих, а затем тренирует, обучает и развивает их, в то время как в прошлом рабочие сами выбирали себе специальность и сами, как могли, пытались её осваивать.

3. Менеджмент осуществляет тесное сотрудничество с работниками в достижении соответствия всех отдельных сфер производства научным принципам, которые были выработаны.

4. Устанавливается почти равномерное распределение труда и ответственности между менеджментом предприятия и всеми рабочими.

С середины 50-х гг. XX в. благодаря автоматизации управления начинается новый, качественный этап развития системы менеджмента на фирмах. В результате происходят значительные изменения в управленческой деятельности, его содержании, процессах принятия решений.

Известный американский специалист в области управления менеджмента, консультант крупнейших американских корпораций профессор П. Дракер писал в этой связи, что структуры современных корпораций становятся нестабильными, соответственно меняются теория и практика управления. В доказательство он осуществил анализ реорганизации таких известных корпораций, как «Америкен телефоун энд телеграф», «Дженерал моторс», «Дюпон де Немур», «Дженерал электрик», «Форд» и др.

Новые управленческие процессы отражали кризис корпоративных структур организации и управления фирмами в целом, а также теории и практики менеджмента. По мнению Дракера, кризис возник в результате попыток оперировать устаревшими принципами в современных условиях. Возникла потребность в

новых технологиях управления, внедрении автоматизированных систем на базе комплекса ЭВМ, а также системном подходе.

Компьютерная революция, начавшаяся в 80-х гг. XX в., потребовала изменений в организационных структурах и системе управления ими. Внедрение компьютерных технологий в управленческие системы привело к концентрации вокруг материнских компаний многочисленных филиалов по всему миру, а их деятельность и внутренние связи стали рассматриваться в рамках единой большой системы — корпорации. Сильнейшим изменениям подверглись структуры не только крупных компаний, но и средних и даже мелких, которые были вынуждены подстраиваться под изменения, происходящие на рынке.

Таким образом, менеджмент фирмы в современных условиях необычайно подвижен, подвержен непрерывным изменениям и восприимчив к новаторству и инновациям.

В современной практике преобладают смешанные системы и типы менеджмента с новой функцией управления — планирование организационного развития компании, обеспечивающего адекватные изменения соотношений централизации и децентрализации корпораций на постоянной основе.

В последнее время появилась новая негативная тенденция — искусство управления стало трактоваться как способ выколачивания прибыли любыми средствами. Менеджеры-директора получают огромные бонусы, хотя их банки или предприятия при этом могут разорваться.

Менеджмент в России. В России мировой опыт в области менеджмента долгое время изучали лишь учёные-экономисты ряда академических институтов и ведущих университетов. Как известно, капитализм в Российской империи имел запоздалый характер и начал медленно развиваться после отмены крепостного права в начале 60-х гг. XIX столетия, сохраняя во многом традиционные черты «купеческого капитализма». Только в начале XX в. его развитие ускорилося, но было прервано сначала революцией 1905 г., Первой мировой войной 1914 г., а затем Февральской и Октябрьской революциями 1917 г.

Советская власть отменила частную собственность, осуществила национализацию фабрик, заводов, земли и превратила всё это в единую государственную собственность. Директорам социалистических предприятий предоставлялись (по планам) все факторы производства директивно: рабочая сила, сырьё и материалы, инструменты и оборудование, необходимые финансовые ресурсы. Произведённая ими продукция отгружалась строго по

установленным правилам и направлялась по конкретному адресу. Предприятие не получало за произведённую продукцию никакой прибыли, не имело никакого отношения к ценам. Оно отвечало только за выполнение плана. Поэтому опыт организации управления фирмами в развитых странах мог быть применён на государственных предприятиях в СССР только с точки зрения использования элементов научной организации труда по методу Ф. Тэйлора (на микроуровне в усечённом масштабе).

После перехода российской экономики на рыночную (капиталистическую) систему (1991) был легализован принцип частной собственности, государственный сектор экономики подвергся денационализации, и на его базе появились капиталисты-предприниматели, которые, однако, не имели опыта управленческой деятельности на частных фирмах. Проблема становления отечественного капитализма состояла в том, что крупные капиталистические предприятия появились не в результате реализации специфических способностей предпринимателя, его таланта и упорного труда, не «снизу», как это происходило на Западе в течение столетия, а «сверху» — правительство «одарило» определённый круг людей факторами производства (заводами, фабриками, торговыми предприятиями) и «накачало» их огромными финансовыми ресурсами. В результате в стране мгновенно возникли крупные монополистические компании, на формирование которых в развитых капиталистических странах ушло несколько столетий. Высококвалифицированные менеджеры в нашей стране появятся вместе с формированием социальной и деловой среды в обществе, с накоплением опыта и знаний.

НОВЫЕ СЛОВА

- модернизация управления • смешанная система управления
- социалистическое предприятие

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое менеджмент, как он формировался в процессе эволюции?
2. Типы менеджмента, основные школы.
3. Какие главные факторы оказали влияние на формирование систем управления и изменения их типов?
4. Объясните, почему необходимо модернизировать системы управления в современных условиях.
5. Приведите примеры эффективного и неэффективного управления компаниями.

§ 32. Маркетинг

Рост производства и ёмкости внутреннего рынка, совершенствование коммуникаций, реклама товаров и услуг способствовали появлению, помимо традиционных управленческих методов, и других направлений. Прежде всего, это исследование и планирование операций по сбыту продукции; реклама как комплекс мероприятий, направленных на «возбуждение интереса» покупателей; улучшение ассортимента выпускаемой продукции; система мер по улучшению обслуживания потребителей и др., т. е. ориентация производства на покупателя.

В современных условиях расширенное воспроизводство можно обеспечить лишь в том случае, если удастся найти надёжный, стабильный, ёмкий рынок для колоссального объёма товарной продукции и услуг. Поэтому происходит смещение усилий из сферы непосредственного производства в сферу выявления интересов, мотивов поведения покупателей, психологических особенностей различных групп населения с целью воздействия на потенциального потребителя товаров, стимулирования его интереса к той или иной покупке. Так, искусственно расширяется «ёмкость рынка», создаются новые потребности в товарах и услугах, обеспечивается их реализация, т. е. заранее планируется формирование нужного рынка и его величина.

Термин «маркетинг» означает рыночные, сбытовые и исследовательские операции в области торговли. По Ф. Тэйлору, маркетинг представляет собой предпринимательскую деятельность, связанную с направлением потока товаров и услуг от производителя к покупателю или потребителю. По другой теории, маркетинг — это функция компании, связанная с осуществлением сбытовых и рыночных операций, т. е. деятельность фирмы, направленная на повышение эффективности торговой политики компании. Она предполагает осуществление ряда организационно-технических мероприятий в целях сбыта. Назначение маркетинга — слияние производства и сбыта в едином замкнутом цикле: производство — рынок — конкретный покупатель — максимизация прибыли.

Этапы развития. Маркетинг как определённый вид коммерческой деятельности и как теоретическая концепция появился в США в самом начале XX в., когда происходил процесс формирования крупных корпораций, а уже в 1902—1907 гг. маркетинг как теоретическая дисциплина, изучающая организацию и методику сбытовых операций, был введён в учебные программы ве-

дущих университетов — Гарвардского, Чикагского, Пенсильванского.

Первыми корпорациями, взявшими на вооружение маркетинговую концепцию управления, стали «Дженерал электрик», «Америкен телефоун энд телеграф» (АТТ), «Дженерал фудс», «Кэмбелл суп компани», «Вестингауз электрик», «Крафт фудс» и др. По П. Дракеру, маркетинг — это не просто продажа, это бизнес, рассматриваемый с точки зрения конечного результата, т. е. с точки зрения покупателя. Ответственность за маркетинг поэтому должна пронизывать все сферы предпринимательства. Маркетинг является определяющей и специфической функцией бизнеса.

В 60—80-е гг. XX в. понятие «маркетинг» получает новое содержание, которое включает целые направления деятельности, относимые ранее к классическим методам менеджмента. Маркетинг — это деловая активность, направляющая поток товаров и услуг от производителя к потребителю. Маркетинг включает деятельность, связанную с потоком товаров и услуг между производителями и потребителями.

Сущность и содержание маркетинга. С помощью маркетинга компании связывают в единую сеть производство и последующие стадии движения товаров и услуг вплоть до конечных потребителей. Менеджмент по маркетингу фирмы разрабатывает распределительные системы, состоящие из различных компонентов, а также деятельность всего персонала, включая консультантов из соответствующих организаций и сотрудников менеджмента. Последние организуют торговые потоки, определяя условия прибыльной реализации товара. Таким образом, содержательная сторона маркетинга состоит в слиянии производства и сбыта в едином технологическом процессе с тем, чтобы представить на рынок именно тот товар, который нужен покупателю.

Условно различают три основных взаимосвязанных звена в системе управления маркетинговыми операциями:

- управление торгово-посреднической сферой (системой) в деятельности корпораций;
- управление производственной сферой (системой), ориентированной на рынок;
- управление обслуживающей сферой (системой).

Сложный комплексный характер этих трёх звеньев предполагает необходимость упорядоченного, логического и планомерного подхода как к управлению каждого из них в отдельно-

сти, так и маркетинга как целостного явления, выступающего объектом управления.

Положительные результаты деятельности маркетинговых служб явились следствием более систематизированного и научного изучения проблем потребительского спроса, потребностей рынка, более глубокого и обоснованного прогнозирования всех процессов рыночной торговли.

Рыночная концепция управления получает своё реальное воплощение в программах и мероприятиях, направленных на совершенствование организации производства и ускорение прохождения произведённой продукции на рынке. Ориентация на рынок — основной принцип маркетинга — требует, чтобы все хозяйственные решения принимались с учётом анализа рыночной ситуации и тенденций её изменения. Поэтому такое большое внимание уделяется исследованиям рынка, всех его факторов: объективных, субъективных и психологических, основанных на анализе мотиваций покупателей. Как правило, исследование рынка представляет собой завершающий этап в программе маркетингового исследования, которое проводится на основе комплексного анализа товарного ассортимента, поведения покупателей, действий конкурентов.

Практика показывает, что маркетинг должен заниматься не просто сбытом продукции, но и влиять на спрос. Маркетинг способствует значительному успеху в деятельности фирм, использующих рыночную концепцию управления, поскольку помогает расширить сбыт, увеличить ёмкость рынка, создать интерес потребителя к продуктам фирмы через рекламу.

При этом маркетинг целиком направлен на максимизацию прибыли. В результате интересы людей, их потребности не всегда и не в должной мере соответствуют интересам фирм и не принимаются ими в расчёт. Часто чрезвычайно агрессивная реклама, навязывание товара становятся важнейшими задачами маркетинговых подразделений компаний. Так, некоторые магазины специально раскладывают товары на полках так, чтобы заставить покупателя сделать незапланированные покупки. Пока покупатель обходит магазин в поисках нужного продукта, он вынужден внимательно осматривать полки, в результате покупает то, что не планировал. Налицо психологическое воздействие, в результате которого покупатель теряет время и деньги. Таким образом, забывается важнейший принцип классического управления: в центре внимания торговли должен быть человек — кли-

ент, его интересы и потребности, и только через обеспечение его потребностей реализуется основная цель — прибыль. По маркетингу первична прибыль, а человек — источник этой прибыли.

НОВЫЕ СЛОВА

- маркетинг • сбытовые операции • рыночная концепция управления
- агрессивная реклама

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое маркетинг?
2. Этапы становления маркетинга как сферы управленческой деятельности.
3. Чем маркетинг отличается от менеджмента?
4. Назовите основные принципы маркетинга.
5. В современном обществе появилась новая профессия — маркетолог. Чем, по-вашему, занимаются люди этой профессии?

§ 33. Банкротство фирмы

Фирмы, банки и другие хозяйствующие агенты рынка время от времени претерпевают трудности или разоряются в силу разных причин, т. е. происходит их банкротство. **Банкротство** (от итал. *banco* — скамья и *rotto* — сломанный) — это долговая несостоятельность, отказ гражданина или компании платить по своим долговым обязательствам из-за отсутствия средств, финансовый крах, разорение фирмы.

Формально банкротство наступает после вынесения судебного решения о неспособности должника выполнить свои финансовые обязательства. Судебное решение выносится либо по просьбе самой компании (добровольная ликвидация), либо по требованию её кредиторов (принудительное банкротство). Таким образом, под банкротством понимается неспособность удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), включая неспособность обеспечить обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды в связи с превышением обязательств должника над его имуществом или в связи с неудовлетворительной структурой баланса должника. Внешним признаком несостоятельности предприятия является приостановление его текущих платежей, если предприятие не обеспечивает или заведомо не способно обеспечить выполнение требований кредиторов в течение трёх месяцев со дня наступления сроков их ис-

полнения. Несостоятельность предприятия считается имеющей место после признания факта несостоятельности арбитражным судом или после официального объявления о ней должником при его добровольной ликвидации.

В отношении должника применяются следующие процедуры: реорганизационные, ликвидационные или мировое соглашение.

Реорганизационные процедуры предусматривают внешнее управление имуществом должника и санацию. К ликвидационным процедурам относятся принудительная ликвидация предприятия-должника по решению арбитражного суда, добровольная ликвидация несостоятельного предприятия под контролем кредиторов.

Ликвидация предприятия-должника осуществляется в процессе конкурсного производства. Дела о несостоятельности предприятия рассматриваются Высшим арбитражным судом, арбитражным судом субъекта РФ по месту нахождения предприятия-должника, указанному в его учредительных документах, если требования к должнику в совокупности составляют сумму не менее 500 минимальных размеров оплаты труда (МРОТ), установленных законом. Основанием для возбуждения производства по делу является заявление должника или кредитора, а также прокурора. Юридическое или физическое лицо объявляется банкротом тогда, когда сумма задолженности, затребованной к оплате и не погашенной в срок, превысила документированную стоимость движимого или недвижимого имущества. Иногда владельцы фирм ведут дело к преднамеренному или умышленному банкротству для того, чтобы избежать уголовного наказания за мошеннические операции — «увод» финансовых ресурсов за пределы фирмы и др.

В рамках процедуры банкротства *мировое соглашение* — это соглашение между имеющими друг к другу притязания субъектами сделки, договаривающимися посредством мирового соглашения урегулировать спор между собой без судебного разбирательства.

Мировое соглашение может быть заключено на любой стадии рассмотрения дела о банкротстве. Сторонами мирового соглашения являются должник, его конкурсные кредиторы и уполномоченные органы.

В соответствии с Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 г. решение о заключении мирового соглашения со стороны конкурсных кредиторов и уполномоченных органов принимается собранием кредиторов.

Мировое соглашение подписывается от имени конкурсных кредиторов лицом, избранным собранием кредиторов, от имени должника — индивидуальным предпринимателем, руководителем организации должника, во внешнем управлении и в конкурсном производстве — арбитражным управляющим.

После заключения мирового соглашения у должника возникает обязанность исполнить соглашение в форме, им предусмотренной, у кредитора право на новых условиях получить причитающийся ему долг.

НОВЫЕ СЛОВА

- банкротство • реорганизация • ликвидация • внешнее управление
- мировое соглашение

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое банкротство?
2. В каких случаях по законодательству РФ фирма может быть признана банкротом?
3. Как происходит процедура банкротства?
4. Что происходит с фирмой после признания её банкротом?

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Управление фирмами (или менеджмент) — это сложная отрасль деятельности, своего рода соединение науки и искусства. И отношение к этому виду человеческой деятельности должно быть серьезное. Особое значение имеет этика менеджера. Не всякая прибыль должна устраивать менеджеров и собственников компаний, а только та, которая достигается упорным трудом. Многие крупные банки и корпорации своей страстью к сверхприбылям и высокому вознаграждению приблизили глобальный кризис и обусловили мощный спад в мировом промышленном производстве в 2004—2010 гг.
2. Теоретики корпоративного управления утверждают, что сложность и многообразие ситуаций и проблем, с которыми приходится сталкиваться на практике, оправдывают множественность структур управления. Это многообразие играет позитивную роль, поскольку позволяет принимать оптимальные решения, вовлекая в этот процесс различные группы специалистов и экспертов.
3. Современные концепции управления исходят из предпосылки, что компании XXI в. заинтересованы в такой подготовке специалистов управления, которые сводили бы риски к минимуму. При этом ИКТ рассматривается как фактор, способный уходить от рисков. Этим занимаются и научно-аналитические подразделения фирм, которые изучают общую экономическую ситуацию, прогнозируя конъюнктуру рынка.

4. Современные бизнесмены и менеджеры должны обладать способностями и знаниями, позволяющими им объективно оценивать ситуации и всегда принимать правильные решения.
5. Структура корпораций, согласно теории и практике управления, должна соответствовать следующим основным принципам:
 - чёткость, логичность и ясность построения, соответствующая основным задачам фирмы;
 - правильное управление персоналом, экономия сил и ресурсов на непроизводительные расходы, в том числе расходы, связанные с контролем и смягчением разногласий в менеджерской среде;
 - акцент на конечный продукт, результат деятельности работника, а не на сам технологический процесс и пути достижения такого результата, особенно в сфере интеллектуального труда;понимание каждым работником фирмы не только своей собственной задачи, но и общих задач фирмы, вхождение всего персонала в задачи (проблемы) фирмы как в свои собственные;
 - высокая квалификация менеджмента, развитие принципа человеческих отношений, делегирование прав «сверху вниз», достижение и сохранение постоянной стабильности; использование концепции «публичные отношения» (PR).
6. Маркетинг, как рыночная концепция менеджмента, усиливает связи производства с распределением и конечной реализацией продукции, выявляет новые потребности общества в товарах или услугах и формирует их. Основная задача маркетинговых служб — ориентация на потребителя.
7. В силу разных причин может произойти разорение фирмы — банкротство. Существует специальная процедура банкротства, предусмотренная законом страны.

Словарь терминов и определений

Активы — всё имущество, принадлежащее юридическому лицу или предпринимателю.

Акцизы — налог, устанавливаемый преимущественно на предметы массового потребления, а также услуги. Как правило, включается в цену товаров или тарифа на услуги.

Акция (от голл. *aktie*, от нем. *Aktie*) — ценная бумага, представляющая собой свидетельство о вложении определённой доли капитала или средств в акционерное общество и дающая право на получение некоторой части его прибыли в виде дивиденда.

Банк (от итал. *banco* — лавка, стол, на которых менялы раскладывали монеты) — финансово-кредитный институт, основной функцией которого является оказание финансовых услуг юридическим и физическим лицам.

Банк ипотечный — банк, выдающий долгосрочные ссуды под залог недвижимости, также выпускает закладные.

Банк кооперативный — специальный кредитно-финансовый институт, создаваемый товаропроизводителями на долевых началах для удовлетворения взаимных потребностей в кредите и других банковских услугах.

Бонус (от лат. *bonus* — добрый, хороший) — дополнительное вознаграждение, поощрение, надбавка к выплате, премия.

Бюджет (от старонормандского *bougette* — кошель, сумка, кожаный мешок) — схема доходов и расходов определённого лица (семьи, бизнеса, организации, государства и т. д.), устанавливаемая на определённый период времени, обычно на один год.

Бюджет государственный — важнейший финансовый документ страны. Он представляет собой совокупность финансовых смет всех ведомств, государственных служб, правительственных программ и т. д. В нём определяются потребности, подлежащие удовлетворению за счёт государственной казны, а также указываются источники и размеры ожидаемых поступлений в государственную казну.

Валовой внутренний продукт (ВВП) — стоимость всех товаров и услуг, произведённых в стране в течение определённого периода (обычно года), исчисляемая в рыночных ценах.

Валовой национальный продукт (ВНП) — в отличие от ВВП отражает совокупную стоимость конечных товаров и услуг, созданных не только внутри страны, но и за её пределами фирмами и гражданами данной страны.

Валютный курс — цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежной единице другой страны.

Величина предложения — количество товара или услуг определённого вида, предложенное к продаже на рынке по конкретной цене в течение определённого периода времени. Величина предложения зависит от цен на товары и услуги, издержек производства и т. д.

Величина спроса — количество конкретного товара или услуги, которое покупатель может купить по предлагаемой цене в течение определённого периода времени. Величина спроса зависит от доходов покупателей, цен на товары и услуги, ожиданий покупателей, их вкусов и предпочтений. Величина спроса, как и величина предложения, — главный фактор формирования рыночных цен.

Государственные ценные бумаги — ценные бумаги, выпущенные государством. Государство с помощью ценных бумаг регулирует развитие экономики, решая следующие задачи: регулирование денежной массы; регулирование инфляции; влияние на валютный курс; формирование уровня доходности по ценным бумагам; обеспечение перелива капитала с одного сегмента финансового рынка на другой; решение других социально-экономических задач.

Государственный долг — результат финансовых заимствований государства, осуществляемых для покрытия дефицита бюджета. Государственный долг равен сумме дефицитов прошлых лет с учётом вычета бюджетных излишков. Государственный долг складывается из задолженности центрального правительства, региональных и местных органов власти, государственных организаций, предприятий.

Деньги — специфический товар, который является универсальным эквивалентом стоимости других товаров или услуг.

Депозиты (вклады) представляют собой определённые суммы денежных средств, размещённые на хранение в кредитную организацию от имени частного или юридического лица, которым за использование этих сумм в деятельности указанной организации может начисляться определённый процент.

Дивиденды — это выплата акционерам компании части суммы чистой прибыли акционерного общества в соответствии с количеством принадлежащих им акций.

Закон предложения — экономический закон, согласно которому с ростом цены товара увеличивается объём его предложения на рынке, а со снижением цены сокращается предложение.

Закон спроса — экономический закон, предложенный английским экономистом А. Маршаллом, в соответствии с которым величина спроса на товар в течение определённого времени пропорциональна величине его цены.

Закон Энгеля — экономический закон, согласно которому поведение потребителей связано с размером получаемого ими дохода. С ростом дохода возрастают расходы на предметы длительного пользования, путешествия или сбережения, а структура потребления продуктов питания изменяется в сторону более качественных продуктов. И наоборот, чем меньше доходов, тем большую долю составляют расходы на питание.

Залог — это способ гарантирования исполнения обязательств. Залог — материальные средства, ценные бумаги, имеющие материальную ценность и служащие в качестве обеспечения выполнения каких-либо обязательств между заёмщиком и кредитором. Залог служит инструментом рыночно-экономических и финансовых отношений.

Заработная плата — часть национального дохода, поступающая в индивидуальное потребление наёмных работников. Номинальная заработная плата — сумма денежных средств, полученных работником за выполнение работы в течение определённого периода времени. Реальная заработная плата — количество товара и услуг, которое можно за неё приобрести. В зависимости от специфики труда применяют повременную, сдельную системы заработной платы. В условиях рыночной экономики для усиления реальной заинтересованности работника в конечных результатах труда применяют различные премиальные системы заработной платы (системы участия в прибылях). В большинстве стран минимальная заработная плата устанавливается законом.

Импорт — ввоз товаров из-за границы для реализации на внутреннем рынке.

Инвестирование — вложение средств в программы, предпринимательское дело, имущественные объекты и т. п.

Инфляция — повышение общего уровня цен на товары и услуги. При инфляции за одну и ту же сумму денег по прошествии некоторого времени можно будет купить меньше товаров и услуг, чем прежде. В этом случае говорят, что за прошедшее время покупательная способность денег снизилась, деньги утратили часть своей реальной стоимости.

Картель (от фр. cartel) — одна из основных форм соглашений о монополизации рынка, гласное или негласное соглашение группы близ-

ких по профилю предприятий. В отличие от концернов и трестов, картельные соглашения непосредственно не затрагивают производственную и коммерческую самостоятельность вступивших в картель предпринимателей, договаривающихся между собой о монополизации и разделе рынка, об объёмах (квотах) производства и реализации продукции, условиях сбыта товаров и найма рабочей силы, ценах и сроках платежа, рационализации производства и управления, обмене патентами и т. п. Картели бывают внутренние, экспортные, импортные и международные. Они создаются с целью ограничения конкуренции между их участниками, монополизации производства и сбыта того или иного товара, установления на него единой, обязательной для всех участников соглашения монопольной цены, подавления внешней конкуренции со стороны фирм, не участвующих в данном соглашении, и получения более высокой, чем средняя, прибыли. В современных условиях существует ряд мощных международных картелей. Картельные соглашения широко используются мелким и средним бизнесом в борьбе с господствующими на рынке монополиями. В ряде стран заключение картельных соглашений запрещено антимонопольным законодательством или ограничено узкими рамками отдельных отраслей и видов производств.

Конвертируемость — обратимость валюты, а также акций и облигаций, возможность обмена одного их вида на другой на рынке ценных бумаг.

Конкуренция — а) состязание между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы вложения капитала, рынка сбыта, источника сырья. Является действенным механизмом стихийного регулирования пропорций общественного производства. Различают ценовую конкуренцию, основанную главным образом на снижении цен, и неценовую конкуренцию, основанную на совершенствовании качества продукции и условий её продажи; б) закон товарного производства, отражающий механизм соперничества товаропроизводителей, обусловленный противоречивостью их интересов в области производственно-сбытовой и торговой деятельности.

Корпорация (от лат. corporatio — объединение, сообщество) — общество, союз, образованный физическими или (и) юридическими лицами для ведения предпринимательской деятельности.

Курс акций — цена, по которой акции продаются на рынке.

Ликвидность — подвижность активов предприятий, фирм, банков, обеспечивающая возможность бесперебойно оплачивать в срок все кредитно-финансовые обязательства и законные денежные требования. Различают ликвидность банков, фирм, ликвидные активы, ликвидные средства.

Маркетинг — методы изучения рынка и принятия решений, что должна производить фирма и где, как и почём реализовывать на рынке, чтобы получить максимальную прибыль.

Менеджмент — совокупность правил организации эффективной деятельности предприятий.

Монополия — ситуация на рынке, при которой товар на рынке продаёт только один продавец.

Национальный доход — все доходы, полученные гражданами страны в виде заработной платы, прибыли, процента и ренты за использование природных ресурсов.

Облигация (от лат. obligatio — обязательство) — ценная бумага на предъявителя, предоставляющая её владельцу право на получение дохода в виде фиксированной процентной ставки.

Пошлина — государственный денежный сбор, вид налога, взимаемого с товаров и имущества, а также с некоторых операций, регулируемых государством.

Предприниматель — человек, который владеет и управляет собственным делом с целью получения прибыли.

Прибыль — превышение в денежном выражении доходов от реализации товаров над затратами на их производство или приобретение и сбыт этих товаров и услуг.

Прожиточный минимум — стоимость товаров и услуг, необходимых для удовлетворения первоочередных минимальных потребностей человека за год (в среднем): минимальный набор продуктов питания, товаров и услуг, а также обязательные платежи и сборы.

Равновесная цена — цена, при которой объём спроса на рынке равен цене предложения.

Розничная торговля — заключительная фаза обращения предметов личного потребления, где происходит реализация товаров и услуг в обмен на денежные доходы населения.

Ростовщичество — предоставление денежных ссуд, именуемых ростовщическим кредитом, под высокий процент. Используемый для таких кредитов капитал называют ростовщическим.

Рынок труда — это система конкурентных связей между предпринимателями и работниками по поводу найма и использования работников в производстве.

Рыночная система — система хозяйственных отношений, в основе которых лежит обмен.

Спрос — это желание и возможность потребителя купить определённое количество товара или услуги по определённой цене в определённый период.

Ссуда — это временная передача собственности (или денег) в пользование, обычно безвозмездное.

Ставка налога — величина налога в расчёте на единицу налогообложения. Если налог взимается в денежной форме, то налоговая ставка устанавливается в виде процента с облагаемого налогом дохода.

Товар — продукт труда, произведённый для обмена (продажи).

Труд — физическая и умственная деятельность человека, направленная на удовлетворение его потребностей и потребностей общества.

Услуга — действие, совершённое одним лицом в интересах другого.

Факторы производства — а) условие производственной деятельности; б) производственные ресурсы, необходимые для организации производства товаров и услуг. Включают в себя средства производства, сырьё и материалы, а также капитал.

Фиктивный капитал — это капитал, который, в отличие от реального, представляет собой не стоимость, а лишь право на получение какого-то дохода.

Финансовый рынок — система отношений в процессе обмена экономических благ с использованием денег.

Фирма — организация, владеющая одним или несколькими предприятиями, использующая экономические ресурсы для производства товаров и услуг с целью получения прибыли.

Фьючерсные контракты — контракты, которые заключаются на бирже. Они выполняют роль посредника между продавцом и покупателем. Преимущества такого контракта состоят в том, что можно снизить риск, с которым в результате сделки сталкиваются как продавец, так и покупатель. К примеру, небольшая фирма занимается выращиванием пшеницы, приблизительно зная предстоящий урожай. Поэтому доход фирмы зависит от продажи пшеницы. Если фирма продаст урожай за месяц до его получения, она защитит себя от возможного изменения цены на неё в будущем. Поэтому и покупатель, и продавец договариваются о цене, по которой товар будет поставлен в будущем. Именно поэтому фьючерсные контракты высокодоходны. Исполнение данного контракта гарантирует биржа (т. е., заключив контракт с биржей, не нужно интересоваться финансовым положением покупателя). Однако, если фьючерсная цена падает, продавец выигрывает, если повышается — проигрывает.

Частная собственность — одна из форм собственности, означающая законное право гражданина на конкретное имущество.

Экономическая система — а) система, охватывающая производство, обмен, потребление и распределение материальных благ; б) совокупность принципов, правил и законодательных норм, определяющих отношения в процессе производства и обмена товаров.

Экономический рост — увеличение совокупного производства и потребления в стране, которое характеризуется темпами роста (или прироста) валового национального продукта, валового внутреннего продукта, национального дохода.

Экспорт — вывоз товаров и услуг за границу для реализации их на внешнем рынке.

Эмиссия денег — выпуск в обращение денежных знаков.

Интернет-ресурсы

<http://www.libertarium.ru/library> — библиотека по экономической литературе;

<http://www.finansy.ru> — информация по социально-экономическому положению и развитию в России;

<http://www.ise.openlab.spb.ru/cgi-ise/gallery> — галерея экономистов;

<http://www.almaz.com/nobel/economics> — лауреаты Нобелевской премии по экономике;

<http://www.cbr.ru> — официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы);

<http://www.rbc.ru> — РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);

<http://www.budgetrf.ru> — мониторинг экономических показателей;

<http://www.rea.ru>;

<http://www.ereport.ru> — обзорная информация по экономике;

<http://www.stplan.ru> — экономика и управление;

<http://www.catback.ru> — научные статьи и учебные материалы по экономике.