

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ И ГУМАНИТАРНЫХ ЗНАНИЙ
СИСТЕМА ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ



0005.03.02

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ
МОДУЛЬ II. МИКРОЭКОНОМИКА-1

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ
для студентов экономического факультета

Составитель: О.В. Насыбуллина

3-е издание



УДК 330.101.542
ББК 65.012.1
Э40

Составитель: О.В. Насыбуллина

Экономическая теория. Модуль II. Микроэкономика-1: Учебное
Э40 пособие для студентов экономического факультета / Сост. О.В.
Насыбуллина – 3-е изд. – Казань: Изд-во «Юниверсум», 2009. – 147 с.
ISBN 978-5-9991-0052-8

Данное учебное пособие предназначено для студентов дистанционного (заочного) обучения и построено по модульному принципу. Пособие синтезирует проблематику учебников по экономической теории, рекомендованных Государственным Комитетом РФ по высшему образованию для студентов высших учебных заведений.

ДЛЯ СТУДЕНТОВ ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНЫХ И ГУМАНИТАРНЫХ ЗНАНИЙ

УДК 330.101.542
ББК 65.012.1

ISBN 978-5-9991-0052-8



9 785999 100528

© Насыбуллина О.В., составление, 2005
© Институт социальных и гуманитарных знаний, 2005
© Оформление. Издательство «Юниверсум», 2009

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования Специальность 060500 – «Бухгалтерский учёт, анализ и аудит»	6
Материал курса	7
Самостоятельная работа студентов	127
Контроль знаний	129
Литература	131
Краткий словарь основных экономических терминов	133

ВВЕДЕНИЕ

В настоящем учебном пособии речь идет о концепциях, дающих углубленное понимание современной хозяйственной действительности и перспектив развития экономики в XXI столетии. Так, включен материал о концепции трех стадий развития производства, которая отражает современный взгляд на историю развития мировой экономики, представления о нынешней структуре отношений собственности в промышленно развитых странах, изменении экономической роли конкуренции и монополий в условиях научно-технической революции, распределении доходов в свободной рыночной и социально ориентированной экономике и др.

Представленный в пособии логически структурированный материал отражает сведения об ускорившемся развитии мирового хозяйства на рубеже XX-XXI вв., отсутствовавших ранее звеньях научной системы. Прежде всего показано, что термин «экономика» обозначает два понятия: а) хозяйственную деятельность людей, б) экономическую теорию, которая научно освещает такую деятельность. Тем самым предотвращается отождествление этих понятий, что позволяет лучше проследить изменения и в реальной хозяйственной действительности, и в теории, которые произошли во второй половине XX в. В пособии рассмотрена вся система экономических отношений, включены главы, посвященные анализу кооперации и разделения труда, а также общей характеристике управления экономикой.

В пособии, в частности, показано действие таких законов рынка, как закон цены по массовому предложению и закон цены по массовому спросу. Знание этих законов позволяет понять воздействие национальной конкуренции на рыночную цену, ценовую политику монополий и монополистических компаний, процесс изменения цены на землю.

В параграфе «Воспроизводство народонаселения: современные тенденции» дается характеристика противоречивого движения народонаселения в органической связи с динамикой воспроизводства материальных благ во второй половине XX в.

Значительное внимание в пособии уделено новейшим тенденциям и противоречиям глобализации мирового хозяйства. Во многих главах показана усиливающаяся взаимосвязь национальных экономик с мировыми хозяйственными процессами.

В пособии углублен анализ конкретных форм хозяйствования на всех уровнях национального хозяйства – микро-, мезо- и макроэкономики, показаны свойственные им особенности видов собственности, кооперации и разделения труда, организации хозяйства и управления экономикой.

В учебном пособии получили отражение социально-экономические и организационно-экономические процессы, которые определяют облик реальной экономики на рубеже XX-XXI вв., в том числе преобразование экономики России в 1990-х гг. Для освещения этой темы привлечен фактический и статистический материал.

Пособие освобождено от устаревших положений и концепций, которые перестали соответствовать современному периоду исторического развития. Читателю предоставляется возможность уточнить свои взгляды по ряду спорных вопросов: можно ли количественно измерить потребности людей, как увеличить выпуск продукции без расширения использования ограниченных ресурсов, существовал ли когда-либо «чистый капитализм», необходимы и эффективны ли крупные предприятия и др.

При подготовке пособия учтены положения Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования, введенного в действие в 2000 г.

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 060500 – «БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И
АУДИТ»**

*Общие гуманитарные и социально-экономические дисциплины
Федеральный компонент*

Экономическая теория (ГСЭ.Ф.11)

...Микроэкономика. Закон предложения, закон спроса, равновесие, рынок, равновесная цена; излишки потребителя и производителя, теории поведения потребителя и производителя (предприятия); монополия, естественная монополия, ценовая дискриминация; олигополия, монополистическая конкуренция, барьеры входа и выхода (в отрасли); сравнительное преимущество; производственная функция, факторы производства, рабочая сила, физический капитал; инфляция и безработица; рынки факторов производства, рента, заработная плата; бюджетное ограничение, кривая безразличия, эффект дохода и эффект замещения. Понятие предприятия, классификация внешняя и внутренняя среда, диверсификация, концентрация и централизация производства; открытие и закрытие предприятий, санация и банкротство; валовые выручка и издержки; прибыль бухгалтерская и экономическая, чистый денежный поток, приведенная (дисконтированная) стоимость, внутренняя норма доходности; переменные и постоянные издержки; общие, средние и предельные величины выручки и издержек, эффективности; отдача от масштаба производства (снижающаяся, повышающаяся, неизменная); неопределенность: технологическая, внутренней и внешней среды, риски, страхование, экономическая безопасность...

МАТЕРИАЛ КУРСА

ГЛАВА 9. РЫНОК И МЕХАНИЗМ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Продолжим изучение системы экономических отношений, начатое в гл. 2 модуля I. Известно, что в данную систему входит такая разновидность организационно-экономических отношений, как рыночные хозяйственные связи, находящиеся в единстве с товарным хозяйством (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Структура экономических отношений

Рассмотрение рыночной подсистемы позволит проследить ее взаимосвязь с отношениями собственности, общественным разделением труда и товарным производством.

9.1. Рынок: функции и структура

Сущность и функции рынка

Знакомство с рыночными отношениями начнем с простейшего определения рынка, а затем перейдем к более сложным понятиям.

Рынок — это совокупность сделок купли и продажи товаров и услуг. В такие сделки повседневно вступает каждый, когда, например, покупает продукты в магазине или уплачивает за проезд на общественном транспорте, приобретает билет в кино или на стадион. Если иметь в виду территориальные границы данного явления, то различают: а) *местный* (в пределах села, города, региона); б) *национальный* (внутренний); в) *мировой* рынки.

Роль и функции рынка можно правильно понять, если рассмотреть его в рамках более широкой системы — товарно-рыночного хозяйства. Оно состоит из двух подсистем: товарного производства и рынка, которые воссоединяются с помощью прямых и обратных связей.

Исходное звено общей системы — производство товаров — оказывает *прямое воздействие* на рынок по нескольким направлениям:

а) в производственной сфере постоянно создаются полезные продукты, которые затем поступают в рыночный обмен;

б) в самом производстве создается новая стоимость — ожидаемые доходы участников рыночных сделок;

в) в силу общественного разделения труда, на котором основывается товарное производство, создается необходимость самого рыночного обмена продуктами.

В свою очередь рынок оказывает *обратное влияние* на процесс создания товаров. Обратные экономические связи и составляют особые функции рынка.

Первая функция состоит в том, что рынок *соединяет* сферы производства и потребления. Без рынка товарное производство не может служить потреблению, а область потребления окажется без благ, удовлетворяющих запросы людей.

Другая функция рынка — выполнение роли *главного контролера* конечных результатов производства. Именно в рыночном обмене непосредственно выявляется, в какой мере качество и количество созданных продуктов соответствуют нуждам покупателей. Кроме того, рынок проводит, так сказать, экзамен по экономике: для продавцов — доходно или убыточно продавать данные товары, для покупателей — разорительно или выгодно их приобретать?

Наконец, важная функция рынка проявляется в том, что рыночный обмен служит *способом осуществления экономических интересов* продавцов и покупателей. Взаимосвязь этих интересов строится на принципе, который сформулировал А. Смит: «Дай мне то, что мне нужно, и ты получишь то, что тебе нужно...». Это предполагает: а) обмен нужными друг другу полезностями; б) эквивалентность (равноценность) рыночной сделки.

Описанные здесь функции рынка свойственны ему, скорее всего, в начальный период его существования — в доиндустриальную эпоху. Тогда рынок был в неразвитом — *слитном, нерасчлененном состоянии*. Это вполне соответствовало слабому развитию товарного производства, поставлявшему для продажи сравнительно небольшое количество продуктов.

Если человек прожил всю жизнь в российской деревне или небольшом городе, то ему трудно понять, как преобразился известный ему с детства рынок в конце XX столетия. Почему сейчас говорят не просто о рынке, а о системе рынков?

Система рынков

Система рынков — это единая совокупность множества рынков различного назначения. Такая совокупность образовалась под воздействием ряда факторов.

Во-первых, в условиях индустриального и постиндустриального производства многократно *расширилось рыночное пространство* в следующих направлениях:

- натуральное производство в широких масштабах превратилось в товарное хозяйство;
- рабочая сила основной части трудящихся стала предметом купли-продажи;

- быстро развилась сфера оплачиваемых духовных благ и услуг;
- конечные результаты научных исследований (научные и опытно-конструкторские разработки) превратились в товарный продукт.

Во-вторых, современное производство создает *огромное количество разнообразных полезных благ*, удовлетворяющих потребности всеобщего развитого человека.

В-третьих, широкое развитие акционерных обществ привело к тому, что акции и другие ценные бумаги продаются на особом *рынке ценных бумаг*.

В-четвертых, ускорившийся рост международных экономических связей потребовал создания развитого *рынка иностранных валют*.

Наконец, усилившееся во второй половине XX в. общественное разделение труда вышло за пределы производства и охватило *рыночную сферу*. В ней возникли *специализированные рынки*, которые продвигают особые товары и услуги до их потребителей. Стало быть, развившийся во второй половине нынешнего столетия рынок немыслим без *системы разделения труда* в сфере обращения (купли-продажи товаров). В последней проявляются крупные виды хозяйственной деятельности: *общее* (между крупными отраслями или сферами) и *особенное* (между подотраслями и видами торговых предприятий) разделение труда. Общее расчленение рынка наглядно представлено на рис. 9.1.



Рис. 9.1. Современная рыночная система

В системе рынков достаточно определенно выделяются следующие крупные отрасли:

- *рынок потребительских продуктов* (он подразделяется на множество подотраслей, реализующих продовольственные и непродовольственные блага, рынок жилья и т.п.);
- *рынок средств производства* (здесь приобретаются вещественные факторы производства: оборудование, транспортные средства, здания, сооружения, сырье, топливо, электроэнергия и др.);
- *рынок услуг* (сюда входят многообразные виды коммунального и бытового обслуживания, финансовые и страховые операции, коммерческие, социальные, культурные, духовные и иные услуги);
- *рынок труда* (для работодателей и наемных работников);

- рынок научных и опытно-конструкторских разработок (продуктов научных исследований, готовых для освоения в производстве);
- рынок ссудных капиталов (сфера купли и продажи временно свободных денежных средств, используемых в производственных целях);
- рынок ценных бумаг (акций, облигаций и других документов, приносящих доход);
- рынок валют (национальные и международные учреждения, через которые производятся покупка, продажа, обмен иностранных денежных единиц и денежные расчеты с другими государствами);
- рынок духовных благ (область купли-продажи продуктов интеллектуальной деятельности ученых, писателей, художников и др.).

Широкое и глубокое развитие рыночных отношений необычайно повысило их активную экономическую роль. Рынок обеспечивает производство всей совокупностью субъективных, материальных, научно-технических, интеллектуальных и финансовых условий развития. Все крупные производственные отрасли сильно зависят от специализированного рыночного воздействия. Не случайно национальное хозяйство получило название *рыночной экономики*. Этим не отрицается вообще значение товарного производства. Речь идет только о новом состоянии экономического организма, когда все его клетки испытывают воздействие рыночных отношений.

Во второй половине XX в. степень развития каждой национальной системы рыночных связей получила новое измерение. Сейчас различают закрытое и открытое национальные хозяйства. *Закрытая* экономика отличается тем, что все блага и услуги производятся и потребляются внутри страны. *Открытым* является такое хозяйство, в котором часть продукции создается для внутреннего потребления, а оставшаяся доля продается за рубежом. Вместе с тем государство закупает товары и услуги, изготовленные в иных странах.

Переход от закрытой к открытой экономике связан с развитием форм и типов взаимодействия участников как национального, так и мирового рынков.

9.2. Формы и типы рыночных связей

Формы торговли

Рыночные связи различаются по признакам торговых сделок. Эти сделки можно классифицировать следующим образом.

1. По способам связи между участниками рынка различаются такие виды торговли. Производитель или владелец товара *непосредственно* продает его потребителю. Производитель сбывает полезную вещь сначала *торговому посреднику*, а тот перепродает ее потребителю. Посредничество бывает многозвенным, когда в нем последовательно участвует несколько перекупщиков вещей.

2. В зависимости от *видов оплаты* товаров выделяются следующие формы торговли:

а) *бартерная* торговля: безденежный обмен одного вида товара на другой;
б) продажа благ за *наличные* деньги (или с оплатой по чеку). Так население приобретает нужные вещи на потребительском рынке;

в) реализация продукции по *безналичному расчету* (оплата производится по перечислению: по поручению покупателя банк снимает с его счета деньги и переводит на счет продавца). Данным способом чаще всего приобретаются средства производства;

г) продажа товара *наложенным платежом* (потребитель, живущий далеко от торгового предприятия, получает желаемую вещь, выкупая ее путем перечисления денег продавцу);

д) реализация товаров в *кредит* (покупатель получает благо, обычно внося за него небольшую плату и в обмен на обязательство выплатить остальные деньги в оговоренные сроки). Такая форма торговли предполагает обилие товаров, и она развивается к выгоде покупателей и продавцов;

е) предоставление вещей в *прокат* за определенную плату (в этом случае оплачивается время пользования благом).

3. С учетом *объема продаж* различают две формы реализации товаров — *оптовая* торговля: продукты закупаются оптом (крупными партиями) торговыми посредниками у производителей на торговых ярмарках и через товарные биржи; *розничная* торговля, которая означает куплю-продажу преимущественно потребительских благ в небольших количествах. Таким способом отдельные лица приобретают нужные им продукты в магазинах, торговых палатках, на продовольственных и вещевых рынках.

Рыночные сделки различаются также по характеру взаимодействия их участников, что определяет неодинаковые типы рынков.

Типы рынков

Рынок в одном важном отношении прямо противоположен натуральному хозяйству. В этом хозяйстве потребителю зачастую не предоставляется возможность выбрать по его желанию те или иные блага. Рынок же в принципе способен обеспечить его участникам максимальную степень *экономических свобод*.

Данные свободы позволяют *покупателю* выбирать интересующие его товары из множества взаимозаменяемых и независимых благ. Потребитель может также отыскать тех продавцов, кто лучше обслужит и продаст продукт по сходным условиям. *Продавец* свободен выбирать наиболее подходящего покупателя и распоряжаться вырученными от продажи деньгами по своему усмотрению. И покупатель, и продавец могут без ограничений выбирать условия торговой сделки.

По степени развитости этих и иных хозяйственных свобод рынки можно подразделить на три типа: а) свободный; б) нелегальный; в) регулируемый.

Свободный рынок обладает максимумом экономических свобод в их классическом понимании, о котором сказано выше. Между тем определение «свободный рынок» требует уточнения в двух отношениях: *для кого* он свободен и *от кого*? Свободным такой рынок является для его участников. Им

принадлежит так называемый *экономический суверенитет* (полная независимость). Так, продавцы сами решают, что продавать, кому сбывать продукты и по какой цене. Подобным суверенитетом обладают и покупатели. В силу этого на свободном рынке экономические связи строятся только *по горизонтали*. Между контрагентами (от *лат. contrahens* — договаривающийся) складываются партнерские отношения на основе хозяйственного договора, контракта (соглашения, устанавливающего права и обязанности для обеих сторон на какой-то срок).

Рынок первого типа свободен от *вмешательства* государства и строгого правового регулирования. Ради истины нужно признать, что такая свобода имеет неприглядную сторону. Из-за своеволия субъектов рынка и несоблюдения ими «правил игры» этот тип рынка получил нелестные названия — «дикий», «нецивилизованный».

Второй тип рынка — *нелегальный* — близок по характеру поведения его участников к первому типу. Но они существенно различаются между собой. Нелегальный рынок включает в себя его разновидность — *теневую торговлю*. Она ведется с нарушением законов и правил купли-продажи обычных товаров (при отсутствии необходимых патентов, лицензий, при неуплате рыночных сборов, налогов и т.п.). Нелегальным является и *черный рынок*. На нем подпольно торгуют товарами, которые законом запрещено реализовывать (например, наркотики, оружие).

Первому и второму типам рыночных отношений присуща определяющая черта — стихийность, непредсказуемость развития и неуправляемость. Эти качества не случайны. Они выражают основные черты начальной фазы капитализма в рыночной сфере:

- на рынке свободно действуют единоличные собственники небольших предприятий;
- предприниматели обычно создают продукты на свой страх и риск, без предварительной договоренности с покупателями;
- сами производители, как правило, заботятся о розничной продаже продуктов населению.

Такое положение было характерно для рыночного обмена XV-XIX вв. Но в XX в. возник и полностью развился новый тип рыночных отношений.

Рынок третьего типа — *регулируемый*, подчиненный определенному порядку, который закреплен в правовых нормах и поддерживается государством. Такой порядок обусловлен объективными причинами.

Прежде всего важную роль сыграли резко возросший уровень концентрации и централизации производства и расширение масштабов фактического обобществления экономики. Крупные предприятия уже не могут, как было прежде, вслепую работать на неизвестный им рынок, подверженный стихийным переменам. Чтобы не рисковать огромными капиталами, они стремятся заблаговременно обеспечить себе рынки сбыта, охотно идут на выполнение выгодных им государственных заказов. Характерно, что по предварительным заказам фирм и государства в США реализуется, например, до 60% автомобилей, до 100% станков.

Примечательно, что М. Аллэ ввел понятие «экономика рынков», подчеркнув, что в ней строго соблюдаются определенные правила. М. Аллэ пришел к выводу: «Это миф, будто экономика рынков может быть результатом игры экономических сил и политического попустительства... Реальность состоит в том, что экономика рынков неотделима от институциональных рамок, в которых она работает».

Рынок как социальный институт

Под *социальным институтом* понимается определенная организация общественной деятельности, которая регулирует правила поведения людей и их взаимоотношения.

Во второй половине XX столетия *нормальный* рынок базируется на совокупности определенных институтов. Что же входит в такую совокупность?

Во-первых, *правовая система*, которая организует правовое регулирование рынка. Для его субъектов устанавливают единые правила поведения. Правовые органы защищают участников рыночных сделок и наказывают виновных за нарушение правовых норм. Правовое регулирование рынка охватывает всю систему рыночных отношений. Его основу составляет Гражданский кодекс, выполняющий роль экономической конституции. В нем особое внимание уделено характеристике роли гражданско-правового договора — средства регулирования рыночных отношений.

Во-вторых, сюда входят *органы государственного контроля и регулирования*: учреждения по санитарному, экологическому и эпидемиологическому контролю; налоговые органы; органы финансово-кредитной политики государства. Значит, современный рынок органически включает качественно новые вертикальные связи. Они идут сверху вниз — от государства к хозяйственным субъектам и в определенных пределах регулируют их поведение.

В-третьих, к рыночным институтам относятся *ассоциации, союзы потребителей, предпринимателей и работников* (профессиональные союзы). Они повышают степень организованности, цивилизованности и эффективности поведения продавцов и покупателей.

В-четвертых, в совокупность институтов включена *рыночная инфраструктура*. В нее входят торговые предприятия, товарные и фондовые биржи, банки, государственные бюджетные учреждения.

Таким образом, рынок предстает перед нами как единая совокупность рыночных связей. Эта целостность придает ему новое качество — способность к саморегулированию на основе экономических законов.

9.3. Закономерные взаимосвязи: предложение — цена — спрос

Формула рыночной связи

Рынок как совокупность сделок продажи и купли товаров (и услуг) можно представить в виде следующей *формулы*: «продавцы — товары — рыночные цены — деньги — покупатели». Согласно этой формуле продавцы (с их товарами) с помощью цен соединяются с покупателями (с их деньгами).

Приведенной формуле можно придать более краткий вид:

предложение (П) — цена (Ц) — спрос (С), или П — Ц — С.

Здесь под *предложением* подразумевается сумма товаров, которую продавцы готовы продать при разном уровне цены. *Рыночная цена* — это фактическая цена, которая устанавливается в соответствии с предложением и спросом товаров. *Спрос* — платежеспособная потребность, сумма денег, которую покупатели могут и намерены заплатить за нужные им блага.

Между предложением, ценой и спросом складываются такие взаимосвязи, которые носят характер экономических законов.

Экономический закон — это существенная причинно-следственная связь между определенными явлениями. Как причины, так и следствия должны быть необходимыми, массовыми и повторяющимися процессами.

Обычно экономическим законам можно придать *математическое выражение*, поскольку в них представлена определенная количественная связь между переменными величинами. При этом причина выступает в качестве независимой (от иных явлений) переменной. Следствие — это зависимая (от причины) переменная. Наконец, устанавливается характер зависимости между данными изменяющимися величинами. Поскольку в экономических законах может быть представлено прямое и обратное воздействие одной переменной на другую, то в силу этого причина и следствие могут меняться местами.

При изучении законов рынка мы будем выяснять "следующие причинно-следственные связи: а) между рыночной ценой и предложением отдельного частного продавца; б) между ценой и массовым спросом; в) между массовым предложением многих продавцов и рыночной ценой; г) между массовым спросом многих покупателей и рыночной ценой.

Закон предложения по цене

Есть ли причинно-следственная связь между рыночной ценой и предложением?

Предположим, что на каком-то местном рынке продаются яблоки. По мере увеличения цены количество предлагаемых для продажи яблок будет возрастать. Это показано на условном примере в шкале предложения (см. табл. 9.1).

Шкала предложения показывает, сколько товаров продавцы готовы продать по разным ценам. Приводимые цифры раскрывают зависимость предложения от цены.

Шкала предложения

Цена 1 кг яблок, руб.	Продавцы готовы продать, т
20	25
15	15
13	9
10	6
8	4
5	2

Закон предложения по цене характеризует следующую количественную зависимость предложения (Π) от цены (\mathcal{C}). Чем выше рыночная цена, тем в большей мере растет предложение продуктов со стороны продавца. И наоборот: чем ниже цена, тем ниже предложение.

Данную взаимосвязь можно наглядно представить на графике. На вертикальной оси будем отражать количественные данные, касающиеся независимой переменной (причины изменений). По горизонтальной оси указываются данные относительно зависимой переменной (следствия перемен).

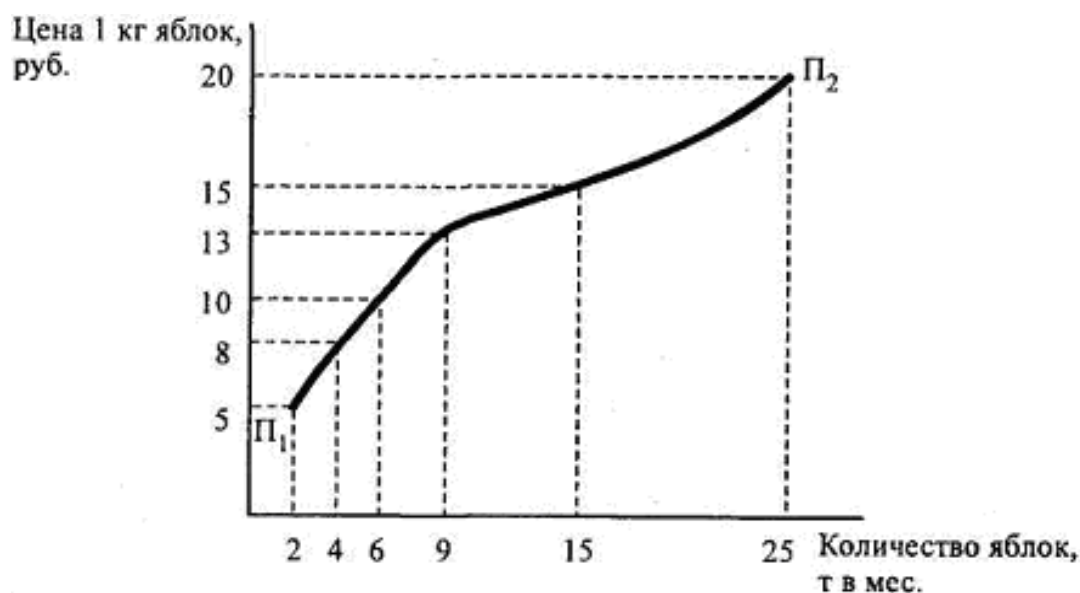


Рис. 9.2. Кривая предложения по цене

Закон предложения по цене иллюстрируется на известном примере с продажей яблок (см. рис. 9.2). По оси ординат отложены цены на яблоки, а по оси абсцисс — количество яблок, которое продавец готов продать. Кривая $\Pi_1 - \Pi_2$ на графике показывает, как с ростом рыночной цены отдельные производители увеличивают объем продажи, и, наоборот, как предложение с их стороны уменьшается при снижении цены.

Степень изменения объема предложения в ответ на увеличение рыночной цены характеризует эластичность (гибкость) предложения. Под *эластичностью*

предложения понимается степень его изменений в зависимости от динамики цены. Мерой этого изменения является коэффициент эластичности (K_{Π}):

$$K_{\Pi} = \frac{\text{Рост объема предложени я, \%}}{\text{Рост цен, \%}}$$

Предложение по цене бывает эластичным и неэластичным. Это различие особенно важно для производителя продукции, который заранее прогнозирует степень эластичности новых изделий.

Эластичным предложение становится, когда его величина изменяется на больший процент, чем цена. Как показывает опыт многих стран, коэффициент эластичности предложения — при условии равновесия цен и за длительный период — имеет тенденцию к возрастанию, т.е. рост цен на определенную величину в несколько большей степени вызывает увеличение производства.

Неэластичным предложение бывает, если оно не изменяется при повышении или снижении рыночных цен. Это характерно для многих товаров в краткосрочном периоде. Например, низка эластичность для скоропортящихся продуктов, которые невозможно хранить в больших количествах (скажем, клубнику). К тому же предложение слабо изменяется (по сравнению со спросом), ведь довольно трудно переключать производство на выпуск новых изделий, перераспределять в связи с этим ресурсы для изменения количества выпускаемых товаров. Следовательно, знание динамики коэффициента эластичности предложения полезно для предвидения объема производства в зависимости от изменения цен.

Закон спроса по цене

Какова количественная связь между рыночной ценой и индивидуальным спросом покупателя?

Опять предположим, что на том же местном рынке люди приобретут разное количество яблок, если их цена будет повышаться так, как показано в шкале спроса (табл. 9.2).

Таблица 9.2

Шкала спроса

Цена 1 кг яблок, руб.	Покупатели готовы купить, т
2	25
5	15
8	9
10	6
15	4
20	2

Шкала спроса показывает, сколько товаров можно купить по различным ценам за данный период. Анализ этой шкалы позволяет легче выявить зависимость индивидуального спроса от рыночной цены.

Закон спроса по цене выражает следующую количественную зависимость спроса (C) одного покупателя от цены (Π). Чем выше рыночная

цена товара, тем меньше спрос на него со стороны частного покупателя. Например, в нашей стране повышение цен на подписные издания в 1991-2003 гг. привело к сокращению объема подписки. Действует и обратная зависимость: чем ниже рыночная цена, тем больше спрос.

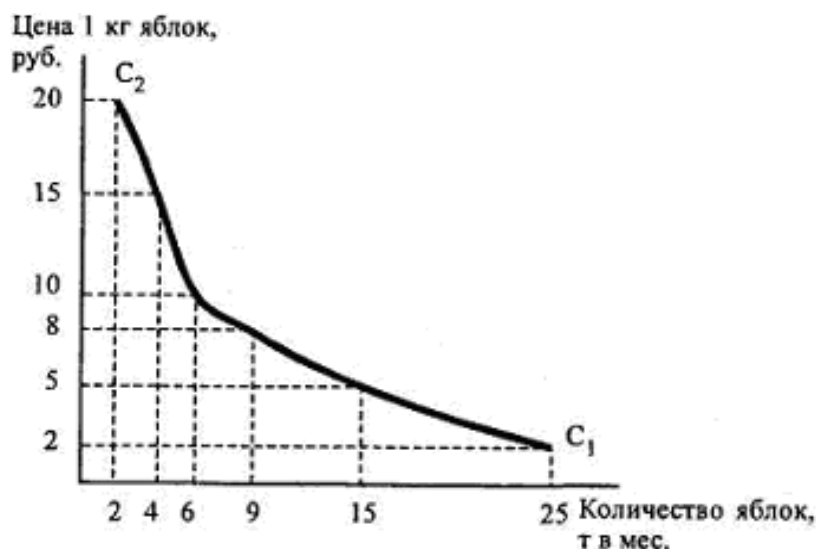


Рис. 9.3. Кривая спроса по цене

Такая количественная зависимость представлена в виде графика (рис. 9.3). Здесь взят тот же условный пример о продаже яблок на местном рынке. На оси ординат отложены цены на яблоки. На оси абсцисс указано количество яблок, на которое предъявлен спрос. Кривая $C_1 - C_2$ на графике показывает, что при повышении рыночной цены платежеспособная потребность людей сокращается и, наоборот, когда цена снижается, спрос отдельных покупателей на продукты увеличивается.

Степень количественного изменения покупок в ответ на динамику рыночных цен характеризует эластичность (или неэластичность) спроса. Под *эластичностью спроса* подразумевается степень изменения количества покупок («чувствительность» их объема) в зависимости от цены. Мерой такого изменения служит *коэффициент эластичности спроса* (K_C):

$$K_C = \frac{\text{Рост объема спроса, \%}}{\text{Снижение цен, \%}}$$

Эластичным спрос бывает тогда, когда его величина изменяется на больший процент, чем цена. Величина эластичности спроса по цене — всегда отрицательное число, ибо числитель и знаменатель дроби всегда имеют разные знаки. В США опытным путем были получены такие оценки эластичности по цене (за долгосрочный период, со знаком «минус»): канцелярские принадлежности — 0,6, бензин — 1,5, жилье — 1,9, кино — 3,9.

Неэластичный спрос проявляется, если платежеспособная потребность покупателя не чувствительна к изменению цен. Скажем, как бы ни возрастали или ни понижались цены на соль, спрос на нее неизменен. Знание коэффициента эластичности спроса имеет важное значение для

прогнозирования объема спроса населения при изменении уровня рыночных цен.

Закон цены по массовому предложению

Поменяем местами причину и следствие в графиках уже рассмотренных рыночных процессов. Теперь независимой переменной (причиной) будет выступать предложение, а зависимой (следствием) — цена. Иначе говоря, речь пойдет о том, как — при прочих одинаковых условиях — *массовое предложение продавцов влияет на рыночную цену*.

Представим, что в высокоурожайный год продавцы яблок значительно увеличили их предложение на рынке. Но в этом случае большое число продавцов яблок столкнется с трудностями их продажи и будет вынуждено снизить общую для них рыночную цену.

Стало быть, **закон цены по предложению** выражает следующую количественную зависимость: чем выше массовое предложение товаров, тем меньше уровень цены. И наоборот: рыночная цена будет расти при уменьшении объема предложения большого числа продавцов.

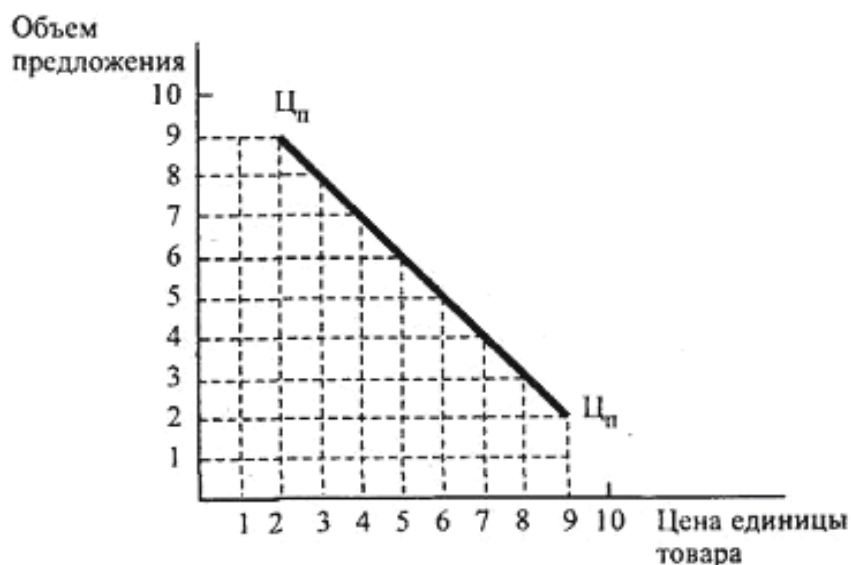


Рис. 9.4. Кривая цены по массовому предложению

Эта зависимость наглядно представлена на графике (рис. 9.4). По вертикальной оси откладываются величины объема определенного товара, предлагаемого продавцами. На горизонтальной оси показано увеличение уровня рыночной цены за единицу товара. Кривая $C_{п} - C_{п}$ показывает закономерное изменение уровня цены по массовому предложению.

Наконец, рассмотрим динамику рыночной цены в зависимости от спроса большого числа покупателей.

Закон цены по массовому спросу

Как и при анализе предыдущего закона, мы будем считать независимой переменной (причиной) массовый спрос, а зависимой (следствием) — рыночную цену. Благодаря этому можно выяснить, в какой мере *спрос массы*

покупателей — при прочих неизменных условиях — *воздействует на рыночную цену.*

Преыдуший опыт выяснения закономерных количественных зависимостей подсказывает, что если предложение продавцов остается неизменным, то возрастание массового покупательского спроса вызывает повышение рыночной цены. Ибо если, допустим, объем продаж товаров не увеличивается, а спрос не только не удовлетворяется, но еще и возрастает, то неизбежным следствием становится повышение уровня цены, уплачиваемой за единицу продукции. В этом случае будет действовать такая количественная зависимость между массовым спросом и рыночной ценой, которая *прямо противоположна* закону индивидуального спроса по рыночной цене.

Значит, **закон цены по массовому спросу** характеризует следующую количественную зависимость: чем больше объем массового спроса покупателей, тем выше уровень рыночной цены. И наоборот: рыночная цена снизится при сокращении объема спроса.

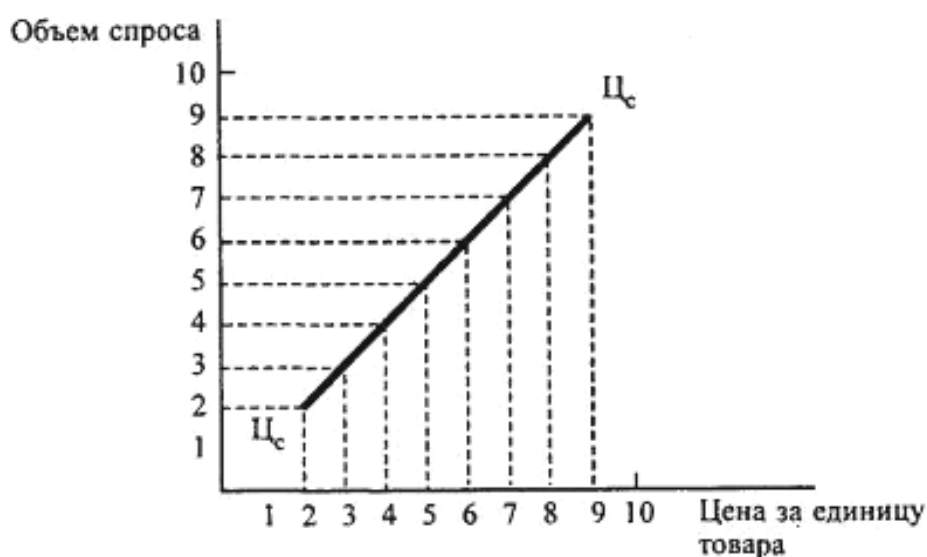


Рис. 9.5. Кривая цены по массовому спросу

Данная зависимость представлена на графике (рис. 9.5). На вертикальной оси показано нарастание объема спроса товара, покупаемого потребителями; на горизонтальной оси — увеличение уровня цены за единицу товара. Кривая $C_c - C_c$ иллюстрирует закономерную динамику цены по массовому спросу.

Фактическим подтверждением действия закона цены по массовому спросу является сильное повышение цен на потребительские товары, что происходит, когда на рынке образуется дефицит (нехватка) продуктов при большом неудовлетворенном спросе. Опасаясь дальнейшего повышения цен, население в массовом порядке закупает блага в запас, чем вызывает еще большее повышение цен. Это явление получило название «*инфляция спроса*».

Равновесие спроса и предложения

Итак, анализ закона предложения по цене и закона спроса по цене выявил регулирующее воздействие рыночной цены на индивидуальный покупательский

спрос и частное предложение, а стало быть, на экономическое положение продавца и покупателя. Нами обнаружены два варианта такого регулирования, при которых одна сторона рыночной сделки выигрывает, а другая — проигрывает.

Первый вариант: рыночная цена возрастает, а это ведет, с одной стороны, к снижению спроса, с другой — к увеличению предложения. В результате экономический выигрыш оказывается у производителей и продавцов (они увеличивают выпуск и сбыт товаров, получая больше дохода).

Второй вариант: цена на товары снижается, что способствует, с одной стороны, расширению спроса, а с другой — сокращению предложения. В итоге экономически выигрывают покупатели (на ту же сумму денег они приобретают больше благ).

Спрашивается: есть ли третий вариант, по которому экономические интересы продавца и покупателя совпадают?

Вернемся к рассмотренным графикам законов предложения по цене (см. рис. 9.2) и спроса по цене (см. рис. 9.3). Если одновременно совместить кривые предложения и спроса, то в точке пересечения P получим равновесие спроса и предложения (рис. 9.6).

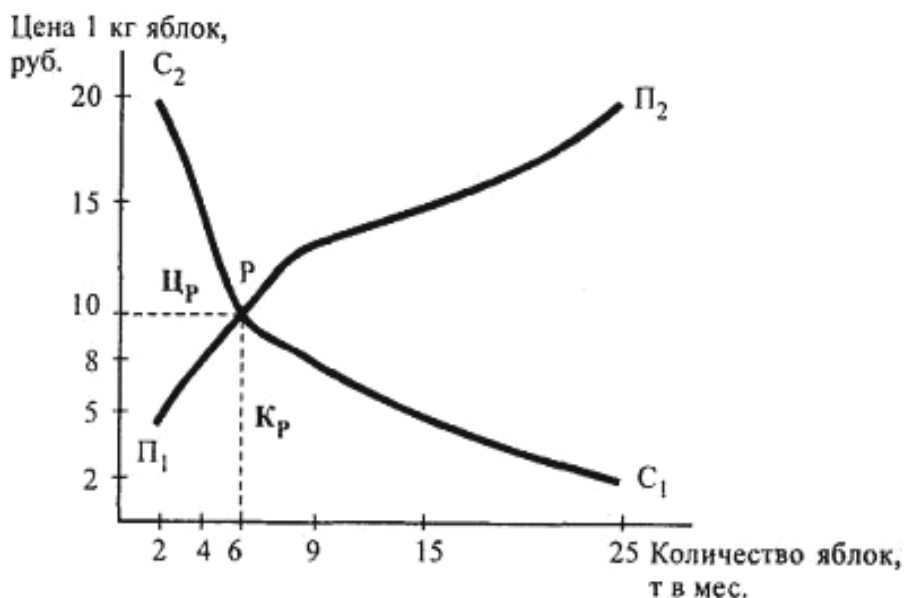


Рис. 9.6. Установление равновесного количества предложения и спроса

Эта точка равновесия свидетельствует о единстве экономических интересов покупателя и продавца.

Если из точки P опустить перпендикуляр на ось абсцисс, то в точке K_p определим *равновесное количество*. Оно показывает величину товарной массы (в данном случае количество яблок), которая удовлетворяет пожелания покупателя и продавца.

Проекция точки P на ось ординат — точка C_p определяет *равновесную цену*. Это тот уровень рыночной цены, который одинаково приемлем для участников рыночной сделки.

Все сказанное свидетельствует о том, что равновесная цена и равновесное количество обладают следующими необыкновенными свойствами.

1. Товаров представлено на рынке не больше и не меньше, чем нужно для потребления людей. Все затраты на производство благ; окупаются их продажей по равновесной цене. Следовательно, достигнутое равновесие свидетельствует о *наибольшей экономической эффективности* сложившейся рыночной ситуации. Французский экономист М. Аллэ вывел теоремы с такими фундаментальными положениями: «...всякая равновесная ситуация рыночной экономики является ситуацией максимальной эффективности, и, наоборот, всякая ситуация максимальной эффективности является равновесной ситуацией рыночной экономики».

2. В точке равновесия выражен и *наибольший социальный эффект*. За равновесную цену потребитель приобретает предельное (для его дохода) количество полезностей.

3. На рынке не обнаруживается *ни избытка* товаров (количества, которое излишне для продажи при данном объеме доходов населения), *ни дефицита* благ.

В заключение напрашивается вопрос: имеется ли на самом рынке внутренняя сила, которая способна преодолевать его неравновесное состояние (превышение спроса над предложением или наоборот) и порождать тенденцию к продаже благ по равновесной цене?

Ответ на этот вопрос мы найдем в следующей главе.

Литература

1. Аллэ М. Экономика как наука. М., 1995.
2. Гэлбрейт Дж.К. Экономические теории и цели общества. М., 1976. Гл. 6-7.
3. Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Рынок: микроэкономическая модель. СПб., 1992. Гл. 2-4.
4. Корнай Я. Путь к свободной экономике. М, 1990. Гл. 2.
5. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. М., 1999. Т. 2. Гл. 3.
6. Маркс К. Капитал. Т. 1. Гл. 1-3 // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. Т. 23.
7. Маршалл А. Принципы экономической науки. М., 1993. Т. 2. Кн. 5. Гл. 15. Т. 3. Кн.6. Приложение А.
8. Милль Дж.С. Основы политической экономии. М., 1980. Т. 3.
9. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика: Пер. с англ. М., 1992. Ч. 1. Гл. 1.
10. Самуэльсон П.А., Нордхаус В.Д. Экономика. М., 2000. Гл. 2-4.
11. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Кн. 1 // Антология экономической классики / У. Петти, А. Смит, Д. Рикардо. М., 1993.
12. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М., 1999. Гл. 3, 5.
13. Хейне П. Экономический образ мышления. М., 1991. Гл. 4.

ГЛАВА 10. КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Чтобы глубже изучить рыночную систему, надо выяснить: как взаимодействуют между собой ее участники? Истории давно известны два противоположных вида взаимоотношений субъектов рынка — свободная конкуренция и абсолютная монополия. Сначала рассмотрим конкуренцию.

10.1. Конкуренция: ее виды и экономическая роль

Сущность и виды конкуренции

Конкуренция (от лат. *concurrere* — состязаться) — соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Такое неизбежное столкновение порождается объективными условиями: полной хозяйственной обособленностью каждого участника рынка, его полной зависимостью от хозяйственной конъюнктуры (текущего состояния экономики в определенный период) и противоборством с другими претендентами за наибольший доход. Борьба частных товаровладельцев за экономическое выживание и процветание — *закон рынка*.

Чтобы лучше понять свободную конкуренцию, ее нужно сравнить с абсолютной монополией. Дело в том, что как один, так и другой вид взаимоотношений участников рынка является *несимметричным*. Противоположность их свойств коренится в совершенно разных параметрах (показателях) состояния рынка. Наглядное представление об этом мы получим в табл. 10.1, которая характеризует положение продавцов благ.

Из материалов табл. 10.1 нетрудно сделать следующее заключение. Конкуренция представляет собой более *благоприятное состояние* рынка. Разве можно назвать естественным такое положение, когда всю рыночную власть захватывает один продавец, который никого не допускает к торговой деятельности и сам диктует цены на продаваемые им товары?

Таблица 10.1

Конкуренция и монополия

Параметры состояния рынка	Свободная конкуренция	Абсолютная монополия
Число продавцов	Много	Один
Барьеры входа на рынок и выхода из него	Нет	Есть (нет вхождения)
Участие товаровладельцев в контроле над ценами	Нет	Полный контроль

Конкуренцию можно классифицировать по нескольким основаниям: а) масштабам развития; б) характеру; в) методам соперничества.

По **масштабам** развития конкуренция может быть:

1) *индивидуальной* (один участник рынка стремится занять «свое место под солнцем» — выбрать наилучшие условия купли-продажи товаров и услуг);

2) *местной* (ведется среди товаровладельцев какой-то ограниченной территории);

3) *отраслевой* (в одной из отраслей рынка идет борьба за получение наибольшего дохода);

4) *межотраслевой* (соперничество представителей разных отраслей рынка за привлечение на свою сторону покупателей в целях извлечения большего дохода);

5) *национальной* (состязание отечественных продавцов и покупателей внутри данной страны);

6) *международной* (борьба предприятий, хозяйственных объединений и государств разных стран на мировом рынке).

По **характеру** развития конкуренция подразделяется: 1) на *свободную* и 2) *регулируемую*.

По **методам** ведения рыночное соперничество делится: 1) на *ценовое* (рыночные позиции соперников подрываются посредством снижения цен) и 2) *неценовое* (победу одерживают путем повышения качества продукции, лучшего обслуживания покупателей и т.п.).

Теперь подробнее рассмотрим характер развития рыночного противоборства.

Свободная конкуренция означает, во-первых, что на рынке имеется *множество* независимых товаровладельцев, самостоятельно решающих, что создавать и в каких количествах. Во-вторых, никем и ничем *не ограничен доступ на рынок* и такой же *выход из него* всех желающих. Это предполагает возможность каждому гражданину стать свободным предпринимателем и применить свой труд и материальные средства в интересующей его отрасли хозяйства. Покупатели же должны быть свободны от всякой дискриминации (умаления прав) и иметь возможность купить товары и услуги на любом рынке. В-третьих, предприятия никак не участвуют в контроле за рыночными ценами.

Свободная конкуренция, естественно, соответствует начальному периоду капитализма. В более полной мере она проявилась, пожалуй, только в Англии и лишь в XIX в. Свободное соперничество в современных условиях — редкое явление. Так, в высокоразвитых странах такое явление можно обнаружить, например, на рынке ценных бумаг и в рыночном состязании фермеров.

Как будет видно из 10.3, в XX в. получили развитие новые формы рыночного соперничества: регулируемая государством конкуренция и противоборство монополий.

При первоначальном знакомстве с конкуренцией можно предположить, что свободное соперничество вносит в рыночные отношения полную неорганизованность, беспорядок. В значительной мере это соответствует стихийному развитию рынка. Между тем во всех существующих видах конкуренции в большей или в меньшей мере соблюдаются писанные и неписанные правила рыночного соперничества, определяемые интересами частных собственников.

Правила конкурентного поведения

Рыночное соперничество существенно различается по своим результатам в зависимости от количества его участников. Так, индивидуальная конкуренция способна изменять цены только отдельных продавцов. Ведущаяся же в национальном масштабе конкуренция приводит в движение общую рыночную цену. Рассмотрим механизмы воздействия конкуренции на цену.

А. Индивидуальная конкуренция. Как известно, особенностью свободной конкуренции является то, что продавцы и покупатели являются мелкими собственниками. Никто из них, естественно, не может в одиночку захватить рыночное пространство и установить для всех свою цену. Это решающее обстоятельство предопределяет *правила конкурентной «игры»*, ведущие соперников к победе или поражению.

Первое правило. Товаровладельцы должны учитывать уровень равновесной цены (отражающей равенство спроса и предложения) как норматив (от лат. *normatio* — упорядочение) рационального, разумно обоснованного хозяйствования. Если, допустим, продавец установил очень высокую цену на свою продукцию, превышающую равновесный уровень, то он неизбежно столкнется с затовариванием продуктов, не нашедших сбыта. Тогда через какое-то время придется снижать цену или даже распродавать товары по ценам, приемлемым для покупателей. А это сопряжено с непредвиденными убытками.

Второе правило. Чтобы «обхитрить» равновесную цену, товаропроизводитель старается затрачивать на единицу продукции меньше ресурсов и создавать товары по более низкой индивидуальной цене. Однако он продает эти изделия по общей для всех равновесной цене. В итоге образуется *дополнительный доход* в виде разницы между равновесной и индивидуальной ценами.

Смелые и дальновидные предприниматели, рискуя своим имуществом, делают открытия большого хозяйственного значения: изобретают и внедряют новинки техники и технологии, находят более эффективные формы организации труда и производства, способы экономного использования ресурсов. Тем самым для всех прокладывается дорога к научно-техническому и экономическому прогрессу. Лауреат Нобелевской премии Ф. Хайек (Великобритания) сделал важное обобщение: общества, полагающиеся на конкуренцию, успешнее других достигают своих целей. Вот вывод, замечательно подтвержденный всей историей цивилизации. Конкуренция показывает, как можно эффективнее производить вещи.

Третье правило. При обострении борьбы соперники прибегают к методу *ценовой конкуренции*. Если позволяют средства, то иногда применяется демпинг — продажа продуктов по чрезвычайно низким (как их называют, «бросовым») ценам. О подобном соперничестве рассказал А. Куприн в романе «Яма». Возникли два новых пароходства, и они вместе со старыми неистово конкурировали друг с другом. В конкуренции они дошли до того, что понизили цены за рейсы с семидесяти копеек для пассажиров третьего класса до пяти, трех и даже одной копейки. Наконец, изнемогая в непосильной борьбе, одно из

пароходных обществ предложило всем пассажирам третьего класса даровой проезд. Тогда его конкурент тотчас же к даровому проезду присовокупил еще полбулки белого хлеба.

Добившись разорения соперника, победитель, как правило, восстанавливает прежнюю цену и скупает имущество неудачника.

Б. Национальная конкуренция. Широко распространено представление о том, что в рыночном соперничестве принимают участие только отдельные продавцы товаров. Но на самом деле на рыночной арене часто разыгрывается «война всех против всех». Такая национальная конкуренция имеет следующие особенности.

Прежде всего в ней участвует так называемая «критическая масса» участников рынка. Речь идет о таком числе собственников товаров и денег, которое может — через массовый спрос и массовое предложение — воздействовать на уровень рыночной цены. В странах с большой численностью населения критическая масса достигает 10-15 млн. мелких товаровладельцев.

Национальная конкуренция отличается еще и тем, что всеобщее конкурентное сражение ведется, образно говоря, на трех фронтах. Один фронт мы обнаруживаем среди *продавцов*. Все они стремятся к выгоде от продажи товаров и одновременно не упускают возможности «отбить» покупателей у своих соперников.

Другой фронт разворачивается среди *покупателей*, которые заинтересованы выгодно приобрести продукты и вместе с тем готовы «потеснить» других претендентов на нужный им товар.

Наконец, главный фронт «сражения» проходит между *армией продавцов* и *армией покупателей*, стоящих на противоположных позициях в отношении уровня цены. Первая из них стремится продать свои изделия подороже, а вторая — купить вещи по наименьшей цене. Теперь стоит задуматься над вопросом: какая армия выиграет сражение?..

Многовековой опыт рыночного противоборства учит следующему. Одерживает верх та армия, которая больше сплочена и способна навязать противнику свою цену. Преследуя общие интересы, победители в течение определенного времени не конкурируют друг с другом, но затем вступают во взаимную борьбу за свои частные интересы.

Какие законы рынка приводят в движение изменяющиеся цены?

Известно, что если массовый спрос на какой-то товар возрастает, то его рыночная цена повышается (см. рис. 9.5). Однако удорожание продукта противоречит интересам покупателей. Каждый из них начинает уменьшать свой спрос, чтобы понизить цену.

Обострившаяся *конкуренция среди покупателей* ведет к распаду их единства. Достигнутая ранее высокая рыночная цена по спросу начинает снижаться и *опускается до уровня равновесной цены*.

Когда расширяется массовое предложение товаров, то, естественно, рыночная цена понижается (см. рис. 9.4). Но удешевление продукта наносит ущерб интересам продавцов. Поэтому один за другим они начинают свертывать сбыт своей продукции, чтобы повысить цену. Усиливающаяся *конкуренция*

среди продавцов приводит к распаду их сплоченной армии. Установившаяся ранее низкая рыночная цена по предложению постепенно *повышается до уровня равновесной цены*.

Итак, национальная конкуренция является внутренним двигателем *рыночного саморегулирования*, которое закономерно воздействует на три явления. Во-первых, она влияет на цены, предлагаемые продавцами и покупателями; во-вторых, устраняет нестабильное и неравное соотношение спроса и предложения в масштабе национального рынка; в-третьих, приводит общую рыночную цену к точке равновесия.

Думается, некоторые участники ожесточенных экономических битв мечтают о рынке без конкуренции. Однако возникают сомнения: возможен ли такой рынок и как его можно создать? Кому это будет выгодно и кому не выгодно? Что же, эти сомнения мы попытаемся разрешить ниже.

10.2. Монополия: место и роль на рынке

Сущность и виды рыночной монополии

Монополия (от греч. monos — один, poleo — продаю) — крупный собственник, который захватывает подавляющую часть рыночного пространства в целях своего обогащения. В экономической литературе дается следующая классификация видов монополий.

1. С учетом *степени охвата экономики* выделяются такие виды монополистических организаций:

В масштабе определенной отрасли — *абсолютная* (полная) *монополия*. В этом случае действует один продавец, доступ на рынок для возможных конкурентов закрыт, продавец имеет полный контроль над количеством товаров, предназначенных для продажи, и их ценой.

В масштабе национального хозяйства также образуется *абсолютная монополия*. Она находится в руках государства или его хозяйственных органов (например, государственная монополия внешней торговли и т.п.).

Монопсония (абсолютная) — один покупатель ресурсов, товаров.

2. В зависимости от *характера и причин возникновения* различают следующие виды монополий:

Естественная монополия. Ею обладают собственники и хозяйственные организации, имеющие в своем распоряжении редкие и свободно не воспроизводимые элементы производства (например, редкие металлы, особые земельные участки под виноградники). Сюда также относятся целые отрасли инфраструктуры, имеющие особо важное и стратегическое значение для всего общества (железнодорожный транспорт, военно-промышленный комплекс и т.п.). Существование естественных монополий оправдывается тем, что они дают огромный экономический выигрыш от больших масштабов производства. Здесь создают товары с меньшими затратами по сравнению с расходами ресурсов, которые были бы на множестве аналогичных фирм.

Легальные (от *лат.* *legalis* — законный) **монополии** образуются на законном основании. К ним можно причислить такие формы монополистических организаций:

а) патентная система. Под патентом подразумевается свидетельство, выданное правительством страны гражданину на право исключительного пользования сделанным изобретением. Патентом также именуется документ, дающий право на занятие промыслом, торговлей;

б) авторские права, согласно которым интеллектуальные собственники получают исключительное право продавать или размножить свои произведения в течение всей жизни или какого-то периода;

в) торговые знаки — специальные рисунки, названия, символы, которые позволяют идентифицировать (отождествить) товар, услугу или фирму (конкурентам запрещается использовать зарегистрированные торговые знаки).

Искусственные монополии. Под этим условным названием (которое отделяет эти организации от естественных монополий) имеются в виду объединения предприятий, создаваемые ради получения монополистических выгод. Эти монополии преднамеренно меняют структуру рынка:

- создают барьеры для вхождения на отраслевой рынок новых фирм;
- ограничивают аутсайдерам (предприятиям, которые не вошли в монополистическое объединение) доступ к источникам сырья и энергоносителям;
- создают очень высокий (по сравнению с новыми фирмами) уровень технологии;
- применяют более крупный капитал (дающий больший эффект от роста масштаба производства);
- «забывают» новые фирмы хорошо поставленной рекламой.

Искусственные монополии образуют ряд конкретных форм: картель, синдикат, трест и концерн. *Картель* — союз нескольких предприятий одной отрасли промышленности, в котором его участники сохраняют свою собственность на средства и продукты производства, а созданные изделия сами продают на рынке, договариваясь о квоте — доле каждого в общем выпуске продукции, продажных ценах, распределении рынков и др. *Синдикат* — объединение ряда предприятий, изготавливающих однородную продукцию; здесь собственность на материальные условия хозяйствования сохраняется за участниками объединения, а готовая продукция сбывается как общее достояние через созданную для этого контору. *Трест* — монополия, в которой создается совместная собственность данной группы предпринимателей на средства производства и готовую продукцию. *Концерн* — союз формально независимых предприятий (обычно из разных отраслей промышленности, торговли, транспорта и банков), в рамках которого головная фирма организует финансовый (денежный) контроль за всеми участниками. *Консорциум* — временное соглашение между несколькими банками или предприятиями о совместном проведении финансовых или коммерческих операций большого масштаба.

Сущность и особенности всех видов монополистических объединений ярко проявляются в целях и характере их поведения.

Законы монополистического ценообразования

Господство монополий на рынке приводит к тому общепризнанному следствию, что они *сами устанавливают рыночную цену*. При этом своеобразно используются законы, выражающие зависимость цены от предложения и спроса.

Так, *монополии*, продающие товары в массовом порядке, в своих интересах используют *закон рыночной цены по массовому предложению* (см. рис. 9.4). Они намеренно уменьшают продажу своих товаров (снижают объем предложения), чтобы создать искусственный дефицит продуктов. Нехватка рыночных благ ведет к росту цены по предложению. Так, в последние годы нередко в России и других странах предприятия-монополисты, производящие и сбывающие бензин, резко сокращали продажу моторного топлива, с тем, чтобы при повышенном спросе на него поднять цену по предложению.

При каждом возобновлении процедуры повышения цен монополия, разумеется, учитывает потери, которые она несет от уменьшения объема производства и продажи товаров. Чтобы перекрыть такую утрату дохода, она устанавливает новые цены на более высоком уровне. При этом монополия следит, чтобы выручка от продажи меньшего количества изделий покрывала упущенную выгоду и давала возросшую сумму дохода.

В свою очередь *монопсония*, закупающая большие партии товаров у мелких производителей, своеобразно использует *закон рыночной цены по массовому спросу* (см. рис. 9.5). Заранее скупая, например, сельскохозяйственное сырье по низким ценам и создавая его большие запасы, монопсония в период сбора нового урожая устанавливает низкую цену спроса на закупаемую продукцию. Такая цена дает монопсонии желаемую выгоду. Ее выигрыш возрастает с каждым новым снижением закупочных цен, что является результатом преднамеренного создания зоны избытка сбываемой продукции.

Характерен такой пример. Монопсонии западных стран издавна закупают дешевое сырье у предпринимателей и мелких товаропроизводителей стран Азии, Африки и Латинской Америки. Низкие цены устанавливаются на ряд товаров традиционного африканского экспорта (чай, кофе, какао-бобы).

Наконец, фирма, одновременно являющаяся монополией и монопсонией, удваивает свой доход посредством так называемых *«ножниц цен»*. Речь идет о *монопольно высоких* и *монопольно низких* ценах, уровни которых удаляются друг от друга подобно расходящимся лезвиям ножниц. Такое движение цен основывается на расширении зон избытка и дефицита товаров. Оно характерно для многих предприятий обрабатывающей промышленности, которые — особенно в условиях инфляции — устанавливают цены на свои готовые изделия в несколько раз выше, чем увеличиваются цены в отраслях добывающей промышленности.

Во второй половине XX в. с расширением сферы агробизнеса в США, Франции, Великобритании и других западных странах «ножницы цен» стали

одним из главных методов, с помощью которого крупные фирмы вытеснили мелких и средних фермеров из сельскохозяйственного производства.

В нашей стране «ножницы цен» использовались особенно широко в период индустриализации народного хозяйства. Государство, выполняя роль монополии и монополии, устанавливало относительно высокие цены на промышленные изделия и очень низкие закупочные цены на сельскохозяйственное сырье, чем нанесло большой ущерб экономике села. До сих пор такого рода «ножницы цен» не устранены. Например, в 1994 г. цены на промышленные средства производства, выпущенные для сельского хозяйства, росли в 3 раза быстрее, чем цены на сельскохозяйственную продукцию.

Совершенно очевидно, что с помощью произвольно устанавливаемых цен монополии собирают своего рода «дань» с других предпринимателей и населения.

Чтобы удерживать столь выгодное положение на рынке, монополитические объединения экономическими и другими методами решительно расправляются с конкурентами. Назовем некоторые из этих способов.

1. *Хозяйственный бойкот* — частичный или полный отказ от экономических связей с аутсайдерами (предприятиями, не входящими в монополистическое объединение). Монополии предлагают зависимым от них покупателям не приобретать товары других фирм, так как они якобы худшего качества.

2. *Демпинг* — преднамеренная продажа товаров по «бросовым» ценам с целью разорения конкурента.

3. *Ограничение* продажи товаров самостоятельным (независимым от монополий) фирмам (например, уменьшение поставок нефти нефтеперерабатывающим заводам).

4. *Маневрирование ценами*: монополия повышает цены на продукты, сбываемые мелким собственникам, и одновременно применяет тайные скидки и уступки в этом отношении для крупных покупателей.

5. *Использование финансовых средств* борьбы с конкурентами (например, спекуляция ценными бумагами на фондовой бирже, о чем будет рассказано в гл. 16).

6. *Разорение конкурентов* с помощью дозволенных законом и недозволенных средств с целью их «поглощения» и «присоединения» к монополии. Последние применяют широкий арсенал жестоких приемов: подделывают продукцию конкурентов, нарушают патенты, копируют товарные и фирменные знаки, обманывают потребителей. Против своих рыночных противников многие фирмы применяют «промышленный шпионаж» (тайно выведывают производственные секреты, используя для этого электронные средства, услуги «перебежчиков» с предприятий-конкурентов и т.п.). Некоторые монополии не брезгают уголовно наказуемыми методами вплоть до поджогов помещений, террористических актов и заказных убийств.

Уже в конце XIX в. стало очевидно, что монополистические объединения разрушают нормальные для рыночной системы отношения. В ответ на такие

отрицательные действия в правовых и демократических государствах применяются соответствующие меры противодействия. Речь идет об осуществлении антимонопольного законодательства, которое подрывает рыночную власть абсолютных монополий.

Во многих странах государство проводит антимонопольную политику и регулирование конкурентного рынка по следующим основным направлениям.

Первое направление: *предотвращается абсолютная монополизация рынка*. При этом под монополизацией подразумевается не укрупнение производства, а только серьезное ограничение торговли. Так, в США в принятом в 1890 г. антитрестовском законе монополизацией рынка признано обладание рыночной долей, равной или превышающей 60%.

Второе направление: *запрещается слияние конкурирующих компаний*. Такое слияние усиливает абсолютную монополизацию и ослабляет конкуренцию. Правда, антимонопольное законодательство не приостанавливает процесс централизации в сфере производства (объединение предприятий в крупные фирмы или хозяйственные объединения).

Третье направление: *запрещается установление монопольных цен* (в том числе «лидерство» фирм в повышении цен и другие подобные виды сговора).

Четвертое направление: *сохраняется и поддерживается конкуренция в цивилизованных формах*. В связи с этим воспрещаются «нечестные», или «обманные», способы соперничества — демпинг, применение фальшивой рекламы продовольственных продуктов, лекарств и косметических средств, медицинских инструментов и т.п.

Любопытно, что к числу «нечестной» конкуренции в США и Англии практически относят использование «шпаргалок» и списывание с учебника на конкурсных экзаменах при поступлении в высшие учебные заведения. Сами законопослушные абитуриенты разоблачают такие действия, за которые следуют серьезные наказания.

В 1990-х гг. в России сделаны первые шаги по разработке и применению антимонопольного законодательства. Кроме того, в новом Уголовном кодексе к преступлениям отнесены монополистические действия и ограничения конкуренции. Речь идет о монополистических действиях, которые совершены путем установления монопольно высоких или монопольно низких цен. Уголовно наказуемым признано также, например, ограничение конкуренции путем раздела рынка, ограничение доступа на рынок, устранение с него других субъектов экономической деятельности, установление или поддержание единых повышенных или пониженных монополиями цен (ст. 178 УК РФ).

Из всего сказанного в данной главе можно сделать два обобщения.

Во-первых, в начальный период капитализма в ряде стран (XVIII-XIX вв.) преимущественное развитие получила свободная конкуренция. Во-вторых, в конце XIX — начале XX в. произошли широкая абсолютная монополизация рынка и вытеснение свободной конкуренции.

Какие формы взаимодействия участников рынка появились во второй половине XX столетия в высокоразвитых странах? Какую новую роль играют конкуренция и монополия на современном рынке? Об этом речь пойдет далее.

10.3. Новое в развитии конкуренции и монополии на рубеже XX-XXI столетий

Тенденции современного рынка

В XX в., особенно во второй его половине, в корне изменилось взаимодействие между участниками рынка.

Долгое время авторы учебников «экономикс» изображали взаимоотношения продавцов и покупателей как *рынок совершенной конкуренции*, который состоит из слишком малых предприятий, не способных влиять на рыночную цену. Сейчас же, по оценке П. Самуэльсона и В. Нордхауса, достаточно крупные предприятия «имеют определенное влияние на рыночную цену. Большинство Рынков в современной экономике в действительности находятся под влиянием нескольких крупных компаний, чаще всего двух или трех. Добро пожаловать в реальный мир — мир несовершенной конкуренции».

Что же это за новый мир? Его можно понять, если выявить тенденции, которые свойственны развитию монополии и конкуренции во 2 половине XX в.

Первая тенденция — к усилению монополизации рынка. Как уже было сказано в гл. 4, научно-техническая революция вызвала переход к гораздо более высокому уровню укрупнения хозяйства. Централизация производства привела к образованию мощных естественных монополий, охватывающих национальное экономическое пространство (магистральные трубопроводы для транспортировки нефти и газа, трассы по передаче электрической и тепловой энергии и т.п.). Кроме того, в национальной экономике возник монополистический по своей природе государственный сектор.

Вторая тенденция — к обострению конкуренции. Научно-техническая революция необыкновенно ускорила совершенствование технической базы производства. В связи с этим в странах с новой экономикой резко усилилось соперничество, особенно в области внедрения новейших достижений техники и технологии. Такая конкуренция стала поистине глобальной (мировой), охватывая все страны с открытой экономикой.

Таким образом, на исходе XX столетия сложилась парадоксальная ситуация: на рынке одновременно усиливают свои позиции прямо противоположные виды взаимодействия субъектов хозяйствования. Возникает вопрос: Какие последствия влечет столкновение двух указанных тенденций?

Во-первых, в корне меняется экономическая роль многих монополий. Для конца XIX — первой половины XX в. традиционным было стремление монополий тормозить применение научно-технических новинок, чтобы не допускать снижения рыночных цен. Но сейчас крупные хозяйственные объединения становятся *легальными монополиями* и в течение определенного срока используют патентное право для обновления технологии.

Во-вторых, внедрение достижений научно-технической революции требует *крупных материальных затрат*. Как правило, такие затраты не способны осуществлять мелкие предприятия, типичные для свободной конкуренции. В отличие от них монополии с их высокими доходами могут в

своей отрасли добиться первенства в научно-техническом прогрессе. Этим они упрочивают свое преобладающее положение на рынке.

В-третьих, в последние годы важное значение приобрело участие крупных хозяйственных объединений в *глобальной конкуренции*, направленной на завоевание мирового рыночного пространства. Во многих странах государство оказывает национальным монополиям помощь в освоении новейших научно-технических достижений, в подготовке научных и инженерных кадров, а также обеспечивает их другими экономическими преимуществами.

Ориентиром в этом отношении служит определение рейтинга в глобальной конкуренции. Так, согласно опросам, проводимым Международным экономическим форумом (оцениваются показатели 46 стран мира), в 1990-х гг. наиболее конкурентной страной признавались США. Ближе всего к ней стояли Сингапур, Гонконг и малые европейские страны. Между тем с 1992 по 1997 г. в этом рейтинге Япония спустилась со 2 на 10 место, Германия — с 5 на 14, Франция — с 15 на 19. Россия устойчиво занимала 46 место.

Итак, очевидно, что в современный период характерен необычный синтез (от греч. *synthesis* — соединение, сочетание) конкуренции и монополии.

Формы синтеза конкуренции и монополии

Основными формами своеобразного сочетания двух видов взаимодействия субъектов рынка выступают: а) монополистическая конкуренция и б) олигополия. О новом состоянии рынка дает представление табл. 10.2.

В *монополистической конкуренции* органически представлены две разные стороны. Одна из них состоит в том, что фирма создает легальную монополию, которая с помощью патентов, торговых и фирменных знаков защищается от конкурентов. Этому же способствует дифференциация (разделение на различные формы) товаров — придание им индивидуальных свойств (по качеству, форме, окраске, упаковке, условиям продажи). Другая сторона заключается в том, что на рынке, где продаются однородные товары, имеется много разных конкурентов, проводящих дифференциацию своих продуктов.

Таблица 10.2

Формы сочетания конкуренции и монополии

Параметры состояния рынка	Монополистическая конкуренция	Олигополия
Число продавцов	Много	Мало
Барьеры входа на рынок и выхода из него	Нет	Обычно есть
Дифференциация продукта	Есть	Возможна
Участие фирм в контроле над ценами	Цена индивидуализированного продукта контролируется	Нелегальный контроль

По-своему монополия и конкуренция сочетаются в олигополии. *Олигополия* (от греч. *oligos* — немногий, *poleo* — продаю) — господство

небольшого числа крупнейших фирм в производстве и на рынке. В США олигополию обычно образуют четыре ведущие фирмы отрасли, продающие на рынке до 60% всей продукции.

Олигополии нередко различными путями (посредством «лидерства в ценах», тайного «джентльменского соглашения») обходят антимонопольные законы и добиваются повышения рыночных цен или, по крайней мере, поддерживают выгодные им цены. В силу этого в ход пускается новый способ борьбы за покупательский спрос — *неценовая конкуренция*. Соперничество в этом случае ведется на основе технического превосходства, высокого качества и надежности изделий, более эффективных методов сбыта, расширения видов предоставляемых услуг и гарантий покупателям, условий оплаты и других приемов. При этом учитывается усиление воздействия научных достижений на характер и качество выпускаемых изделий, а также возросшая общественная роль и значимость торговой рекламы.

При подведении итогов процесса развития конкуренции и монополии на рубеже XX-XXI столетий перед нами предстает *современное состояние* взаимоотношений участников рынка. Оно включает следующие элементы:

- 1) сравнительно небольшие остатки свободной конкуренции;
- 2) острое противоборство монополий с аутсайдерами (независимыми мелкими и средними хозяевами);
- 3) соперничество между крупными монополиями на национальном и мировом рынках;
- 4) монополистическая конкуренция и соперничество между участниками олигополии;
- 5) государственное ограничение монополистической деятельности и защита конкуренции в ее цивилизованных формах.

Важно подчеркнуть, что в западных странах сейчас *нет крайних состояний рынка*: ни господства свободной конкуренции, которая нарушает нормы цивилизованных отношений, ни абсолютной, ничем не ограниченной монополии, охватывающей все национальное хозяйство. Иная картина наблюдалась в нашей стране.

10.4. Россия: путь к развитому рынку

Абсолютная монополия

В нашей стране сложилась непростая история развития рыночных отношений. Эти отношения были достаточно высоко развиты *в конце XIX — начале XX в.* В России прочно утвердилось товарно-денежное обращение, что позволило в 1897 г. ввести золотой стандарт. Однако во время Гражданской войны 1918-1921 гг. народное хозяйство пришло в состояние упадка и разрухи, а рыночные связи были фактически свернуты.

Рынок вновь возник весной 1921 г. Проводимая советской властью *новая экономическая политика* создала для возрождения отечественного товарного производства и денежного обращения благоприятные условия:

- мелкие собственники и капиталистические предприниматели получили определенную свободу хозяйственной деятельности (сами распоряжались значительной частью своей продукции, оставшейся после выплаты государству налога);
- государство привлекало иностранный капитал для ускорения развития производства;
- сложился свободный рынок с устойчивым денежным обращением, который стал поприщем для конкурентной проверки жизнеспособности всех хозяйственных укладов;
- стабилизировался курс рубля, а государственный банк стал выпускать червонцы (банкноты в 10 руб.), обеспеченные золотом и товарами;
- государственные предприятия, переведенные на коммерческий расчет, стали активными товаропроизводителями, добивающимися прибыльности продукции.

За короткий срок новая экономическая политика позволила добиться хороших хозяйственных результатов. Например, по сравнению с уровнем 1913 г. (принятым за 100%) продукция промышленности, составлявшая в 1921 г. 14%, в 1926 г. достигла 96%, продукция сельского хозяйства — 188%.

Но с начала 1930-х гг. новая экономическая политика была прекращена. А рынок, как говорится, «вырубили до основания»: было запрещено свободное предпринимательство и полностью исключена конкуренция. А затем на десятилетия установилось господство ничем не ограниченного *государственного монополизма*, который опирался на прямое принуждение и приказные методы. Абсолютная рыночная монополия проявлялась в двух направлениях:

- a. государство монополизировало продажу основной массы товаров;
- b. оно выполняло роль всеохватывающей монополии, поскольку закупало основную массу сырьевой продукции (например, продукцию колхозов).

Государственный монополизм нередко отличается прямым произволом в установлении цен. Так, в конце 1940 — начале 1950-х гг. Советское государство ежегодно проводило снижение цен на продовольственные и другие товары для населения. Это осуществлялось за счет уменьшения цен, по которым государство приобретало сельскохозяйственные продукты у колхозов и совхозов, что, естественно, наносило ущерб и без того низкому жизненному уровню сельских тружеников.

Со второй половины 50-х и до 90-х гг. XX в. государство систематически увеличивало размер денежной зарплаты главным образом мало- и среднеоплачиваемым рабочим и служащим. Повышались денежные доходы сельских жителей, поскольку возрастали государственные заготовительные и закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию. При этом цены на товары народного потребления оставались неизменными.

Вся система цен не учитывала действительные затраты на производство продукции. Скажем, очень низкими были цены на многие промышленные средства производства, они были значительно ниже уровня мировых цен.

Планирование цен из единого экономического центра было неспособно своевременно и правильно учитывать изменение спроса на товары народного потребления. В итоге рыночное преобразование, регулируемое законами спроса и предложения, было парализовано.

Проблема перехода к развитому рынку

Чтобы перейти к современной рыночной экономике, приходится преодолевать большие трудности. Они связаны прежде всего с тем, что между стартом — абсолютной рыночной монополией — и финишем — развитым рынком, как говорится, дистанция огромного размера. Это наглядно показывают данные табл. 10.3, в которой сопоставлены важнейшие черты стартовых и финишных позиций.

За период с 1992 по 2000 г. наша страна продвинулась к развитому рынку незначительно. Сейчас более четко, чем вначале, обозначились задачи, требующие разрешения в теории и на практике.

Одна из первостепенных задач — *ограничение рыночной власти абсолютных монополий рынка и развитие цивилизованных форм конкуренции.*

Таблица 10.3

Основные признаки абсолютной монополии и развитого рынка

Абсолютная монополия	Развитой рынок
Плановое распределение центром средств производства, рабочей силы и финансовых средств	Продажа всем желающим производственных факторов и финансовых средств в негосударственном секторе
Централизованное установление неизменяемых цен	Цены основаны на договоре покупателей и продавцов
Распределение многих продуктов по установленным государством нормам	Свободный выбор покупателями всех видов товаров
Монополия государства во внешней торговле	Свобода внешнеэкономической деятельности предпринимателей
Монополистические преграды конкуренции	Конкуренция всех товаровладельцев

Движение от полностью монополизированного рынка началось и до сих пор продолжается без каких-либо существенных изменений состояния российского рынка. Слабо выполняются законодательно закрепленные меры по ограничению монополистической деятельности и развитию конкуренции. Поэтому, например, введение «свободных» цен проводилось руками монополий и в их интересах. В то же время государство слабо поддерживает мелкий и средний бизнес, без которого не может быть конкурентного рынка.

Важно решить и другую задачу — *полностью развить всю систему рынков.* Рыночные преобразования в нашей стране начались с полного разрушения системы государственного материально-технического снабжения. Однако взамен ее не были созданы аналогичный рынок производственного оборудования, а также рынок оптовой торговли. Нормальной экономики не

может быть без высокоразвитого рынка недвижимости (земли, жилья) и без рынка ценных бумаг. Еще предстоит в полной мере воссоздать все звенья развитой рыночной системы.

При преобразовании российской экономики требуется правильно выбрать *тип и структуру рыночных отношений*.

Еще до 1992 г. инициаторы создания новой экономики провозглашали идею создания свободного рынка. Их не смущали предостережения противников такой ориентации. Так, Дж. Гэлбрейт (США) в интервью газете «Известия» 31 января 1990 г. откровенно и резко заявил: «Те, кто говорит... о возвращении к свободному рынку времен Смита, не правы настолько, что их точка зрения может быть сочтена психическим отклонением клинического характера. Это то явление, которого у нас на Западе нет, которое мы не стали бы терпеть и которое не смогло бы выжить».

Но как это ни парадоксально, наша страна все-таки совершила переход к свободному рынку уже в январе 1992 г. Правда, речь идет о возникновении с самого начала множества примитивных продовольственных и вещевых рынков, где велась индивидуальная перепродажа отечественных и иностранных товаров. Каждому гражданину было предоставлено право торговать чем угодно и где угодно. При этом далеко не всегда соблюдался надлежащий санитарно-эпидемиологический, экологический и иной контроль.

Жизнь доказала, что необходимо быстрее решать созидательные задачи: создавать *рынок как социальный институт*. Само движение к цивилизованному рынку надо начинать с разработки множества правовых норм и законов, регулирующих рыночную экономику.

Литература

1. Гражданский кодекс РФ. Ч. 2. М., 1996.
2. Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Рынок: микроэкономическая модель. СПб., 1992. Гл. 7, 8, 9.
3. Конкурентоспособность России в 90-е годы. Межстрановый макроэкономический анализ. М., 2000.
4. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. М., 1999. Гл. 23—26.
5. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. М., 2000.
6. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции: Пер. с англ. М., 1986.
7. Самуэльсон П.А., Нордхаус В.Д. Экономика. М., 2000. Гл. 8—10.
8. Стародубровская И. От монополии к конкуренции. М., 1990.
9. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М., 1999. Гл. 11, 12, 14.
10. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости: Пер. с англ. М., 1959.
11. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. 1989. № 12.
12. Хейне П. Экономический образ мышления. М., 1991. Гл. 8, 10.

Раздел III МИКРОЭКОНОМИКА

Настоящий раздел начинается с общего знакомства с новой составной частью национального хозяйства.

Микроэкономика (от *греч.* *mikros* — малый) — это совокупность малых форм хозяйствования, которая имеет следующие характерные особенности.

1. Тип частной собственности.

Наиболее естественной экономической основой микроэкономики является частнособственническое присвоение средств производства и результатов труда. К таким отношениям собственности относятся: а) единоличное владение тружеников — крестьян и ремесленников и б) индивидуальный капитал, предполагающий применение наемного труда.

2. Низшие формы кооперации и разделения труда.

Для микроэкономики типичны начальные формы трудового сотрудничества: простая (без разделения работы на отдельные операции) и не очень сложная кооперация труда (со специализацией работников на выполнении отдельных видов созидательной деятельности).

Общественное разделение труда между товарными хозяйствами в основном принимает форму предметной специализации (производство преимущественно одного или нескольких видов продуктов).

3. Свободные рыночные связи.

Между обособленными и независимыми хозяйствами устанавливаются экономические отношения, свойственные свободному рынку. Каждое микрохозяйство не в состоянии устанавливать рыночные цены и участвует в индивидуальной ценовой конкуренции.

4. Единоличное управление хозяйством.

Сравнительно небольшие размеры хозяйств в микроэкономике определяют то, что ими управляют сами собственники.

В состав микроэкономики входят две формы хозяйственной деятельности — домашние хозяйства и сравнительно небольшие предприятия.

Теперь рассмотрим деятельность фирм, большинство из которых создают новую стоимость, а затем распределяют ее.

ГЛАВА 11. КАПИТАЛ И ОБРАЗОВАНИЕ НОВОЙ СТОИМОСТИ

11.1. Фирма: организация и управление

Кто такой предприниматель

О современной фирме можно судить прежде всего по предпринимателю. *Предприниматель* — это инициативный человек, который берет на себя ответственность и риск за дела на предприятии. Чтобы разобраться в существе его деятельности, следует рассмотреть все виды предпринимательства. Предпринимательство можно классифицировать по двум основаниям: масштабам и характеру деятельности.

1. По *масштабам* инициативная деятельность подразделяется на следующие виды.

Индивидуальное предпринимательство — любая созидательная деятельность одного человека и его семьи (создаются торговые лавки, небольшие аптеки, химчистки и т.п.).

Коллективное предпринимательство — полезным делом занят какой-то коллектив. Оно включает *мелкий и средний бизнес* (в США к мелкому бизнесу относят предприятия с числом работников до 500 человек, в нашей стране — с существенно меньшим); *крупный бизнес* — как правило, огромные акционерные общества, насчитывающие тысячи человек.

2. По *характеру* предпринимательский труд имеет несколько форм.

Некоммерческое предпринимательство — не связанное с продажей продукции ради обогащения. Такая благотворительная деятельность ведется культурно-просветительскими и другими организациями. Например, в США $\frac{3}{4}$ семей делают взносы на подобные цели.

Коммерческая деятельность, или бизнес (*англ.* business — дело), — занятие, приносящее доход. В нее входят: *непроизводственный бизнес* — профессиональный спорт, концертная деятельность и т.п.; *торговый бизнес* — на предприятиях торговли; *бизнес в сфере услуг*, например, туристический сервис, юридическая контора; *производственный бизнес* — доходное дело на предприятиях в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве и др.

Предпринимательство может проявляться в любой хозяйственной системе. Оно может быть и на государственном предприятии. Однако здесь инициатива руководителя фирмы ограничена жесткими рамками приказов и инструкций вышестоящих органов. В условиях рынка успех приносит совершенно иной тип предпринимательства. Как для жизни каждого человека нужен кислород, так для бизнесмена важна *свобода хозяйственной деятельности*, т.е. возможность по своему усмотрению использовать принадлежащее ему, арендуемое или переданное в пользование имущество, свобода определять, что и как производить, выбирать поставщиков и потребителей, назначать цены, распоряжаться прибылью, оставшейся после уплаты налогов, и решать иные производственные вопросы.

В последние десятилетия приватизация государственных предприятий и рост производства на Западе значительно расширили предпринимательскую

деятельность. По сравнению с 1960-ми гг. общее число бизнесменов выросло в Японии в 2 раза, в США — более чем в 2,5 раза.

Численный рост зачинателей новых хозяйственных дел сочетается с повышением роли функций, выполняемых организаторами бизнеса.

Функции предпринимателя

В мировой экономической литературе отмечаются три функции предпринимателя. Первая из них — *ресурсная*. Для любой хозяйственной деятельности необходимы материальные факторы (средства производства) и работники с достаточными знаниями и умениями. Вторая функция — *организаторская*. Ее задача — обеспечить такое соединение факторов производства, которое лучше всего способствует достижению поставленной цели. Третья функция предпринимателей — *творческая*, связанная с организационно-хозяйственным новаторством.

Роль *инновационной* (от лат. *novatio* — обновление) деятельности резко возросла в условиях современного научно-технического прогресса и развития неценовой конкуренции. Сейчас быстро растет рынок научно-технических разработок, расширяется бизнес, связанный с внедрением новинок техники и технологии. Совершенствуется информационная инфраструктура предпринимательства — расширяется доступ к полезной информации в государственных органах, укрепляются патентно-лицензионные службы, развивается сеть банковских информационных данных, накапливаемых с помощью электронно-вычислительных машин и компьютерной технологии, и др.

В ведущих западных странах заблаговременно определены перспективные направления инновационного предпринимательства на XXI столетие:

- а) использование мирового информационного рынка для очень быстрого внедрения технологических новинок (Япония);
- б) прогресс промышленных технологий, которые обеспечивают успех во всех областях науки и техники (Германия, Великобритания, Франция);
- в) повышение интеллектуального уровня работников, их образования и квалификации, от чего зависит технологический потенциал бизнеса (США).

Поскольку центр тяжести в функциях предпринимателя переместился на новаторство, то предъявляются новые требования к личности предпринимателя, его *психологической характеристике*.

Фирма «Мак-Бер энд Компани» (США) в своих исследованиях выделила наиболее важные личные качества удачливого бизнесмена:

- поиск возможностей и инициативность в достижении целей;
- готовность к умеренному риску;
- ориентация на эффективность и качество;
- вовлеченность в рабочие контакты;
- умение ясно выражать свои цели, дальновидность;
- стремление быть информированным;
- систематическое планирование и наблюдение;

- способность убеждать и устанавливать деловые и личные связи;
- независимость и уверенность в себе.

Выводы «Мак-Бер энд Компани» могут служить своего рода тестом, с помощью которого проверяется способность предпринимателя успешно справляться со своими функциями. При этом важно иметь в виду, что одни из необходимых качеств бизнесмена — врожденные, другие — результат развития природной предрасположенности, а третьи — следствие обучения и практического опыта. Вряд ли можно усомниться в этом, что далеко не все люди способны быть предпринимателями.

Предпринимательство в информационном деле

В постиндустриальной экономике под воздействием научно-технической революции и в результате быстрого развития сферы информационных услуг происходит лавинообразное нарастание массы информации. При этом увеличение объема научной информации примерно в 4 раза обгоняет прирост численности населения на планете.

В связи с этим перед всеми фирмами возникла сложная проблема: как *информационно обеспечить* хозяйственную стратегию (экономическое развитие на длительный период) и научные исследования, проводимые на предприятии? Решение этой проблемы, естественно, требует больших затрат, надежных источников и каналов информации, высокого профессионализма работников информационных служб.

Практическим выходом из создавшегося положения является организация службы *консалтинга* (англ. consulting — консультирование). В ней высококвалифицированные специалисты дают советы и предоставляют новейшую информацию по определенному кругу вопросов. На крупных фирмах создаются свои консалтинговые службы, а мелкие и средние предприятия обращаются за информационной помощью в консалтинговые фирмы. Там они получают нужные им сведения, касающиеся предвидения развития рынков разных товаров и услуг, цен на мировых товарных рынках и рынках ценных бумаг и пр.

Одновременно многие фирмы создают у себя подразделения, которые налаживают информационные связи с внешним миром. Эти связи получили названия *паблик рилейшнз* (англ. public relations — отношения с общественностью). Предприятия добиваются доброжелательной оценки своей деятельности. В этих целях они используют прессу (публикуются информационные сообщения, посылаются письма в редакции газет и т.п.), радио и телевидение (проводятся интервью с работниками фирмы, репортажи и др.), организуют выставки и ярмарки, публичные выступления и многое др. В итоге формируется хороший *имидж* (внешний и внутренний образ) фирмы.

В дальнейшем мы будем рассматривать бизнес в сферах производства и торговли. В них особое внимание уделяется процессу управления предприятием.

Кто и как управляет фирмой

Прежде всего, разберемся в том, что представляет собой внутрифирменное управление. Управление производством внутри фирмы (предприятия) представляет собой упорядочивающее, целенаправленное воздействие на процесс кооперированного труда. Управление призвано обеспечить эффективный выпуск товаров и оказание услуг.

В этих целях на современных предприятиях управление регулирует (т.е. подчиняет установленному порядку) решающие стороны хозяйственной жизни:

- материально-техническое снабжение и сбыт готовой продукции;
- научные исследования, разработку и внедрение новинок в производство;
- маркетинговую деятельность: изучение рынков, определение каналов сбыта продукции и услуг, ценообразование и рекламу выпускаемой продукции, оказываемых услуг;
- работу с персоналом предприятия: подбор, расстановку, обучение работников и др.;
- сбор, обработку и анализ данных о работе фирмы в целях улучшения ее деятельности.

В XX столетии, когда основной стала акционерная форма предприятий, мозговым центром, воздействующим на деятельность гигантского акционерного общества, стала не отдельная личность, а большая группа специалистов по управлению (ученые, инженеры, экономисты, юристы и т.п.). Ведущую роль стали играть *менеджеры* (от англ. manage — управлять) — научно подготовленные специалисты, которых фирма нанимает для управленческой работы. Все большее усложнение современного производства потребовало развить особую отрасль знаний и умений — менеджмент.

Менеджмент — система теоретических и практических знаний о принципах, методах, средствах и формах управления производством в целях повышения его эффективности и увеличения прибыли. Возникла такая междисциплинарная область знаний, которая включает сведения из экономики, организации и управления производством на предприятии, права, психологии и др. Образовался сплав науки, опыта руководящей деятельности, управленческого искусства.

Какими навыками и способностями должен обладать современный менеджер? Созданный исследователями своеобразный словесный портрет включает следующие качества: 1) способность управлять собой; 2) разумные личные ценности; 3) четкие личные цели; 4) упор на постоянный личный рост; 5) навык решать проблемы; 6) изобретательность и способность к инновациям (нововведениям); 7) высокая способность влиять на окружающих; 8) знание современных управленческих подходов; 9) способность руководить; 10) умение обучать и развивать подчиненных; 11) способность формировать и развивать рабочие группы.

Итак, менеджер представляет собой тип профессионального работника, способного управлять фирмой на строго научной основе. Он придает деятельности предприятия упорядоченность, согласованность и

урегулированность, которые соответствуют природе современного индустриального и постиндустриального производства.

Одним из проявлений научного характера деятельности менеджера служит то, что он придает развитию фирмы плановый характер. На практике это регулярно происходит при организации производства новой продукции и при создании предприятия, когда составляется *бизнес-план*.

При разработке бизнес-плана выполняются следующие задачи:

а) оценивается будущее положение на рынке — возможность успешно сбывать новую продукцию;

б) подсчитывается величина затрат на производство новых изделий или на строительство нового завода;

в) предусматриваются источники денежных средств (собственные и заемные — у банка);

г) прогнозируется доходность предстоящего бизнеса;

д) учитываются возможные риски и пути их уменьшения.

Бизнес-план обязательно представляется в банк, если фирма надеется получить у него денежный заем. При этом важно убедить банк в привлекательности и конкурентоспособности намеченного дела. В свою очередь с помощью специалистов банковское учреждение тщательно изучает бизнес-план, а в случае его одобрения строго контролирует его выполнение.

На крупных фирмах, обладающих сложной и дорогостоящей техникой, не отдают хозяйственную деятельность во власть рыночной стихии, а напротив, ведут регулярную плановую работу. Это позволяет находить верные пути и средства для реализации целей предпринимательства. Такие цели связаны с производством новой стоимости.

11.2. Производство новой стоимости: его условия и результаты

Внешней средой деятельности фирмы служит развитая рыночная система. Это накладывает отпечаток на всю организацию экономической деятельности любого бизнесмена.

Формула бизнеса: варианты ее осуществления

Сущность всякого бизнеса наглядно представлена в его формуле

$$Д - Т - Д',$$

где $Д$ — первоначально авансированные (выданные в счет предстоящих платежей) денежные средства;

$Т$ — приобретенные товары;

$Д'$ — возросшая сумма денег,

$$Д' = Д + \Delta Д,$$

где $\Delta Д$ — прирост денег (прибыль).

Отсюда ясно, как действует предприниматель. С самого начала он должен иметь денежные средства, пускаемые в обращение с целью наживы. На них он закупает определенные товары. В конечном счете, бизнесмен реализует на

рынке имеющиеся у него товарные ценности и получает возросшую сумму денег. Прирост денег по сравнению с первоначально затраченной суммой составляет его доход (прибыль).

Главный теоретический вопрос состоит в том, чтобы выяснить: откуда появляются ΔD — новые деньги?

Хозяйственная практика свидетельствует, что формула бизнеса является *общей* для разных вариантов предпринимательской деятельности. Что это за варианты?

Первый вариант предпринимательства — *спекулятивный бизнес*. Он означает скупку товаров по низкой цене и их перепродажу по повышенной цене. Прибыль от спекуляции (P_C) представляет собой разницу между продажной ценой товара (C_2), по которой спекулянт сбывает вещь, и закупочной ценой C_1 , по которой предприниматель приобретает ее: $P_C = C_2 - C_1$.

В рыночной экономике спекуляция в большинстве случаев представляется естественным явлением и не преследуется по закону. Ее экономической основой является товарный дефицит, который образуется на какое-то время. Сам спекулятивный рост рыночной цены приводит в действие закон предложения по цене, а с увеличением производства товаров исчезают экономические условия для спекуляции.

Второй вариант — *криминальный бизнес*. Такой способ обогащения на рынке основан на мошенничестве (обмане или злоупотреблении доверием), незаконном использовании товарного знака, сбыте имущества, заведомо добытого преступным путем, и т.п. Речь идет, например, о продаже фальсифицированных алкогольных напитков и недоброкачественных товаров, незаконном предпринимательстве (без регистрации либо без лицензии — специального разрешения). Преступный бизнес может давать, как правило, кратковременную выгоду. Но он оборачивается большими потерями для криминальных элементов после того, как их разоблачат и осудят.

Среди предпринимателей, отвергающих преступные способы обогащения, утверждается совершенно иная *деловая этика* (нормы нравственного поведения) — совокупность писаных и устных договоренностей о правилах «честного бизнеса». Эти правила предлагают всем предпринимателям: а) отказаться от нечестных методов бизнеса (прежде всего от взяток государственным чиновникам); б) строить экономические связи на доверии к партнеру; в) коллективно прекращать все дела с предпринимателями-мошенниками; г) обеспечивать надежное выполнение хозяйственных договоров и иных обязательств.

Теперь выясним: какую общую черту имеет прибыль, получаемая как от спекулятивного бизнеса, так и от криминальной торговли?

Прежде всего вполне очевидно, что спекулятивная прибыль, по существу, есть вычет из дохода покупателей, которые тратят большую сумму денег по сравнению с подлинной ценой товара. Криминальная прибыль подобна спекулятивному доходу. Если даже покупатель приобретает, скажем, фальсифицированные товары по сниженной цене, то такая цена не

соответствует качеству вещи, которая достается преступнику порой почти задаром. Стало быть, и спекулянты, и преступники используют рынок как канал перераспределения богатства населения в свою пользу. Более того, получаемая ими прибыль не связана непосредственно с созданием новой товарной стоимости в масштабе всего общества.

В таком случае возникает, пожалуй, не менее любопытный вопрос: имеется ли такой вариант бизнеса, который прямо связан с созданием новой стоимости, получаемой без спекулятивного вздувания цен?

Многовековая хозяйственная практика давно доказала, что по-настоящему *нормальным* является производственный бизнес, который можно было бы назвать «белым». Познакомимся с ним подробнее.

Процесс производства новой стоимости

Формула «белого» бизнеса существенно отличается от его общей формулы:

$$D - T \begin{cases} PC \\ SP \end{cases} \dots - П \dots - T' - D',$$

где — $T \begin{cases} PC \\ SP \end{cases}$ товары: рабочая сила (PC), приобретенная на рынке труда, и средства производства (СП);

П — процесс создания новых товаров;

T' — произведенные фирмой товары с возросшей стоимостью.

Отсюда видно, что для начала бизнеса надо иметь капитал — деньги (D), которые пускают в дело. На них приобретают средства производства (СП) и рабочую силу (PC). После этого обращение товаров и денег прерывается и начинается главное дело — процесс производства (П), в ходе которого создается новая стоимость. Вновь изготовленные полезные вещи обладают возросшей стоимостью (T')- После продажи на рынке товаров по их стоимости предприниматель получает сумму денег (D'), которая превышает первоначальную величину капитала. Если из этой возросшей денежной суммы, полученной за все проданные изделия, вычесть авансированную величину (D), то бизнесмен получает *валовую (общую) прибыль*.

Зная, как внешне выглядит последовательное движение денег, затраченных на производство, мы приступаем к более углубленному его анализу. В первую очередь важно понять существо «белого» бизнеса: какие *экономические и правовые условия* необходимы для его реализации?

Для всякой фирмы, создающей товары, нужны *факторы производства*. Бизнес основывается на неременном юридическом условии: собственники всех факторов должны гарантированно (согласно правовым договорам) получать свою долю от общего дохода предприятия.

Так, для бизнеса часто требуется дополнительный капитал — деньги, расходуемые на покупку средств производства и рабочей силы. При отсутствии собственных денежных средств предприниматель вынужден брать в долг чужие

деньги. Плата за их использование называется *процентом*, и ее получает тот, кто предоставил капитал в ссуду.

Для создания полезных благ необходим труд — физические и умственные усилия людей. Нанятые предпринимателем работники получают в соответствии с трудовым контрактом (соглашением) вознаграждение за свой труд — *заработную плату*.

Для изготовления новых благ требуются природные ресурсы (минералы, лес, другие естественные богатства, которые, ради краткости, можно именовать «земля»). За пользование чужой землей устанавливается цена, называемая рентой. *Рента* образует доход собственника недвижимости.

Наконец, если новые идеи, осуществляемые с известным риском, и усилия предпринимателя по организации и управлению фирмой увенчаются успехом, то наградой ему будет соответствующая *доля прибыли* — предпринимательский доход (в противном случае он несет убытки).

По всей видимости, предварительные экономические и правовые условия бизнеса определяют его конечный результат. При нормальных условиях общий доход фирмы должен включать процент, заработную плату, ренту и прибыль, остающуюся на фирме. Теперь нам предстоит выяснить, как на практике возникает новая стоимость, являющаяся источником доходов всех прямых и косвенных участников производства.

Возьмем для наглядного примера ткацкую фабрику. Допустим (цифры условные), за год предприятие закупило и израсходовало средств производства на сумму 625 тыс. евро. Сюда вошли затраты на здания (их стоимость за год израсходована частично), технические средства — машины, оборудование (их стоимость тоже частично сношена за год), сырье, материалы, топливо, энергию. Все эти вещи созданы на других предприятиях (строительных, машиностроительных, добывающих сырье и энергоносители). Они поступили со стороны (от других фирм) и воплощают так называемую *старую стоимость*, образовавшуюся до начала производства на данной ткацкой фабрике.

Затем на фабрике из пряжи работники делают ткань. Они создают *новую стоимость*. В нашей стране и на Западе ее называют *добавленной стоимостью*. Так, в российском законодательстве добавленной стоимостью названа разница между стоимостью реализованных товаров и стоимостью материальных затрат, отнесенных на издержки производства и обращения.

Продолжая наш пример, предположим, что новая стоимость составила 1375 тыс. евро. В итоге весь валовой доход предприятия (денежная выручка от продажи всех тканей) равен: 625 тыс. + 1375 тыс. = 2 млн. евро.

Значит, результаты «белого» бизнеса в их общем виде можно представить следующим образом. *Стоимость готовых изделий* (C_T) включает: стоимость средств производства (старую стоимость — C_P) и новую стоимость (C_H):

$$C_T = C_P + C_H.$$

В свою очередь *новая стоимость* распадается на две части — заработную плату работников ($Зп$) и валовую прибыль ($П_B$):

$$C_H = Зп + П_B.$$

Наконец, *валовая прибыль* прежде всего подразделяется на доходы разных собственников: а) процент ($\Pi_{ц}$); б) ренту (P_3); в) чистую прибыль ($\Pi_{ч}$), которая достается фирме:

$$\Pi_B = \Pi_{ц} + P_3 + \Pi_{ч}$$

Таким образом, мы приходим к общему заключению, что новая стоимость является источником доходов владельцев всех факторов производства. Ее структура представлена в формуле:

$$C_H = 3\pi + \Pi_{ц} + P_3 + \Pi_{ч}$$

Согласно К. Макконнеллу и С. Брю, добавочная стоимость — «стоимость проданного фирмой продукта минус стоимость изделий (материалов), купленных и использованных фирмой для его производства; равна выручке, которая включает в себя эквивалент заработной платы, арендной платы, процента и прибыли».

В том, что участники создания новой стоимости получают регулярный доход по итогам деятельности производственного бизнеса, заключена их материальная заинтересованность в постоянном возобновлении и расширении производства нового богатства.

Итак, на уровне микроэкономики в процессе производства новой стоимости участвуют все собственники его условий. К ним относятся: а) рабочий — владелец рабочей силы; б) бизнесмен, который приобретает факторы производства; в) денежный капиталист, предоставляющий кредит; г) землевладелец, сдающий свою землю в аренду. После продажи на рынке изготовленных товаров распределяется общая выручка. Из нее каждому участнику производства достается определенная доля: рабочему — заработная плата, предпринимателю — прибыль на капитал, ссудному капиталисту — процент и собственнику земли — рента.

Все эти виды приобретений образуют систему, поскольку имеют единое происхождение. Они суть «дети» одной «матери» — новой стоимости. Этим предопределяются их неразрывное единство и границы сосуществования. Если, предположим, при данной величине новой стоимости наращивать одну ее часть, то это можно сделать лишь за счет каких-то других частей. Это подтверждает рассмотрение состава национального дохода, в котором суммируются все виды доходов, получаемых владельцами экономических факторов производства. Иллюстрацией может служить табл. 11.1, где даны статистические данные по США.

Таблица 11.1

Структура национального дохода США (1996 г.)

Виды дохода	Доля в национальном доходе, %	Примеры
Заработная плата	58,1	Заработная плата рабочего, врача
Доплаты и другие виды трудового дохода	12,7	Взносы фирм в пенсионный фонд
Доход индивидуальных частных предприятий	8,3	Доходы мелкого бизнеса

Виды дохода	Доля в национальном доходе, %	Примеры
Прибыли корпораций	11,8	Прибыль корпорации «Дженерал моторс»
Проценты	6,8	Проценты по сберегательным вкладам
Рента	2,3	Арендная плата землевладельцу за жилье, участок земли
<i>Итого</i>	100,0	

Правда, в разных странах имеются неодинаковый статистический учет, другие отношения, и поэтому может сильно различаться структура совокупного дохода. Своеобразие этих обстоятельств видно, например, из данных о составе денежных доходов в России (табл. 11.2).

Таблица 11.2

Структура денежных доходов населения России, %

Денежные доходы	1992 г.	2002 г.
Всего	100	100
в том числе:		
оплата труда	73,6	66,2
социальные выплаты ¹	14,3	14,9
доходы от предпринимательской деятельности	8,4	12,1
доходы от собственности ¹	1,0	4,9
другие доходы	2,7	1,9

¹ Проценты по вкладам, ценным бумагам, дивиденды.

Все виды доходов, с учетом особенностей образования каждого, их динамики и роли в развитии микроэкономики, последовательно рассмотрены.

Способы увеличения новой стоимости

Попытаемся проникнуть в тайны возрастания капитала за счет увеличения новой стоимости. На практике эти тайны прикрываются покровом мер по охране коммерческой безопасности фирмы. Между тем знание сущности производственного бизнеса позволяет установить следующие пути и средства умножения прироста капитальной стоимости.

1. **Увеличивается численность работников.** Поскольку каждый из них создает новую стоимость, то вполне очевидно, что по мере наращивания численности персонала предприятия, непосредственно или в иной форме расширяющегося производства новой продукции, возрастает его стоимость.

2. **Удлиняется время труда работников.** Как известно, на начальной фазе капитализма рабочий день на фабриках составлял 12-16 ч. Однако с 20-х гг. XX в. в западных странах длительность рабочей недели была законодательно сокращена до 40-45 ч. Между тем на многих предприятиях предприниматели

часто привлекают работников к сверхурочным работам. Это выгоднее, чем нанимать новых рабочих, на которых из прибыли идут дополнительные страховые взносы и расходы на обучение профессии.

3. Повышается интенсивность труда (возрастают затраты рабочей силы в единицу времени). Из-за законодательного ограничения времени работы на предприятиях стали шире применять повышенные нормы выработки (они легче достигаются с ускорением работы конвейера). При этом заработная плата не всегда возрастает с учетом усилившейся интенсивности труда.

4. Возрастает производительность труда. Величина производительности труда подсчитывается путем деления объема созданной продукции на численность работников. Этот показатель возрастает (а стало быть, стоимость увеличивается), если то же самое число работников выпускает больше продукции благодаря внедрению новой техники и технологии, повышению квалификации людей.

В условиях постиндустриальной экономики подъем производительности труда происходит в результате усиливающейся тенденции к *гуманизации производства*. Эта тенденция означает на деле: постоянно улучшать условия и безопасность работников, укреплять их здоровье, создавать благоприятный социально-психологический климат в трудовом коллективе и делать все, что возвышает человека и раскрывает его способности. Без создания подлинно человеческих условий на предприятиях практически невозможно внедрять электронную технологию, обеспечивать возросший уровень выработки новейшего оборудования и добиваться высокого качества продукции. Теперь нельзя принимать решения о развитии производства, не обеспечивая приоритета интересов человека труда.

В целях гуманизации производства, в частности, внедряются достижения *эргономики* — научной дисциплины, которая лучше приспособливает производственные условия (температуру, освещение, вентиляцию и др.) к особенностям и возможностям человеческого организма. Так, эргономика облегчает монотонную деятельность (особенно на сборочно-конвейерных работах с упрощенными и примитивными операциями), которая, например, в США, Германии и Франции иногда составляет до 50-60% всех технологических приемов. Для того чтобы предотвращать преждевременную усталость и износ организма, вводится ротация (периодическая смена) рабочих постов, укрупняются и усложняются отдельные операции. И наоборот, длительные и утомляющие виды работ разбиваются на ряд коротких и простых. Как показывает опыт, в результате внедрения достижений эргономики выра-5отка рабочих возрастает не менее чем на 8-10%.

Все рассмотренные способы увеличения новой стоимости характеризуют особенности «белого» бизнеса, который, избегая превратности спекулятивной наживы, способен обеспечить постоянно возрастающий доход всем участникам экономической деятельности. Благодаря производственному бизнесу национальная экономика приобретает черты нормальной экономической системы, служащей лучшему удовлетворению человеческих потребностей.

Все изложенное, по-видимому, ясно. Однако за пределами нашего внимания остался самый трудный для понимания вопрос: какова экономическая природа новой стоимости и в особенности прибыли, достаемой владельцам вещественных факторов производства?

11.3. Теории новой стоимости

В экономической науке нет однозначного ответа на вопрос о природе новой стоимости. Здесь сложились *две прямо противоположные теории*, в которых предприняты попытки обнаружить закономерные процессы образования и распределения вновь создаваемой стоимости.

Теория прибавочной стоимости

Классики английской политической экономии А. Смит и Д. Рикардо выдвинули *теорию прибавочной стоимости*, которую наиболее полно развил К. Маркс в «Капитале». Существо этой теории можно представить в следующих положениях.

Первое. Новую стоимость своим трудом *создают наемные работники*. Эта стоимость частично достается работникам в виде заработной платы, а остальную часть в форме прибыли получает собственник капитала. А. Смит в труде «Исследование б природе и причинах богатства народов» утверждал: «Стоимость, которую рабочие прибавляют к стоимости материалов, распадается сама... на две части, из которых одна идет на оплату их заработной платы, а другая — на оплату прибыли их предпринимателя на весь капитал, который он авансировал в виде материалов и заработной платы».

Второе. Рабочий день наемного труженика делится на две части. Сначала он затрачивает *необходимый труд*, идущий на содержание его самого и семьи: создает эквивалент его заработной платы. Потом он расходует *прибавочный труд*, во время которого производит прибавочную стоимость.

Третье. Деление новой стоимости на две известные доли вызывает *противоположность экономических интересов наемных работников и бизнесменов*, ибо увеличение доходов одних происходит за счет уменьшения заработков других.

Д. Рикардо сформулировал закон, согласно которому величины заработной платы и прибыли находятся в *обратной пропорциональной зависимости*. Он пришел к заключению: «Какая доля продукта уплачивается в форме заработной платы — вопрос в высшей степени важный при изучении прибыли, ибо нужно сейчас же заметить, что последняя будет высока или низка в той же самой пропорции, в какой будет низка или высока заработная плата».

Теория прибавочной стоимости не противоречит очевидному факту: новая добавленная стоимость делится на две части — заработную плату работников и валовую прибыль (прибавочную стоимость). Но эта теория не соответствует сейчас многим условиям постиндустриальной экономики. Так, валовая прибыль на акционерных предприятиях достается не какому-то одному частному

собственнику, а всем акционерам, в том числе рабочим, имеющим акции. С возникновением государственного сектора экономики значительная доля прибыли предприятий стала изыматься в виде государственных налогов. Последние идут на удовлетворение разнообразных совместных общественных потребностей (бесплатное среднее образование, развитие науки, социальные нужды и т.п.).

В высокоразвитых индустриальных странах возникла устойчивая тенденция к повышению жизненного уровня основной массы населения. Это устраняет былое острое противоречие между богатством немногих и бедностью большинства людей.

Теперь перейдем к анализу и оценке противоположной концепции.

Теория предельной производительности

Такую концепцию впервые основал французский экономист Жан Батист Сей (1767-1832). Он утверждал, что труд, капитал и природа равноправно участвуют в процессе создания стоимости. Идею о равноправии факторов, создающих новую стоимость, по-своему развил американский экономист Джон Бейтс Кларк (1847-1938). На базе теории предельной полезности он создал учение о предельной производительности труда и капитала. Данное учение можно кратко изложить в ряде положений.

Первое. Новую стоимость создают *все факторы производства*: труд, капитал и земля. Каждому из них закономерно достается доля общего богатства.

Второе. Согласно концепции предельной производительности каждый из трех факторов в процессе создания стоимости (соответствующего фактору дохода) имеет *определенные границы своего производительного эффекта*. Участие труда, капитала и земли в образовании стоимости товара определяется их предельной производительностью — величиной создаваемого каждым фактором предельного продукта. Под таким продуктом понимается конечный прирост изделий, полученный в результате увеличения данного производственного фактора на единицу (например, при наборе дополнительного числа рабочих на 1000 человек) и при неизменной величине других (допустим, стоимость применяемого капитала — 100 млн. дол. — остается прежней). Если одну и ту же величину капитала будет применять все возрастающее число рабочих вплоть до последней их единицы (при исчерпании трудовых ресурсов), то, само собой разумеется, происходит снижение прироста продукции в расчете на одного работника. В итоге все занятые в таком производстве будут иметь выработку, равную производительности последней единицы труда. Цена этого фактора, которую субъективно определяет предприниматель, снизится для всех работников.

Третье. Образование новой стоимости (и соответствующего дохода, приходящегося на фактор) происходит в соответствии с *законом убывающей производительности* последовательных затрат. Если согласно закону будет последовательно увеличиваться, например, число рабочих, обслуживающих данное неизменное количество машин, то объем производства будет

увеличиваться все медленнее, по мере того как больше рабочих будет привлекаться к производству. Тогда при достижении предельной величины выработки рабочие не будут приносить дополнительного дохода. Их доля в общей стоимости общественного продукта равна численности рабочих, умноженной на величину их предельной производительности.

Данная теория достаточно верно указывает на участие всех трех факторов производства в создании готовых продуктов. Она позволяет правильно описать количественную зависимость между общей величиной выпуска изделий в их натуральном выражении и силой действия отдельных факторов (эта зависимость в виде производственной функции будет рассмотрена в следующей главе). Но концепция предельной производительности факторов вызывает сомнение прежде всего в том, что вещественные условия производства якобы наряду с трудом создают новую стоимость, а тем самым непосредственно формируют доходы собственников. Эта концепция разработана для случая приостановки технического прогресса, когда действительно эффективность всех факторов снижается по мере расширения производства. Но такая ситуация совсем не характерна для развитого товарного хозяйства и бизнеса, особенно в XX столетии. Согласно экономике закон убывающей производительности осуществляется лишь в условиях совершенной конкуренции — в своеобразном «мире без трений». Однако мы знаем, что совершенной конкуренции не существует.

Подводя итоги сравнительного анализа двух теорий новой стоимости, можно сделать ряд выводов.

Во-первых, теория прибавочной стоимости и теория предельной производительности факторов *не расходятся между собой* в признании следующих реальных фактов:

- а) новая стоимость создается в процессе производства;
- б) эта стоимость распадается на две основные части — заработную плату и валовую прибыль;
- в) валовая прибыль в свою очередь на определенных юридических основаниях делится на процент, ренту и чистую прибыль.

Во-вторых, обе теории более всего *соответствовали начальной фазе капитализма*. Они во многом уже не отвечали качественно новым социально-экономическим условиям, утвердившимся в западных странах в XX в. Так, с образованием государственного сектора значительная часть прибыли (прибавочной стоимости) стала изыматься государством у фирм в виде налогов. Она расходуется на *создание общественных благ и услуг, поступающих всем членам общества*.

Таким образом, мы закончили изучение капитала преимущественно в его статике (покое). Но бизнес — такое явление, которое не может пребывать в неизменном состоянии. Как он непрерывно движется — это мы узнаем в очередной главе.

Литература

1. Блинов А.О., Шапкин И.Н. Предпринимательство на пороге третьего тысячелетия. М., 2000.
2. Волкер Г. Что и как нужно делать, чтобы стать предпринимателем: Пер. с чешск. Минск, 1991.
3. Грейсон Дж., О'Дейл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. М., 1991.
4. Гэлбрейт Дж.К. Экономические теории и цели общества. М., 1976. Гл. 8, 27.
5. Диксон Д.Е.Н. Совершенствуйте свой бизнес. М., 1992.
6. Кларк Дж.Б. Распределение богатства. М., 1992.
7. Ликокка Л. Карьера менеджера: Пер. с англ. М., 1991.
8. Маркс К. Капитал. Т. 1. Гл. 4, 5 // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. Т. 23.
9. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. М., 1992.
10. Милль Д.С. Основы политической экономии. М., 1980. Т. 1. Гл. IV, V.
11. Самуэльсон А.П., Нордхаус В.Д. Экономика. М., 2000. Гл. 6.
12. Сей Ж.Б. Катехизис политической экономии: Пер. с фр. СПб., 1833.
13. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Кн. II. Гл. III // Антология экономической классики / У. Петти, А. Смит, Д. Рикардо. М., 1993.
14. Стэнлейк Дж.Ф. Экономикс для начинающих. М., 1994. Гл. 15.
15. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М., 1999. Гл. 7.
16. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения: Пер. с англ. М., 1989.
17. Хизрич Р., Питере М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха: Пер. с англ. Вып. 1. М., 1991; Вып. 2. М., 1992; Вып. 4, 5. М., 1993.
18. Хайзер В. Как делать бизнес в Европе. М., 1991.

ГЛАВА 12. ВОСПРОИЗВОДСТВО КАПИТАЛА ФИРМЫ

Бизнес образно уподобили езде на велосипеде: либо вы едете вперед, либо вы падаете. Действительно, капитал фирмы должен быть в постоянном движении, чтобы непрерывно воссоздавать условия производства новой стоимости. Это воспроизводство бывает двух видов: простое и расширенное. Сначала рассмотрим первый вид. Здесь и в дальнейшем речь пойдет о воспроизводстве *индивидуального капитала*, который типичен для микроэкономики и находится во владении физических и юридических лиц.

12.1. Простое воспроизводство

Кругооборот капитала

Простое воспроизводство — это непрерывное повторение созидательной деятельности, при котором величина создаваемого продукта и размер действующего капитала остаются неизменными. Таким образом, капитал совершает замкнутое круговое движение. *Кругооборот капитала*, говоря конкретнее, — это один цикл его движения, который охватывает процесс производства и обращения товаров и завершается возвращением капитала в его исходную денежную форму. Весь путь капитала можно схематично изобразить известной формулой:

$$D - T \begin{cases} \text{СП} \\ \text{РС} \end{cases} \dots П \dots T' - D'$$

Здесь мы видим последовательное продвижение капитальной стоимости через три стадии и смену трех функциональных форм капитала.

Первая стадия $D - T \begin{cases} \text{СП} \\ \text{РС} \end{cases}$ свершается в сфере обращения.

Здесь *денежный* капитал превращается в *производительный*. Бизнесмен на авансированные суммы денег (выдаваемых вперед в счет предстоящих платежей) приобретает средства производства (СП) и покупает рабочую силу (РС). Такие затраты необходимы для налаживания производства товаров.

Вторая стадия $T \begin{cases} \text{СП} \\ \text{РС} \end{cases} \dots П \dots T'$ протекает в сфере производства. В этом движении производительная форма капитала превращается в *товарную*. Купленные на рынке факторы производства — средства производства и рабочая сила — соединяются в производственном процессе (П). В нем создаются товары с нужной полезностью, содержащие вновь возникающую стоимость (T').

Третья стадия T' — D', как и первая, относится к сфере обращения. Товарный капитал с возросшей стоимостью (T') вновь превращается в *денежный капитал* (D') содержащий прибыль.

Такое последовательное движение капитала через три стадии и представляет собой кругооборот капитала. Стремление постоянно получать

прибыль подталкивает бизнесмена к тому, чтобы непрерывно пускать свой капитал в кругооборот.

Оборот капитала

Непрерывно происходящие кругообороты капитала образуют его *оборот*. Чтобы капитал смог полностью совершить оборот, требуется определенный период — *время оборота*. Оно отсчитывается от начала движения авансированного капитала до момента его полного возвращения в той же денежной форме, но возросшей на величину прибыли.

Капиталы разных предприятий имеют неодинаковое время оборота, что зависит от конкретных условий производства и обращения. Например, в судостроении капитал в производительной форме находится довольно длительное время, а на текстильных фабриках — гораздо меньший период.

Бизнесмену небезразлична продолжительность времени оборота: чем быстрее все пущенные им в дело деньги возвратятся с прибылью, тем с большей скоростью будет возрастать его собственность. Отсюда вытекает заинтересованность предпринимателя в подсчете времени оборота и выяснении путей его ускорения.

Чтобы сравнить быстроту оборота капитала разных предприятий, применяется общая единица измерения. Такой естественной мерой является год. Вот как подсчитывается число оборотов капитала за год. Если число оборотов обозначим через $Ч_о$, единицу изменения (год) — через O и время оборота данного капитала — через o , то $Ч_о = O/o$. Иначе говоря, время оборота равно году, деленному на время оборота индивидуального капитала. Допустим, капитал предприятия совершает оборот за 3 мес, тогда за год он обернется 4 раза ($Ч_о = 12 \text{ мес.} / 3 \text{ мес.}$).

Чтобы быстрее получить прибыль, бизнесмен использует основные пути ускорения оборота капитальной стоимости: сокращает время оборота и улучшает состав производительного капитала.

Время оборота авансированной стоимости состоит из времени производства и времени обращения.

Время производства — период пребывания капитала на предприятии — включает: а) рабочий период; б) время самостоятельного воздействия сил природы на предмет труда; в) время пребывания товаров в форме производственных запасов.

Рабочий период охватывает ряд дней, потребных для создания готовых изделий. Его длительность зависит от технологических особенностей каждой отрасли хозяйства и от характера продукта обработки. Одно дело выпекать хлеб за часы и минуты, другое — сооружать высотное здание. Для сокращения рабочего периода применяются многочисленные способы: изменяются условия труда (удлиняется рабочий день, растет напряженность труда, увеличивается количество смен за день), повышаются численность работников, их выработка.

Время производства может быть сокращено посредством такого совершенствования технологии изготовления продуктов, которое ускоряет естественные процессы (скажем, образование из молока кефира или сушка

древесины). В этом же направлении приносит пользу предотвращение накопления сырья и материалов на складах сверх необходимых для производства норм.

Продолжительность оборота капитала сокращается также за счет уменьшения *времени обращения*. Оно складывается из времени покупки товаров (Д — Т) и периода продажи готовой продукции (Т' — Д').

На длительность времени обращения влияют многие факторы: отдаленность рынка от места производства, развитие транспортных сообщений, организация торговли, а также емкость рынка и покупательная способность населения. Бизнесмены ускоряют движение товаров и денег различными методами: совершенствуют транспортные средства, организацию связи и информации; широко рекламируют свои товары и продают их в кредит и др.

Время оборота капитала уменьшается благодаря улучшению става производительного капитала. Об этом стоит сказать особо.

Основной и оборотный капитал

Производительный капитал состоит из двух частей, стоимость которых проходит весь оборот и возвращается в денежной форме за совершенно разные сроки. Этими частями являются основной и оборотный капитал (табл. 12.1).

Таблица 12.1

Основной и оборотный капитал

Основной капитал	Оборотный капитал
Долго сохраняет свою натуральную форму (полезность)	Натуральная форма преобразуется в иную полезность
Участвует во многих кругооборотах	Участвует в одном кругообороте
Переносит свою стоимость на готовые продукты постепенно, по частям	Переносит свою стоимость на готовые продукты сразу и полностью

Основной капитал — та доля капитала, которая в течение длительного срока полностью участвует в производстве, но переносит свою стоимость на готовые изделия постепенно и возвращается к бизнесмену в денежной форме по частям. К нему относятся *средства труда* — заводские здания, машины, оборудование и т.п. Они покупаются сразу, а свою стоимость переносят на созданный продукт по мере износа. Так, каменные производственные здания могут служить 50 лет, машины — 10-12 лет, инструменты — 2-4 года. Допустим, предприниматель израсходовал на приобретение станков 100 тыс. руб. И они будут действовать 10 лет. Значит, станки будут передавать готовым изделиям ежегодно $\frac{1}{10}$ часть своей стоимости — 10 тыс. руб.

В отличие от основного *оборотный капитал* — часть капитала, стоимость которой полностью переносится на продукт и возвращается в денежной форме в течение одного кругооборота. Речь идет о *предметах труда* и *быстроизнашивающемся* (за год) *инструменте*.

К оборотному капиталу на практике относят *заработную плату*, поскольку деньги, затраченные на оплату труда, возвращаются за один кругооборот так же, как и стоимость предметов труда. Отсюда вытекает

заинтересованность бизнесмена в ускорении движения оборотного капитала: чем быстрее возвращаются деньги, израсходованные, в частности, на заработную плату, тем шире возможность за тот же год нанять больше работников. Это в конечном счете увеличит размер прибыли.

Особую заботу предприниматели проявляют о возмещении стоимости основного капитала, который требует постоянного возобновления. Такое непрерывное восстановление стоимости средств труда производится по определенным нормам в соответствии с их *износом*. Этот износ бывает двояким: 1) физическим и 2) стоимостным.

Физический износ означает утрату средствами труда своей полезности, в результате чего они становятся непригодными для дальнейшего использования. Этот износ происходит в двух случаях: а) при технологическом применении (поломка машин, разрушение фабричного здания от вибраций и т.п.); б) если оборудование бездействует и теряет свои качества (разрушается под воздействием жары, холода, воды и пр.).

Стоимостной (его часто называют «моральный») *износ* — утрата основным капиталом своей стоимости. Это происходит в двух случаях: а) когда машиностроение создает более дешевую технику, из-за чего обесценивается действующее оборудование; б) когда старые машины заменяются более производительными (за то же время они вырабатывают больше продукции), и стоимость оборудования быстрее переносится на готовые изделия.

В условиях современного научно-технического прогресса и неценовой конкуренции ускорилось старение основного капитала. Более совершенные средства труда внедряются еще до физического износа старой техники. Бизнесмены стремятся к тому, чтобы стоимость основного капитала окупалась задолго до его физического и стоимостного износа. Этого они добиваются путем введения нескольких смен в течение дня, более полной загрузки машин.

Средства на простое воспроизводство основного капитала накапливаются в *амортизационном фонде*. В конечном счете в фонде амортизации сосредоточивается такая сумма денег, за счет которой *закупаются новые аналогичные машины и оборудование*, а также проводится *капитальный ремонт* средств труда (работы по восстановлению технических качеств оборудования и его производительности).

Амортизационный фонд образуется за счет *амортизационных отчислений*. Эти отчисления включают в общую сумму затрат предприятия на производство продукции.

Величина годового амортизационного фонда зависит от среднегодовой стоимости основного капитала и нормы амортизации. Норма амортизации (A_H) определяется как отношение годовой суммы амортизационных отчислений (A_O) к среднегодовой стоимости основного капитала (K_O), выраженное в процентах.

$$A_H = \frac{A_O}{K_O} \times 100$$

Норма амортизации показывает, за сколько лет стоимость основного капитала должна быть полностью возмещена.

Проведенный здесь анализ простого воспроизводства на предприятии показал, как и почему в этом случае капитал движется по замкнутому кругу. Теперь рассмотрим его перемещение по спирали в процессе расширенного воспроизводства.

12.2. Накопление капитала: сущность и виды

Расширенное воспроизводство на фирме означает увеличение размеров капитала, рост масштабов производства благ.

У бизнесмена имеются серьезные мотивы к тому, чтобы его фирма двигалась вверх по спирали. Это прежде всего — *личная выгода* собственников, ибо благодаря приумножению капитала они получают возможность повышать свой жизненный уровень и увеличивать принадлежащее им имущество. Оказывает свое влияние также *конкуренция*: в ней побеждает тот, кто постоянно наращивает свою собственность. Величина конкурентоспособного капитала, словно планка для прыжков в высоту, все время поднимается. Например, в США для устойчивого положения на рынке сейчас надо иметь капиталы в несколько десятков миллионов долларов.

Между тем одного желания иметь больше имущества недостаточно: необходимо накопление капитала.

Накопление: источники и структура

Накопление капитала — это приращение денежных и материальных средств, расходуемых на расширенное воспроизводство. Такого рода дополнительный капитал можно назвать «вложением в будущее», поскольку он идет на улучшение жизни нынешнего и будущих поколений людей. Вполне очевидно, что накопление капитала нельзя отождествлять с накоплением сокровищ, сбережением денежных средств, пребывающих в покое.

Накопление капитала нуждается в источниках. На нормально работающей фирме первейший источник — прибыль.

При расширенном воспроизводстве *прибыль* распределяется на две части — *накопление* и *доход*, идущий на личное потребление и другие цели (о них будет конкретно сказано в главе о прибыли). Установить соотношение между этими долями прибыли — непростая проблема для ее владельцев.

Между тем с увеличением размера капиталов их собственники, как правило, тратят больше средств на приумножение личного достояния и предметы роскоши. Но среди них попадаются и скарредные люди, экономящие на самом малом, с тем чтобы больше денег обратить на активно действующий капитал. Так, американка Генриетта Грин (1835-1916) стала рекордсменкой всех времен по скупости. Хотя ее состояние достигало 95 млн. долл. Грин питалась холодной овсяной кашей и была слишком прижимиста, чтобы ее разогреть. Ее сыну ампутировали ногу из-за того, что она слишком долго пыталась найти клинику с бесплатным медицинским обслуживанием.

Как правило, собственной прибыли фирмам не хватает для накопления. Поэтому они прибегают к другому его источнику — банковскому и иным видам *кредита*. Во многих развитых странах заемные средства составляют свыше половины общей суммы накопления.

Теперь рассмотрим структуру и функции накопления.

Накопление на предприятии (H_K), как правило, имеет следующую основную структуру: а) производственное (H_{Π}); б) непроизводственное накопление (H_H); в) накопление, идущее на привлечение дополнительных работников и повышение квалификации всех занятых (H_P):

$$H_K = H_{\Pi} + H_H + H_P.$$

Производственное накопление (в экономической литературе его часто именуют «инвестициями») расходуется: а) на увеличение количества средств производства (расширение производственных площадей и строительство новых зданий, приобретение оборудования и т.д.); б) прирост материальных запасов (резервов и страховых фондов).

Непроизводственное накопление идет: а) на прирост непроизводственных фондов (жилого фонда предприятия, медицинских учреждений, учреждений культурно-бытового обслуживания); б) дополнительные затраты на обучение и повышение квалификации работников (увеличение расходов на обучение рабочим профессиям, рост квалификации и переквалификацию занятых, что ведет к повышению производительности их труда).

На Западе затраты фирм и государства на укрепление здоровья людей и повышение образования и профессиональной подготовки работников получили название «*инвестиции в человеческий капитал*». Впервые исследования таких инвестиций провел лауреат Нобелевской премии Гэрри Беккер (США). В книге «*Человеческий капитал*» (1964) Г. Беккер показал, что увеличение вложений в подготовку будущих специалистов и обучение квалифицированных работников может принести в будущем не меньше прибыли, чем расходы на машинную технику.

Новая научная дисциплина — *экономика образования* доказала высокую эффективность инвестиций в общее и профессиональное образование. Например, для подсчета выгодности затрат средств на подготовку специалистов в высших учебных заведениях прежде всего учитываются соответствующие издержки (прямые расходы на учебу, плату за учебники и т.д.). Затем сопоставляются среднегодовые заработки работников со средним и высшим образованием. Согласно подсчетам американских специалистов за 1996 г., выпускник университета за время работы (до 65 лет) сможет заработать 4,5 млн. дол., а тот, кто окончил только среднюю школу, получит 2,7 млн. дол.

Возникшая в 1960-е гг. *экономика медицинского обслуживания* убедительно доказала, что регулярные занятия физкультурой и спортом, хорошая медицинская помощь позволяют избежать больших затрат на серьезное лечение заболевших людей и восполнение убыли квалифицированных профессиональных кадров. Не случайно некоторые крупные корпорации даже платят надбавку к заработной плате тем работникам,

которые систематически занимаются физической культурой и спортом, создают для них необходимые условия (стадионы, спортивные залы с тренажерами и т.п.). Это экономически оправдывает себя хотя бы потому, что уменьшаются расходы фирмы на страховую медицину. Примечательно, что затраты средств на медицину в среднеразвитых странах составляют примерно 9% валового внутреннего продукта, а в США достигают 12-13%. Об определенном улучшении охраны здоровья населения свидетельствуют такие данные. За период с 1980 по 1999 г. численность населения на одного врача уменьшилась, например, в Японии с 740 до 530 (1998 г.), Италии — с 750 до 175 (1997 г.), Франции — с 462 до 333 (1998 г.), Германии — с 452 до 286 (1998 г.), Швеции — с 454 до 375 (1998 г.), России — с 261 до 212 (2001 г.) человек.

Итак, мы ознакомились с сущностью, структурой и функциями накопления на действующих предприятиях. Однако мы не рассмотрели вопрос о том, как первоначально возникло накопление капитала. Между тем, этот вопрос представляет своего рода загадку.

Первоначальное накопление капитала

Образно говоря, капитал можно уподобить сказочной курице, несущей золотые яйца: затраченные вначале деньги порождают новые деньги (прибыль, идущую на новый капитал). Спрашивается: что же появилось исторически раньше — «курица» (капитал) или «яйцо» (накопление как часть прибыли)?

Переводя существо этой задачи на язык экономической теории, можно дело представить так. С одной стороны, капитал порождает прибыль, а за счет ее накапливаемой части увеличивается начальная сумма денег. С другой стороны, накопление предполагает прибыль, а она может появиться в результате функционирования капитала. В итоге не понятно, где начало процесса: все движется по замкнутому кругу. Как же выбраться из него?

Выход нашел А. Смит. Он предположил, что обычному накоплению капитала когда-то предшествовало «*первоначальное накопление*», явившееся исходным пунктом капиталистической экономики. Такое накопление произошло, разумеется, не из прибыли. Чтобы капиталистическое производство могло возникнуть, необходимы были две исторические предпосылки: во-первых, отмена феодального закрепощения крестьян и формирование большого числа свободных работников по найму и, во-вторых, образование значительных сумм капитала у предпринимателей. В Западной Европе эти процессы проходили в XV-XVIII вв.

Люди накапливали предварительную сумму капитала разными путями и методами. Так, на Западе широко распространена версия о двух типах собственников. Один из них — праздные люди, тратившие свой доход на личные нужды. Другие же — бережливые хозяева, которые за счет доходов постоянно наращивали свое имущество. Правда, такой процесс обогащения был медленным. Ускорили первоначальное накопление капитала известные насильственные способы обогащения: а) колониальные войны и хищническая эксплуатация населения колоний; б) работорговля; в) применение рабского труда на плантациях и рудниках по добыче драгоценных металлов; г) торговые

войны и др. В ряде стран большую роль в формировании буржуазии сыграло государство, выделившее деньги на строительство крупных заводов, шахт, рудников, железных дорог.

По-особому проходило первоначальное накопление капитала в сегодняшней России. В нашей стране, разумеется, не требовалось впервые создавать промышленные предприятия. Задача сводилась главным образом к тому, чтобы сменился собственник государственных предприятий, да и то не всех. Одновременно требовалось быстро скопить денежный капитал.

Исходным пунктом первоначального накопления явилось образование больших денежных сумм у бизнесменов. Первые шаги в этом направлении были сделаны еще в годы «перестройки». С 1987 г. в стране сложились благоприятные условия для появления первых миллионеров: в то время брокер на бирже зарабатывал 1 млн. руб. за 2 недели, а предприниматель в торговле и кооперации — за 4 месяца.

Наибольший размах наращивание капиталов приняло с начала 1990-х гг. Огромные суммы были получены за короткий срок с помощью наживы на инфляционных процессах в торговом деле, широкомасштабной спекуляции денежными средствами и валютой на фондовых биржах, выдачи кредитных средств под чрезвычайно высокие проценты, создания фиктивных (мнимых) акционерных обществ, инвестиционных фондов и т.п.

Особое место в данном процессе занимает криминальный вариант приватизации. Речь идет о нескольких направлениях личного обогащения с помощью незаконных способов:

- многие руководители предприятий втайне от трудовых коллективов переводили государственное имущество (за мизерную цену) в свою частную или подконтрольную форму собственности;
- работники некоторых местных комитетов Госкомимущества незаконно продавали объекты федеральной собственности;
- нередко государственные служащие брали взятки за то, что приватизировали имущество на аукционах по заведомо заниженной цене;
- преступные дельцы создавали фиктивные чековые инвестиционные фонды (для ваучерной приватизации) с целью личной наживы и ограбления вкладчиков (после сбора и продажи ваучеров организаторы фондов скрывались); и др.

Можно предположить, что по мере дальнейшего хозяйственного развития будут *сужаться возможности личной наживы за счет инфляции и спекуляции*. Усиление правоохранительной деятельности позволит укрепить *экономическую безопасность* государства. В связи с этим все большее развитие получают формы цивилизованного бизнеса. Путь к процветанию и усилению его конкурентоспособности лежит через повышение научно-технического уровня производства и эффективности накопления.

12.3. Роль научно-технического прогресса в повышении эффективности накопления

Особенности современного накопления

Во второй половине XX в. в высокоразвитых странах начался качественно новый этап в процессе накопления капитала.

Причинами перемен послужили резкое ускорение научно-технического прогресса и усиление неценовой конкуренции. Последняя диктует свои правила: чтобы удержаться «на плаву», надо все время обеспечивать высший научно-технический уровень продукции. Это определило особенности современного накопления.

1. В структуре накопления появился новый элемент — *значительные затраты на научные исследования и опытно-конструкторские разработки (НИОКР)*. В связи с этим важнейшим показателем прогрессивности и конкурентоспособности фирм стала наукоемкость производства. Она свидетельствует о доле затрат на НИОКР в общем объеме производственных расходов. Наиболее наукоемкими стали приборостроение, ракетно-космический комплекс и др.

2. *Бизнесмены регулярно проводят смену циклов обновления продукции.* Каждый цикл включает два этапа: а) начальный — *исследовательский* (в том числе выработка новой идеи, опытно-конструкторские разработки и пробный выход на рынок с улучшенным образцом изделия) и б) *жизненный цикл* нового продукта (период его реализации на рынке). Второй этап распадается на отдельные периоды: выход изделия на рынок, рост спроса на него, насыщение потребности рынка, спад спроса (рис. 12.1).

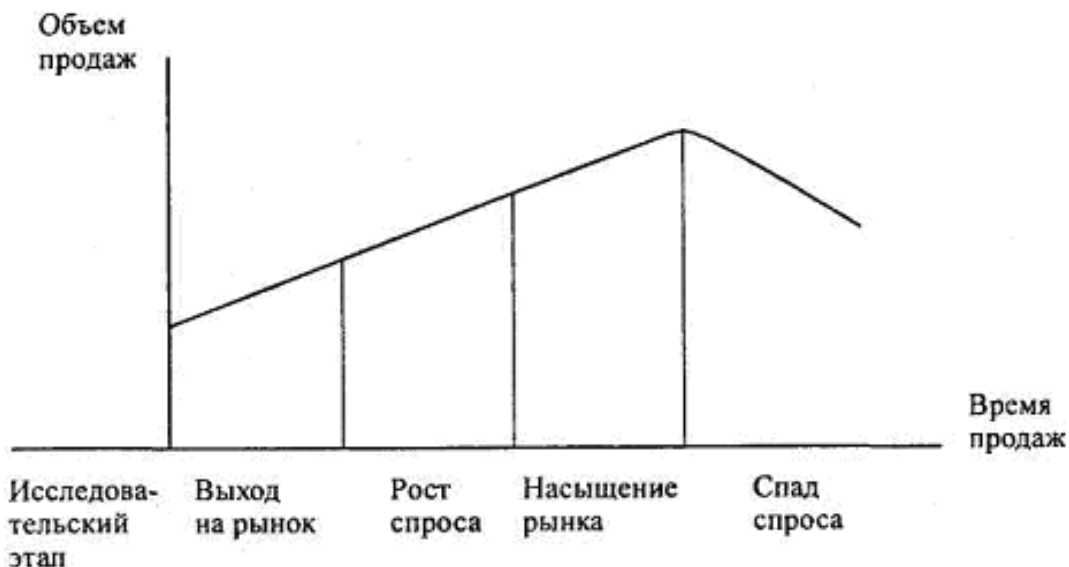


Рис. 12.1. Процесс проектирования и жизненный цикл новой продукции

3. Современное накопление тесно связано с новым видом рынка — *рынком научно-технических разработок*. Что это за рынок? Как он появился?

Во второй половине XX в. наука очень сблизилась с производством, вследствие чего сроки исследований сократились в 10 раз. Сейчас научная работа проходит такие фазы:

а) *фундаментальные* изыскания, результатом которых становятся открытия новых явлений и законов;

б) *прикладные* исследования, итогом которых являются изобретения;

в) *научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки*, которые завершаются созданием готового результата (новая конструкция машины, более совершенная технология и т.п.). Этот по существу коммерческий продукт продаётся вместе с ноу-хау (по-английски «знаю как» — совокупность знаний, умений и приемов работы, связанных с технологией).

На рынке научных разработок ведущие позиции занимают *венчурные* (рисковые) фирмы. Это небольшие предприятия, которые доводят научные исследования до готовых коммерческих продуктов. Создатели рискованных фирм подбирают «команду» из числа известных менеджеров, ученых, специалистов-практиков, юристов и выделяют средства, необходимые для работы предприятия в течение 2-3 лет. Сотрудники предприятия получают высокую заработную плату, а после создания новой продукции выходят с ней на рынок. Увеличив капитал, они организуют акционерную компанию и становятся, как правило, ее совладельцами.

О значении деятельности венчурных фирм свидетельствуют данные по США. Здесь такие предприятия создают более 90% новых технологий, на 1 дол. капитальных затрат они внедряют в П раз больше нововведений по сравнению с крупными корпорациями. Поэтому и корпорации, и государство часто делают заказы на разработки рискованного бизнеса.

Рынок научных разработок не получил сколько-нибудь серьезного развития в сегодняшней России. Это в первую очередь обусловлено общим упадком производства и научных исследований, отсутствием венчурного бизнеса.

На всех предприятиях, где накопление капитала в полной мере отвечает современным требованиям, предприниматели и менеджеры пристально следят за быстрой сменой форм научно-технического прогресса.

Научно-техническая революция

В середине XX в. глубокие качественные перемены в науке и технике сблизились настолько, что привели к *научно-технической революции* (НТР). Она представляет собой коренное качественное преобразование всех объективных и субъективных условий хозяйственного развития на основе превращения науки в ведущий фактор производства.

Первый этап НТР, как известно (гл. 1), начался в 40-50-е гг. XX в., когда зародились и получили развитие ее главные направления: автоматизация производства на базе электроники, атомная энергетика, создание и использование полимерных материалов и др. С созданием ракетно-космической техники люди стали осваивать околоземное космическое пространство.

Крупные открытия и изобретения 80-90-х гг. XX в. породили *второй этап* НТР (а тем самым *новую экономику*). Ему свойственны несколько главных направлений:

а) быстрое развитие *микроэлектроники*, создание персональных компьютеров и новых поколений электронно-вычислительных машин;

б) использование новейших средств вычислительной техники для *комплексной автоматизации* производства, которая весь круг работ осуществляет без непосредственного участия человека (робототехника, роторно-конвейерные линии и т.п.);

в) производство *новейших материалов* — композиционных (обладающих повышенной прочностью при высоких и при низких температурах), сверхчистых (для электронной, космической и других новейших видов техники) и иных;

г) *биотехнология* — совокупность промышленных методов, использующих живые организмы и биологические процессы, достижения генной инженерии (отрасли молекулярной генетики, связанной с созданием искусственных молекул вещества, передающего наследственные признаки живого организма) и клеточной технологии.

НТР на ее современном этапе вызвала коренной переворот в технологии производства. Вместо традиционной для машинной индустрии технологии создается принципиально иная совокупность методов изготовления полезных вещей (рис. 12.2).



Рис. 12.2. Основные черты новейшей технологии

Впервые создается *безмашинная технология* — принципиально новые способы обработки изделий: электронно-лучевые, плазменные, импульсные, радиационные, мембранные, химические и иные. Скажем, биотехнология, минуя фабричные способы производства азотных удобрений, с помощью особых бактерий позволяет непосредственно получать азот из воздуха и передавать культурным растениям.

Электронизация и комплексная автоматизация ведут в конечном счете к созданию *малолюдного и безлюдного производства*. Появляются комплексно автоматизированные цехи и предприятия, где все основные и вспомогательные

операции выполняют роботоконплексы, ЭВМ и другие технические средства. В итоге выработка возрастает в 2-3 раза и более.

Другим важным направлением совершенствования технологии является *ресурсосбережение*. Используются экономичные виды металлопродукции, синтетические и другие прогрессивные материалы, повышается прочность изделий. Более полное использование сырьевых ресурсов позволяет создавать малоотходное и безотходное производство. Вот какова эффективность ресурсосберегающих технологий: 1 кг конструкционных пластмасс заменяет не менее 4-5 кг металлопроката.

Если для традиционной технологии характерно загрязнение окружающей среды, то «высокие технологии», как правило, являются *экологически чистыми*. В них применяются закрытые системы водопотребления, замкнутые циклы производства, широко используются вторичное сырье и производственные отходы. Это обеспечивает рост экономической и социальной эффективности хозяйственной деятельности.

В эпоху НТР лидирующее положение стали занимать страны, обладающие наибольшим научно-техническим потенциалом. Об этом дают представление данные табл. 12.2.

Таблица 12.2

**Некоторые показатели научно-технического потенциала
ведущих стран мира**

Страна	Общие расходы на науку, 1996 г.		Расходы на науку на душу населения 1996 г., дол.	Численность ученых и инженеров, занятых в науке, на 10 тыс. трудоспособного населения	Национальные патентные заявки, 1994 г.
	млрд. дол.	процент валового внутреннего продукта			
США	184 665	2,54	681	963 (1993 г.)	107 545
Япония	81 977	3,00	654	526 (1993 г.)	319 344
Германия	36 373	2,26	467	241 (1991 г.)	37 199
Франция	27 100	2,34	466	138 (1992 г.)	12 666
Великобритания	21 382	2,05	365	135 (1992 г.)	18 465
Россия	5371	0,86	36	111 (1993 г.)	21 179

В XXI столетии можно ожидать новых выдающихся достижений в развитии НТР. Сейчас имеются предпосылки для продвижения, например, в следующих направлениях.

Большие перспективы связаны с *нанотехнологией* (от греч. *nannos* — карлик) — с исследованиями и разработками на молекулярном уровне (на уровне физических единиц, равных миллиардной доле исходных единиц, скажем, 1 нанометр — 10^{-9} метра). Нанотехнология может быть использована для изменения структуры клетки живого организма. В этом случае устройства для так называемой «молекулярной хирургии» — нанороботы во взаимодействии с управляющим суперкомпьютером смогли бы избавить клетки от различных опасных нарушений их деятельности, что способно продлить жизнь человека.

Дальнейшее продвижение в различных направлениях науки и техники будет связано с созданием гораздо более совершенных *компьютеров новых поколений*.

Широкие перспективы открывает дальнейшее развитие генной «инженерии, имеющей дело с материальными носителями наследственности. Это предполагает *клонирование* — воспроизведение Ей изменение наследственных признаков растений и животных. Особо важное значение для прогресса производства новой стоимости и перехода к информационной стадии его развития имеет всестороннее совершенствование интерактивного бизнеса.

Интерактивный бизнес

Интерактивный (от англ. interaction — взаимодействие) *бизнес* — совместное действие бизнесмена и компьютера, другого автоматизированного средства связи *в целях обмена информацией и осуществления коммерческих операций*.

В интерактивном бизнесе представлены в совершенно новом виде экономические отношения между субъектами — физическими или юридическими лицами. Такие отношения устанавливаются с помощью информационных технологий. В *информационной технологии предметом труда* является *информационный продукт* (договор, ценная бумага и т.п.), а *орудием труда* — *средства электронно-вычислительной техники и связи* (компьютер, телевизор, мобильный телефон, видеотелефон, сеть Интернет и др.).

В интерактивном бизнесе осуществляются разнообразные *коммерческие операции*, приносящие бизнесмену прибыль. К ним относятся:

- *торговля* (купля-продажа товаров, услуг, недвижимости, информационных продуктов, научных технологий и т.п.) в формах мобильной торговли (через мобильный телефон) и электронной торговли (через Интернет);
- *аренда* (предоставление имущества его собственником во временное пользование другим лицам на договорных условиях, за плату);
- *залог* (способ исполнения должником принятых на себя обязательств), предметом которого могут быть вещи, ценные бумаги, иное имущество или право на него;
- *страхование* (создание за счет денежных средств физических и юридических лиц специальных резервных фондов, предназначенных для возмещения определенного ущерба, потерь);
- *банковские операции* (разнообразные виды операций с деньгами и ценными бумагами, финансовые услуги правительству, другим банкам, физическим и юридическим лицам);
- *биржевые операции* (спекулятивные сделки с ценными бумагами и др.);
- *инвестирование капитала* (прямые капитальные вложения в хозяйственную деятельность, покупка акций и других ценных бумаг и т.п.).

Интерактивный бизнес приносит огромную выгоду. Его повышенная эффективность основывается главным образом на *громадной экономии времени*: сберегается рабочее время, затрачиваемое обычно на дорогу, покупку товаров в магазинах, операции в банке, на бирже и т.п. Например, коммерческие операции в интерактивном режиме предполагают такие условия деятельности, при которых на запрос пользователя компьютера ответ из информационной системы поступает практически немедленно. Если иметь в виду Интернет-магазин (или электронный магазин), то это такая торговая площадка в Интернете, где можно очень быстро приобрести практически любой товар.

Понятно, что развитие интерактивного бизнеса в решающей мере зависит от расширения компьютерных систем, подключенных к сети Интернет. Однако во многих странах, в том числе в России, информационные технологии еще недостаточно развиты (табл. 12.3).

Таблица 12.3

Число персональных компьютеров на 1000 населения в 1997 г., штук

Страны	Компьютеры	
	всего	в том числе имеющие подключение к сети Интернет
Россия	32	0,9
Китай	6	0
Франция	174	7
Япония	202	11
Канада	271	34
Финляндия	311	100
США	407	98

Вполне очевидно, что в XXI в. быстрое развитие информационной революции и расширение на ее основе интерактивного бизнеса сулит мощный подъем эффективности производства.

Эффективность производства

Понятие эффективности хозяйствования не имеет однозначной трактовки. Дело в том, что результативность работы людей, по существу, неодинакова на разных стадиях производства.

На доиндустриальной стадии, когда, как известно, господствует ручной труд, естественным измерителем эффективности производственных затрат служит производительность (выработка) живого труда. Однако на индустриальной стадии характерной стала новая тенденция: живой труд вытесняется машинами, т.е. овеществленным в них трудом. Техника выгодно внедряется при условии, что ее стоимость меньше, чем стоимость замещаемой рабочей силы (меньше заработной платы работников). Поэтому в расчете на единицу продукции доля живого труда сокращается и относительно возрастает удельный вес овеществленного труда, но при этом общая величина стоимости единицы продукции уменьшается.

Наконец, на постиндустриальной стадии экономики все, больше преобладают затраты на средства производства (особенно в малолюдном и безлюдном производстве). В этом случае решающее значение имеет новый экономический показатель — эффективность производства. *Эффективность производства* — отношение его результатов (эффекта) к затратам живого и овеществленного труда. Эффект на предприятии измеряется тем, что приобретает его собственник, т.е. величиной прибыли (П). Затратами являются текущие производственные расходы, полная себестоимость товарной продукции (Сс). В таком случае эффективность производства на предприятии (Эп) будет измеряться по формуле

$$\text{Э}_п = \frac{\text{П}}{\text{Сс}}.$$

Себестоимость товарной продукции суммирует общие расходы на выпуск продукции. Она включает: а) оплату труда всех работников; б) амортизацию производственных основных фондов; в) израсходованные материальные ресурсы (сырье, материалы, топливо, энергию). Отсюда вытекают три частных показателя эффективности производства по видам затрат (табл. 12.4).

Таблица 12.4

Виды эффективности производственных затрат

Виды производственных затрат	Частные показатели эффективности производства
Трудовые затраты	Производительность труда — производство чистой продукции на одного среднесписочного работника
Производственные основные фонды	Фондоотдача — отношение чистой продукции на рубль среднегодовой стоимости производственных основных фондов
Материальные ресурсы	Материалоемкость — отношение материальных затрат к стоимости чистой продукции

Производительность труда показывает степень результативности использования трудовых ресурсов. *Фондоотдача* (капиталоотдача) характеризует уровень плодотворности применения основного капитала. В нашей стране этот показатель подсчитывают путем деления годового объема чистой продукции на среднегодовую полную балансовую стоимость основных фондов. *Материалоемкость продукции* свидетельствует о размере материальных затрат (сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива, тепловой и электрической энергии, покупных и комплектующих изделий и полуфабрикатов) на единицу продукции в денежном выражении.

Указанные показатели могут возрастать, уменьшаться или оставаться неизменными. Сочетания этих количественных значений дают разные варианты динамики эффективности производства. Наибольший подъем эффективности имеет место, когда достигаются — при наибольших показателях — одновременно подъем производительности труда, увеличение фондоотдачи и

снижение материалоемкости продукции. Такой результат возможен только при использовании всех основных направлений нынешнего этапа НТР.

В современных условиях усиливается взаимозависимость всех частных показателей эффективности производства. В известном смысле все направления подъема производственной эффективности могут замещать друг друга. Изучение с помощью математики этих количественных связей позволило по-новому взглянуть на рост эффективности производства.

Производственная функция

Общий результат трудовой деятельности — объем созданной продукции — является зависимым от действия основных факторов производства, их количественного и качественного уровня. Эта связь выражается математической формулой, получившей название *производственной функции*. В ней показана количественная зависимость объема выпуска продукции от трех факторов — капитала (средств производства), труда и технического прогресса.

Если рассматриваемую функцию выразить в показателях среднегодовых темпов прироста факторов, то она примет следующий обобщенный вид:

$$Y = \alpha K + \beta L + r,$$

где Y , K , L — соответственно темп прироста продукции, капитала, рабочей силы; r — комплексный показатель роста совокупной экономической эффективности всех факторов (помимо изменений в технике он отражает улучшение качества и повышение эффективности использования живого или овеществленного труда и др.); α и β — коэффициенты эластичности объема Производства соответственно по капиталу и по труду (или коэффициенты, характеризующие прирост объема выпуска продукции, приходящейся на 1% прироста соответствующего фактора).

Производственная функция имеет постоянную эластичность замещения производственных факторов, равную единице. Это означает, что, скажем, увеличение численности рабочих (соответственно рост фонда заработной платы) равноценно увеличению размера основного капитала (оно вызовет точно такое же повышение объема выпуска продукции). Поэтому предпринимателю безразлично, за счет каких факторов наращивать выпуск изделий: денежная единица дает одинаковый эффект независимо от того, на увеличение какого фактора она была израсходована.

Исследования, проведенные в США, выявили следующие изменения в соотношении хозяйственных затрат. В первые два десятилетия XX в. в обрабатывающей промышленности США на долю труда приходилось $\frac{3}{4}$ всего объема выпуска продукции, а 1% увеличения численности работников расширял этот объем в 3 раза больше, чем 1% прироста основного капитала. Между тем за 1948-1996 гг. весь прирост реального валового продукта в негосударственном секторе этой страны был обеспечен за счет увеличения затрат труда на 29%, благодаря расходованию капитала — на 32% и за счет прироста общей производительности факторов — на 38%.

Однако было бы неправильным считать, что в условиях НТР снижается роль человека в производстве. Если работник посредством новейшей техники и технологии все больше вытесняется из простого обслуживания машин, то он вместе с тем становится регулировщиком, контролером и направителем всего созидательного процесса. Поэтому его роль и ответственность за конечные результаты работы неизмеримо возрастают. Расширяется деятельность рабочих и инженерно-технических работников по повышению эффективности производства.

В связи с возрастанием значения человеческого фактора бизнесмены существенно изменили свое отношение к оплате труда наемных работников. Эти перемены мы проследим в следующей главе.

Литература

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. М., 1985.
2. Балабанов И.Т. Интерактивный бизнес. СПб., 2001.
3. Гэлбрейт Дж.К. Экономические теории и цели общества. М., 1976.
4. Как добиться успеха. Практические советы деловым людям. М., 1992.
5. Маркс К. Капитал. Т. 1. Отд. 7 // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. Т. 23.
6. Милль Д.С. Основы политической экономии. Т. 1. М., 1980. Гл. VI. Т. 3. М., 1981. Гл. 1, 11.
7. Самуэльсон П.А., Нордхаус Б.Д. Экономика. М., 2000. Гл. 6.
8. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М., 1999. Гл. 35.
9. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. М., 1989.
10. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 2. М., 1992; Вып. 3. М., 1993.
11. Хойзер В. Как делать бизнес в Европе. М., 1991.

ГЛАВА 13. ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА

Каждый вид дохода связан не только с производством новой ;. стоимости, но и со своим рынком, на котором происходит купля-) продажа определенного фактора производства. Так, заработная плата связана с рынком труда. На нем работодатели вступают в договорные отношения с наемными работниками. Здесь исходная связь заработной платы с созданием новой стоимости существенно дополняется рыночным отношением между покупателем и продавцом рабочей силы.

13.1. Рынок труда: его современная структура и цена товара

Рынок труда

Рынок труда — область рыночных отношений, где совершаются сделки по купле-продаже рабочей силы.

Этот вид рынка появился в массовом масштабе только на начальной фазе капитализма. Тогда, с одной стороны, основные средства производства сосредоточились в частной собственности бизнесменов, а с другой — подавляющая часть работников была отчуждена от них. Все наемные работники стали юридически свободными лицами (в отличие от раба или крепостного крестьянина). Между тем основным или даже единственным источником их существования стала продажа своей способности к труду.

В начале индустриальной стадии производства основной фигурой на рынке труда был работник физического труда, почти не имеющий образования и квалификации и пригодный лишь для простого обслуживания машин. Современный же рынок включает в основном три категории лиц, которые условно называются:

- а) «синие воротнички» (фабрично-заводские рабочие, занятые преимущественно физическим трудом);
- б) «серые воротнички» (рядовые работники подсобного обслуживания);
- в) «белые воротнички» (работники умственного труда: служащие, инженерно-технический персонал и т.д.).

Во второй половине XX столетия научно-техническая революция и переход к информационному обществу вызвали следующие качественные и количественные *сдвиги в структуре* рынка труда.

1. Резко снизился удельный вес «синих воротничков». Так, в США удельный вес «синих воротничков» среди всех занятых снизился с 39% в 1955 г. до 27% в 1991 г.

2. Столь же значительно возросла доля инженеров и техников, работников сферы услуг и интеллигенции. В США доля работников преимущественно нефизического труда возросла с 39% в 1955 г. до 58% в 1991 г.

3. В основном преодолена былая пропасть между работниками преимущественно физического и преимущественно умственного труда. Она

сохранилась до сих пор во многих развивающихся странах, где значительная часть взрослого населения (до 40%) остается неграмотной.

Помимо структурных изменений происходят необычные качественные преобразования уровня и профиля всех видов работников. Дело в том, что НТР потребовала формирования тружеников нового типа. Прежде всего сейчас приходится отказываться от одностороннего развития, узкой специализации людей и расширять профиль их квалификации. В связи с этим в соответствующих учебных заведениях рабочие получают общетехнические знания, инженеры — общенаучную подготовку, и на этой широкой базе они легче осваивают более узкие профессии и специальности.

В новой экономике задействован более сложный труд. Для освоения достижений НТР требуются, как минимум, общее среднее образование и дополнительная профессиональная подготовка. Примечательны такие данные: в США сейчас у большинства работников обучение составляет 13,5 лет. В Японии в старших классах 12-летней школы обучается свыше 90% молодежи. В России в 2002 г. из общего числа занятых в экономике имели: высшее и неполное высшее профессиональное образование — 29%, среднее и начальное профессиональное — 44%, среднее полное и основное общее образование — 27%. Центр тяжести в трудовом процессе сейчас перемещается с физической затраты жизненных сил человека на умственные. *Интеллектуализация труда* выражается в общем высоком уровне технической культуры персонала, понимании каждым работником своего места в процессе изготовления продукции, в умении точно соблюдать правила технологии и обеспечивать высокие конечные хозяйственные результаты. С переходом к информационному обществу непременным условием, особенно для инженерно-технических, исследовательских и управленческих работников, становится совершенное знание информатики и овладение навыками использования компьютерной техники.

Высокий динамизм технологических нововведений вызвал необходимость создания на предприятиях и в общественном масштабе *системы непрерывного образования кадров*. Каждому работнику вменяется в обязанность регулярно пополнять и обновлять свои профессиональные знания, проходя обучение в институтах, на факультетах и курсах повышения квалификации.

Стало быть, в последние десятилетия произошли необычайно глубокие количественные и качественные перемены на рынке труда. Это, естественно, сильно повлияло на цену продаваемого на нем товара.

Цена труда: факторы, влияющие на ее величину

Заработная плата кажется простым и ясным явлением. По договору о найме человек обязан в течение установленного, времени работать на предприятии (в учреждении), а предприниматель в обмен на его труд — выплачивать определенную сумму денег. Так совершается сделка по купле-продаже труда. Стало быть, заработная плата внешне воспринимается как цена (денежное выражение) труда-товара.

Между тем неясно, пожалуй, самое важное: каким образом определяется величина оплаты труда? По-видимому, этот вопрос по-разному решают участники рыночной сделки.

Работодатель заинтересован нанять такого человека, который обладает *рабочей силой нормального качества*. Речь идет, по крайней мере, о средней работоспособности, которая обеспечивает должное количество и качество работы.

В свою очередь собственник рабочей силы продает ее бизнесмену не навсегда (иначе он превратился бы в раба), а на определенный срок. Он заинтересован, во-первых, в том, чтобы на предприятии ему обеспечили *нормальные время и условия труда*. Во-вторых, ему нужна такая заработная плата, на которую можно приобрести *все жизненные блага для восстановления рабочей силы — совокупности физических и духовных способностей к труду*. Иначе говоря, *нормальная заработная плата* равняется стоимости жизненных средств, необходимых для воспроизводства и развития рабочей силы.

Однако важно отметить следующее обстоятельство. Рабочая сила — это совершенно необычный — живой и, можно сказать, одушевленный товар. В отличие от обычных полезных вещей величина стоимости рабочей силы имеет две количественные границы. *Нижшая* — физиологическая — граница равняется стоимости жизненных благ и услуг, которые достаточны для восстановления работоспособности человека с самым низким уровнем квалификации. *Верхняя же граница* включает стоимость совокупности социальных и культурных благ и услуг, которые требуются для воспроизводства высококвалифицированной рабочей силы. Такая совокупность исторически меняется в зависимости от степени развития экономики и цивилизации в каждой стране. Сейчас в наиболее развитых государствах она может включать, скажем, многокомнатную квартиру для семьи или загородный коттедж, личные автомашины, современные средства электронной информации, спортивный инвентарь, хорошую библиотеку и многое другое.

Но экономические интересы, касающиеся обеспечения нормальной заработной платы и нормальных условий труда, очень сильно расходились у бизнесменов и наемных работников, особенно на начальной фазе развития капитализма. Предприниматели стремились свести заработки трудящихся к их самому низкому уровню. Известный английский писатель Чарльз Диккенс (1812-1870) в романах «Приключения Оливера Твиста», «Домби и сын» и других произведениях описал очень тяжелые условия труда и жизни бедняков. Однако П. Самуэльсон и В. Нордхаус не вполне согласились с писателем: «Даже романы Диккенса едва ли полностью отражают чудовищные условия детского труда, опасность вредного производства и ужасные санитарные условия на фабриках в начале XIX в. Преобладала 84-часовая рабочая неделя с перерывом на завтрак и иногда на ужин. Из 6-летнего ребенка можно было «выжать» большой объем работы, а если женщина теряла пару пальцев за ткацким станком, у нее оставалось еще восемь, поэтому она была вполне пригодна для дальнейшей работы».

В течение нескольких столетий система свободного предпринимательства была не способна решить проблему нормализации условий наемного труда и его оплаты. Поэтому множились и обострялись социальные протесты против произвола этой системы. Наконец, в 30-50-х гг. XX в. в западных странах государство выступило гарантом одного из важных условий экономической безопасности работников. Оно в законодательном порядке назначило минимальный уровень заработной платы, который обязаны соблюдать все, в том числе частные фирмы. Так, в США впервые в 1938 г. минимальная ставка заработной платы была законодательно установлена в размере 25 центов ($\frac{1}{4}$ долл.) в час. В 1995 г. размер почасовой оплаты труда составлял 17,2 дол.

Для определения наименьшей зарплаты государственные органы (в США и других странах) рассчитывают так называемый *прожиточный минимум* (или черту бедности). Он обычно устанавливается для семьи из четырех человек (работника, его жены и двух детей), исходя из нормативов удовлетворения наименьших жизненных потребностей во многих товарах и услугах с учетом уровня цен. При этом предполагается обеспечить условия жизни работнику, выполняющему наиболее простую работу. Разумеется, что минимальный заработок — это лишь стартовый уровень, от которого начинает расти оплата более сложного труда.

Итак, можно сделать следующий вывод. Формирование заработной платы в первую очередь зависит от материальных и социально-культурных условий воспроизводства рабочей силы. В связи с этим величину вознаграждения за труд определяют ряд конкретных *социально-экономических факторов*. Что это за факторы?

1. Как мы видели, размер оплаты труда зависит от *величины стоимости жизненных средств*, расходуемых на воспроизводство рабочей силы.

2. Важную роль в увеличении заработка играет *уровень квалификации работников*. Иначе говоря, здесь сказывается размер инвестиций в «человеческий капитал».

3. Значительно влияет на величину вознаграждения за труд *уровень производительности труда*, достаточно высокий в последние десятилетия за счет внедрения достижений научно-технической революции. Вполне естественно, что на передовых в технологическом отношении предприятиях возрастает объем производимой продукции, улучшается ее качество, а работники вознаграждаются большими зарплатами.

4. На величину оплаты труда во многом влияют *национальные различия* в степени развитости экономических и социальных условий жизни в разных странах. Эти различия зависят в конечном счете от научно-технического уровня производства и эффективности труда, степени развитости рабочей силы, достигнутого общественно нормального качества жизни и иных факторов. Это наглядно видно из табл. 13.1.

По уровню заработной платы США долгое время лидировали в западном мире. Теперь новая технологическая революция приводит ко все большему выравниванию технико-экономических условий в развитых странах. Повышается стоимость рабочей силы во многих государствах, а также

обостряется глобальная конкуренция между различными странами по степени использования квалифицированной рабочей силы. Примечательно, что в 50-80-х гг. XX в. на Западе произошло существенное повышение реальной заработной платы. Особенно значительно — в 2-3 раза — она увеличилась в Великобритании, Франции, Германии, Италии, в 4 раза — в Японии. В результате сократился разрыв в национальных уровнях заработной платы, и эти страны приблизились к уровню США или обогнали их.

Таблица 13.1

**Национальные различия в уровне оплаты труда
(в обрабатывающей промышленности, 1995 г.)**

Страна	Заработная плата, долл. в час
Германия	31,88
Япония	23,66
США	17,20
Великобритания	13,77
Южная Корея	5,25
Мексика	1,51
Индия	0,71

Вместе с тем видно, что гораздо менее развитые государства очень сильно отстают от западных стран. Этот разрыв объясняется в первую очередь различием в научно-технических и экономических показателях производства, в уровне квалификации работников.

Помимо рассмотренных нами социально-воспроизводственных факторов на величину оплаты труда существенно влияют рыночные факторы.

Первый — *спрос и предложение* на рынке труда. Величина вознаграждения за труд может изменяться в соответствии с законами цены по предложению и цены по спросу.

Когда спрос превышает предложение, цена определенного вида труда находится выше точки равновесной цены. Сейчас под воздействием научно-технической революции спрос на высококвалифицированных работников не удовлетворяется в полной мере, а это ведет к повышению оплаты труда специалистов со средним и высшим образованием. С другой стороны, спрос на неквалифицированную рабочую силу в большинстве случаев падает, что отрицательно сказывается на заработках людей, не обладающих средним уровнем образования. Примечательны такие данные по США. В 1996 г. средний часовой заработок (в долларах) составил: у врачей — 60, юристов — 45, инженеров нефтедобывающей отрасли — 34, рабочих строительных специальностей — 18, слесарей — 11, работников отраслей развлечений и продавцов в розничных магазинах — 7 дол.

Люди интеллектуального труда с учеными званиями получают в 5 раз больше тех, кто не окончил среднюю школу.

Вторым рыночным фактором, воздействующим на величину вознаграждения за труд, является *конкуренция* на рынке труда. Здесь соперничество ведет, естественно, к приближению уровня заработной платы к

равновесной цене труда. Это означает, что конкуренция выступает уравнильницей зарплат. Проще говоря, рынок труда утверждает принцип: равная оплата за равный труд.

Правда, в современных условиях такая идеальная конкуренция — редкое явление. Но до сих пор допускается *дискриминация* — ограничение или лишение прав определенных групп граждан по признаку расовой или национальной принадлежности, пола, по религиозным и политическим убеждениям и т.д. Так, в США к женщинам или рабочим, принадлежащим к национальным меньшинствам (имеющим такие же способности, образование, квалификацию и опыт, как белые мужчины), относятся как к людям низшего сорта при найме на работу, предоставлении определенных профессий, повышении в должности или увеличении заработной платы.

Свою силу на рынке труда проявляет и монополия. Прежде всего монополисты средств производства — работодатели пытаются диктовать работникам свои условия оплаты труда. Они заинтересованы в безработице, ослабляющей противоборствующую силу и дающей возможность снижать зарплатки. В свою очередь, организация работников в свободные, независимые профессиональные союзы позволяет им через коллективные договоры с предпринимателями вести контрнаступление, отстаивать общие экономические интересы.

Столкновения между предпринимателями и профсоюзами временами, особенно в условиях плохой хозяйственной конъюнктуры, могут носить ожесточенный характер. Забастовочная борьба иногда достигает столь большого накала, что может даже парализовать всю экономическую жизнь. Не случайно поэтому во многих странах государство вмешивается в отношения между бизнесменами и трудящимися, их профсоюзами. В результате образуется своего рода «треугольник». В нем взаимодействуют союзы предпринимателей, профсоюзы и государство, которое тем самым регулирует многие стороны трудовых отношений и оплату труда.

Совершенно иначе складывается динамика оплаты труда в нашей стране.

Изменение оплаты труда в России

В 1950-х гг. в СССР образовался огромный разрыв в размерах заработной платы, которую получали, с одной стороны, высший слой государственных служащих (так называемая «номенклатура» — круг лиц, назначаемых на должности вышестоящими органами) и, с другой стороны, масса трудящихся. Во второй половине 1950-х гг. зарплатки высокооплачиваемых служащих были значительно снижены и, как говорится, «заморожены». Одновременно началось поэтапное (1 раз в 5 лет) повышение заработной платы низко- и среднеоплачиваемых рабочих и служащих. В итоге среднемесячная заработная плата рабочих и служащих народного хозяйства страны выросла с 64 руб. в 1950 г. и 80 руб. в 1960 г. до 275 руб. в 1990 г. Между тем все более усиливалось уравнильное вознаграждение за труд. Достаточно сказать, что, например, инженер, врач, юрист получали за свою работу меньше, чем высококвалифицированный рабочий.

С 1992 г. в Российской Федерации было отменено государственное централизованное регулирование уровня заработной платы на негосударственных предприятиях. Однако не вступили в силу конкуренция и другие регуляторы на рынке труда. В результате стали проявляться следующие весьма противоречивые тенденции в динамике заработной платы.

Во-первых, *резко возросло денежное вознаграждение у нескольких групп работников:*

а) повысилась оплата труда работающих в различных частных коммерческих фирмах, и туда перешли многие квалифицированные специалисты из государственных предприятий и учреждений;

б) были сняты ограничения в росте зарплаток руководителей предприятий, и их денежные доходы во многих случаях превысили средний уровень оплаты труда в сотни и тысячи раз;

в) на крупных монополистических предприятиях уровень оплаты труда в 2-4 раза превысил среднеотраслевой уровень заработной платы.

Во-вторых, в 1990-е гг. *стоимость рабочей силы* снизилась в 2 с лишним раза (табл. 13.2).

Таблица 13.2

Среднемесячная начисленная заработная плата работников предприятий и организаций в ценах 1991 г. и долларах США

Годы	Среднемесячная начисленная заработная плата в ценах соответствующего года в долларах США (по официальному курсу долл.)	Среднемесячная заработная плата в ценах 1991 г., руб.
1991	—	548
1992	22	369
1998	108	253
1999	62	205
2002	141	320

С 1991 г. среднемесячная начисленная заработная плата в ценах соответствующего года возросла с 548 руб. в 1991 г. и 5995 руб. в 1992 г. до 4414 руб. в 2002 г. (в масштабе цен, действовавшем с 1 января 1998 г.). Но за этот период среднемесячная зарплата в ценах 1991 г. снизилась в 1,7 раза. Заметно возросла среднемесячная начисленная зарплата (в 1,3 раза), исчисленная в долларах США (исходя из среднегодового официального курса доллара США) в 2002 г. по сравнению с 1998 г., когда разразился финансовый кризис в нашей стране. Об очень низком падении уровня оплаты труда свидетельствует и такой показатель. В 1991 г. среднемесячная заработная плата вместе с выплатами социального характера превышала величину прожиточного уровня трудоспособного населения в 3,3 раза, а в 2001 г. — только в 2 раза, т.е. средняя величина оплаты труда недостаточно отличалась от крайне низкого прожиточного минимума.

В-третьих, установилось и сохраняется *ненормальное соотношение между минимальной заработной платой и величиной прожиточного минимума.*

В Советском Союзе никогда не был законодательно определен прожиточный минимум. В 1992 г. исполнительная власть Российской Федерации ввела так называемый «биологический»- прожиточный минимум. В него были включены 19 основных продуктов питания (из расчета в день, например, хлеба – 0,5 кг, мяса – 100 г, Колбасы – 10 г, $\frac{1}{2}$ яйца, картофеля – 400 г и др.), а также очень небольшие расходы на непродовольственные товары и услуги. Величина прожиточного минимума трудоспособного населения в 1998 г. составила 555 руб., хотя минимальная заработная плата рабочих и служащих была равна 83 руб., т.е. в 6 раз меньше. В 1999 г. этот разрыв еще больше увеличился.

Летом 2000 г. были предприняты законодательные меры по повышению минимальной заработной платы. Низший уровень оплаты труда установлен с 1 июля 2000 г. в сумме 132 руб., с 1 января 2001 г. — 200 руб. и с 1 июля 2001 г. — 300 руб. в месяц.

В-четвертых, во многих регионах страны *вместо денежной заработной платы широко применялись суррогаты* (заменители).

В одном случае работникам предприятий взамен денег выдавались «талоны» — клочки бумаги с печатью, по которым в определенных магазинах распределялось продовольствие. Затем «деньги»-однодневки уничтожались. По стране насчитывалось свыше 150 подобных видов зарплаты.

Некоторые фирмы расплачивались за труд частью своей товарной продукции. На руки работникам выдавали, например, на ликероводочных заводах бутылки водки, на плодово-овощных предприятиях — огурцы и т.д.

В-пятых, на многих предприятиях и организациях в 1990-х гг. *сильно выросла задолженность предприятий и учреждений по заработной плате*. Так, просроченная задолженность предприятий и организаций по оплате труда работникам на начало 1999 г. составила 77 млрд. руб., а в 2003 г. сократилась до 30 млрд. руб.

С 1999 г. российское правительство стало принимать меры по обеспечению выплаты заработной платы в надлежащие сроки и ликвидации образовавшейся задолженности по оплате труда. Восстановление законных прав трудящихся — это непереносимое условие для стимулирования их продуктивной деятельности.

13.2. Роль форм заработной платы в стимулировании труда

Формы заработной платы

В отличие от экономических систем, основанных на насильственном принуждении, заработная плата в условиях рынка создает новые стимулы (побуждения к действию) труда работников. Это достигается с помощью прежде всего двух основных форм заработной платы: повременной и сдельной.

Повременная заработная плата устанавливает размер вознаграждения в зависимости от проработанного времени. В этом случае подсчитывается

величина оплаты за 1 час, день, неделю, месяц, а затем умножается на проработанное время.

Во многих странах при определении размеров повременной заработной платы устанавливается единица измерения цены труда— цена часа труда. *Почасовая ставка оплаты труда* ($Z_{\text{ч}}$) рассчитывается путем деления установленной величины заработной платы (за день, неделю, месяц — $Z_{\text{п}}$) на нормированное число часов труда (соответственно за день, неделю, месяц — V):

$$Z_{\text{ч}} = \frac{Z_{\text{п}}}{V}.$$

Повременная заработная плата обычно применяется на предприятиях, где преобладает строго регламентированный технологический режим. Так, в массово-поточном производстве выработка рабочих и темп их труда определяются скоростью движения конвейера. Повременная заработная плата выгодна для бизнесменов тем, что она позволяет повышать интенсивность (напряженность) труда без увеличения его оплаты.

В последние 2-3 десятилетия почасовая зарплата во многих странах превратилась в преобладающую форму оплаты труда. Она охватывает примерно 70% рабочих обрабатывающей промышленности США и Франции и до 60% промышленных рабочих Великобритании и Германии.

Руководящим, инженерно-техническим работникам и служащим, научным работникам повременная оплата труда устанавливается в виде *должностных окладов*. Такой оклад — это размер месячной заработной платы, который соответствует схеме должностных окладов и предусматривает минимальный и максимальный его пределы («вилку»). В настоящее время изыскиваются такие формы дополнительного стимулирования труда, которые лучше увязывают вознаграждение за труд с конечными результатами производства.

Производной от повременной является *сдельная, или поштучная, заработная плата*. Она рассчитывается в зависимости от объема выпущенной продукции, а поэтому заработок возрастает в прямой пропорции от количества изготовленных Изделий. Эта зависимость устанавливается с помощью поштучной расценки.

Расценки рассчитываются так. Исходными данными служат Часовая (или дневная) цена труда и нормируемое количество продукции, которое человек, работающий со средней интенсивностью и средней искусностью, изготавливает в час (или день). Поштучная расценка ($P_{\text{ш}}$) исчисляется путем деления часовой (дневной) цены труда ($Z_{\text{п}}$) на норму выработки ($N_{\text{в}}$ — число штук, которое необходимо при нормальных условиях выработать за час или день):

$$P_{\text{ш}} = \frac{Z_{\text{п}}}{N_{\text{в}}}.$$

При сдельщине прямо устанавливается мера интенсивности труда рабочего. Это делается с помощью *нормы выработки* — объема продукции,

который рабочий должен изготовить за определенное время. Такие нормы выработки оплачиваются в установленном размере. Личный интерес побуждает человека трудиться более напряженно, с тем чтобы выпустить больше изделий и увеличить свой дневной доход.

Сдельщина наиболее широко применяется на предприятиях, где высока доля ручного труда и необходимо поощрять рост выпуска изделий. В современных условиях в этой форме стимулирования все больше учитываются и такие факторы, как качество продукции, степень использования оборудования, экономия сырья и материалов, что сближает сдельную заработную плату с повременной.

В развитой рыночной экономике материальное вознаграждение за работу ставится в зависимость от коммерческих результатов деятельности предприятия. Так, современные системы стимулирования учитывают большое количество факторов, которые вытекают из неценовой конкуренции. Широко распространены премиальные системы, которые предусматривают особое вознаграждение за высокое качество продукции, экономию материалов и улучшение других конечных результатов производства. В различных вариантах используются повременно-премиальная, сдельно-премиальная, сдельно-прогрессивная, многофакторная, аккордная (с оплатой всей работы) и другие разновидности стимулов.

Дифференциация вознаграждения за труд

Отношения между работодателями и трудящимися по оплате их рабочей силы являются чисто экономическими: они исходят из законов товарного производства и рынка.

Все работники предприятия, как правило, ежедневно трудятся в течение одинакового времени, что обусловлено технологией производства. Почему же в таком случае они получают неодинаковое вознаграждение?

Дело в том, что люди обладают разными физическими и умственными способностями и затрачивают труд неодинаковой степени сложности. Более квалифицированный работник за одно и то же время создает большую величину стоимости по сравнению с менее квалифицированным. Кроме того, люди трудятся в производственных условиях, подчас наносящих ущерб их здоровью (работа в ночную смену, в тяжелых и вредных для здоровья условиях), что требует компенсации (возмещения) повышенных затрат рабочей силы.

Различные уровни оплаты труда определяются с помощью *тарифной системы* — совокупности нормативов (узаконенных правил, норм), которые регулируют уровень заработной платы рабочих и служащих. В эту систему входят: 1) тарифные ставки; 2) тарифные сетки; 3) тарифно-квалификационный справочник.

Тарифные ставки показывают размеры оплаты труда работников за час или день. Эти величины распределяются в *тарифной сетке* — шкале, определяющей отношение тарифных ставок рабочих 2-го, 3-го и последующих разрядов (в зависимости от уровня квалификации) к ставке 1-го разряда. Шкала указывает число разрядов (диапазон сетки, т.е. соотношение тарифных

коэффициентов крайних разрядов сетки) и межразрядные соотношения (абсолютные и относительные — в процентах — нарастания таких коэффициентов от разряда к разряду). Если известны величина ставки 1-го разряда и соответствующие тарифные коэффициенты, то можно определить ставку работника любого разряда

Тарифно-квалификационный справочник — это нормативный документ для тарификации работ и присвоения людям квалификационных разрядов. В нем все профессии характеризуются с учетом содержания и сложности труда, с которым должен справляться рабочий соответствующей квалификации.

В 1990-х гг. в России введена единая тарифная сетка по оплате труда работников бюджетной сферы. Она предусматривает 18 разрядов в зависимости от уровня квалификации и занимаемой должности работников. 1-й разряд оплаты труда предусматривает получение минимальной заработной платы, а 18-й разряд — 8 минимальных окладов.

Чтобы повысить «отдачу» человеческого фактора, предприниматели применяют новые формы стимулирования. Они основаны на индивидуальном подходе к каждому работающему и увязывает величину дохода с его личным вкладом, компетентностью (осведомленностью в определенном деле) и добросовестностью. В результате резко снижается доля традиционной постоянной части заработной платы и соответственно возрастает ее переменная часть, которая зависит от индивидуальных результатов работы, а также от общего финансового состояния фирмы. Например, в Японии переменная часть составляет $\frac{1}{4}$ всего заработка, в Великобритании — $\frac{1}{8}$, в США — от $\frac{1}{7}$ до $\frac{1}{3}$.

На многих предприятиях помимо деловых умений рабочего в тарифных ставках учитываются его личные качества на основе так называемой оценки «по заслугам». При этом выделяется ряд показателей: фактический уровень выработки, надлежащее качество труда, экономия материалов, бережный уход за оборудованием, максимальное использование рабочего времени. Сюда входит также «общая надежность», «стремление к сотрудничеству», «общее поведение», что характеризует преданность человека компании.

Как мы видим, сейчас на предприятиях многое делается по усилению заинтересованности людей в улучшении общих результатов коммерческой деятельности фирм. Между тем мотивы (побудительные причины) трудовой деятельности этим не ограничиваются. Они в значительной степени связаны с тем, какой конкретный вид принимает заработная плата в условиях инфляции.

13.3. Заработная плата в номинальном и реальном измерениях

При купле-продаже рабочей силы на рынке труда определяется *номинальная* (от *лат. nominalis* — именной) заработная плата, которая соответствует названной в контракте сумме денег, причитающейся работнику за его труд. Если эта денежная сумма израсходована по ее прямому назначению (на воспроизводство рабочей силы), то можно установить *реальную* (от *лат. realis* — вещественный) зарплату, т.е. реальная заработная плата выражается в

количестве и качестве средств существования и услуг, которые трудящийся может купить на свою номинальную (денежную) зарплату.

Показатель реальной оплаты труда наиболее точно (в сравнении с номинальной зарплатой) показывает, насколько действительно различается вознаграждение за труд в разных странах. Это видно из данных табл. 13.3, где сопоставляется средний реальный заработок в России и США (по состоянию на январь 1994 г.).

Таблица 13.3

Количество некоторых продуктов, которые можно приобрести на среднюю заработную плату в России и США, кг

Продукты	Москва	Вашингтон
Говядина 1-й категории	47	500
Молоко (л)	301	1833
Масло животное	35	764
Яйца куриные (дес.)	121	3284
Сахар	177	2500
Картофель	390	1667

При длительно стабильных ценах на потребительские товары и услуги темпы роста номинальной и реальной заработной платы совпадают. Но при инфляции приходится сопоставлять различную скорость изменения средней начисленной заработной платы и индекса потребительских цен. Такое сравнение приводится по Данным российской статистики в табл. 13.4.

Таблица 13.4

Изменение средней начисленной заработной платы работников предприятий и организаций и индексов потребительских цен (относительно декабря 1991 г.)

Период	Изменение средней начисленной заработной платы, раз	Изменение индекса потребительских цен, раз
Декабрь 1992 г.	13	26
Декабрь 1993 г.	118	245
Декабрь 1994 г.	296	773
Декабрь 1995 г.	615	1787
Декабрь 1996 г.	851	2177

Зная динамику номинальной зарплаты и потребительских цен, можно подсчитать, как за определенный период изменилась реальная оплата труда. *Индекс номинальной зарплаты* (I_3) определяется как частное от деления величины заработка в текущем периоде (Z_T) на величину заработка в избранном базовом периоде (Z_6), выраженное в процентах:

$$I_3 = \frac{Z_T}{Z_6} \times 100.$$

Аналогичным образом устанавливается индекс цен ($I_{ц}$). Если использовать указанные индексы, то можно вычислить *индекс реальной зарплаты* ($I_{р.з}$) в процентах:

$$I_{р.з} = \frac{I_з}{I_{ц}} \times 100.$$

Исходя из этой формулы, на практике могут быть четыре варианта динамики уровня реальной оплаты труда в зависимости от достигнутого соотношения темпов инфляции и скорости изменения номинальной зарплаты.

Первый вариант: номинальный заработок повышается такими же темпами, какими растут потребительские цены. В таком случае *уровень реальной зарплаты не меняется*. Этот вариант возможен, если происходит «автоматическая» индексация денежной зарплаты, т.е. ее повышение в соответствии с подъемом официального индекса цен. Этот вариант — редкое явление. Он, разумеется, экономически защищает от инфляции, однако выработка работников не сопровождается увеличением реальных заработков.

Второй вариант: номинальная зарплата растет быстрее, чем инфляция. Тогда величина реального вознаграждения *увеличивается в абсолютных размерах*. Этот случай еще более редкий и обычно касается привилегированных групп работников.

В 2000-2002 гг. в России наметилась благоприятная тенденция увеличения реальной заработной платы. Номинальная оплата труда наемных работников ежегодно повышалась, а темпы инфляции ежегодно снижались. В результате, если в 1999 г. реальная заработная плата в процентах к предыдущему году составила 78%, то в 2000 г. этот показатель достиг 121%, в 2001 г. — 120 и в 2002 г. — 116%.

Третий вариант: при низких темпах инфляции обычно не проводится индексация номинальной зарплаты. В данном случае величина реальной оплаты труда понемногу *уменьшается в абсолютных размерах*. Так произошло во второй половине 1980-х гг. В Западной Европе были демонтированы национальные системы индексации зарплаты, а в США на предприятиях предприниматели перестали заключать договоры с профсоюзами об автоматической индексации заработков. В результате этого уровень заработной платы в ее реальном выражении несколько снизился. С одной стороны, предприниматели получили дополнительное средство экономического принуждения к повышению производительности труда работников (они наращивают выработку, чтобы возместить потери реальных доходов). С другой стороны, работники стали стремиться в целях предотвращения снижения благосостояния увеличивать продолжительность времени труда (прибегать к сверхурочным работам), искать «вторую занятость» (устраиваться на дополнительную работу в иных местах).

Четвертый вариант: *инфляционная спираль*. Речь идет о том, что если при высоких темпах инфляции не проводится «автоматическая» индексация заработной платы, то работники все же часто добиваются соответствующего увеличения денежных доходов. Когда правительство и бизнесмены

устанавливают более высокий уровень заработков, то в итоге происходит удорожание продукции. А это, естественно, ведет к новому росту потребительских цен. Стало быть, все повторяется на новом витке «спирали».

Данный вариант опасен тем, что он способен раскручивать «маховик» инфляции и вести к гиперинфляции. При этом потери работников в реальной величине доходов обычно не возмещаются запоздалой надбавкой к зарплате, вследствие чего происходит систематическое снижение жизненного уровня трудящихся. Именно такая тенденция имела место, например, в России в 1992-1995 гг., 1998-1999 гг.

Чтобы воспрепятствовать резкому снижению реальной заработной платы, работники идут на крайнее средство защиты своих социально-экономических интересов — забастовки. Однако таким способом они борются не против причин, наносящий ущерб их благосостоянию, а против пагубных последствий этих причин. Дабы не потонуть в море инфляции, трудящиеся требуют от предпринимателей и государства специальных мер противодействия снижению их жизненного уровня.

Естественно, что инфляция приносит больше выгоды бизнесменам, которые расплачиваются за установленную в договоре трудового найма цену труда неполновесными деньгами. В этом случае трудящиеся вынуждены бороться за справедливую заработную плату, соответствующую действительной стоимости рабочей силы.

Не противопоставлять одни социальные группы другим возможно, если одновременно противодействовать общему росту и цен, и всех инфляционных доходов. Этот результат может быть достигнут при проведении государством эффективной антиинфляционной политики, о которой будет сказано в гл. 20.

Литература

1. Как добиться успеха. Практические советы деловым людям. М., 1992.
2. Костин Л.А. Российский рынок труда. М., 1999.
3. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. М., 1999. Гл. 8.
4. Маркс К. Капитал. Т. 1. Отд. 6 // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. Т. 23.
5. Маршалл А. Принципы экономической науки. М., 1993. Т. 2. Кн. 6 Гл. 3-4.
6. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика: Пер. с англ. М., 1992. Гл. 13.
7. Политика доходов и заработной платы / Под ред. П.В. Савченко и Ю.П. Кокина. М., 2000.
8. Пошерстник Е.Б. и др. Заработная плата в современных условиях СПб., М, 2000.
9. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М., 1999. Гл. 16.

ГЛАВА 14. ПРИБЫЛЬ

После того как мы разобрались с вознаграждением за труд, которое получает собственник рабочей силы, предстоит всесторонне рассмотреть доход, достоящийся собственникам капитала. Для этого прежде всего придется выяснить особенности образования прибыли.

14.1. Образование и распределение прибыли

Прибыль в производственной фирме: факторы ее образования

Прибыль — это доход фирмы, выступающий в виде прироста примененного капитала. Прибыль образуется неодинаково в разных областях экономики: в производстве, торговле и банковском деле. Ниже мы выясним, как образуется доход в фирмах — изготовителях продукции.

Многие фирмы создают товары в массовом масштабе. Затем, как правило, они продают свою продукцию торговым Посредникам оптом (в большом количестве) по определенной оптовой цене. Прибыль образуется, если оптовая цена изделия (Π_0) выше его себестоимости (C_c) — затрат на производство. Стало быть, прибыль производителя ($\Pi_{п}$) — это разница между оптовой ценой и себестоимостью продукции:

$$\Pi_{п} = \Pi_0 - C_c.$$

Значит, величина прибыли зависит от двух основных факторов: 1) уровня себестоимости товара и 2) уровня оптовых цен. Рассмотрим подробнее эти факторы.

1. *Себестоимость изделий*: расходы бизнесмена на производство благ. Прежде всего важно заметить отличие себестоимости от стоимости товара. Как нам известно, товарная стоимость (C_T) включает стоимость затраченных средств производства ($C_{п}$) и новую стоимость (C_H). В свою очередь последняя распадается на заработную плату ($Зп$) и валовую прибыль (Π_B). Соотношение основных составных частей стоимости (соответственно цены) изделий изображено на рис. 14.1.

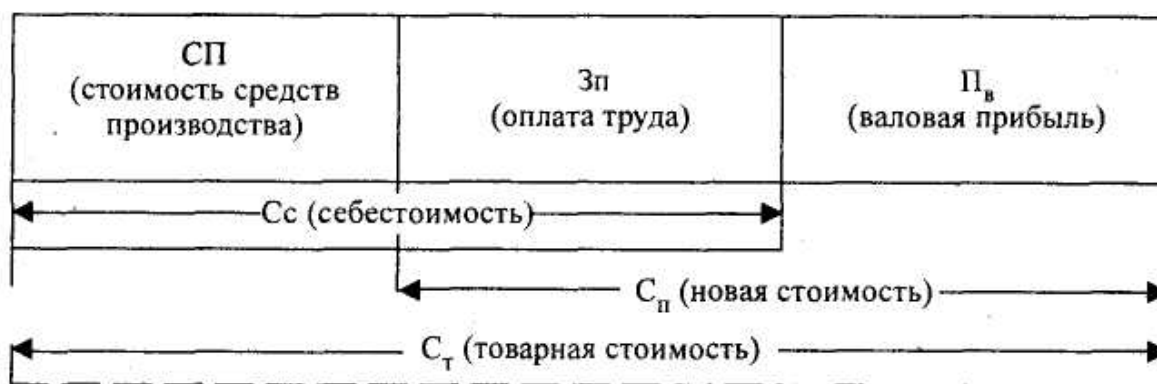


Рис. 14.1. Структура стоимости товаров

Теперь можно перейти к анализу *величины себестоимости* единицы продукции. Она может изменяться в зависимости от вида производственных затрат. В связи с этим различают два вида расходов: а) прямые и б) косвенные.

А. *Прямые расходы* на производство (или переменные затраты) зависят от объема выпуска изделий. К ним относятся: заработная плата работников, непосредственно занятых изготовлением благ; затраты на сырье, материалы, другие предметы труда.

Общая их величина изменяется, как правило, в прямой пропорции с масштабами выпуска товаров. В этом случае себестоимость единицы продукции не изменяется по величине.

Б. *Косвенные* (или условно-постоянные) *расходы* мало или совсем не зависят от масштабов выпуска изделий. К ним причисляют: аренду здания; заработную плату служащим; страховку имущества; обслуживание машин (их амортизация и ремонт); коммунальные услуги (телефон, электроэнергия, отопление и т.п.); затраты на реализацию продукции (ее транспортировка, сбыт, реклама и др.); выплаты по процентам на заем.

Общая сумма этих расходов практически не меняется при увеличении или уменьшении объема выпуска изделий. Поэтому при росте количества благ себестоимость единицы продукции снижается. Отсюда видна экономическая выгода от расширения масштабов выпуска товаров.

2. *Уровень цен* продукции. Здесь возможны пять основных вариантов в соотношении цен, стоимости и себестоимости изделий (рис. 14.2).



Рис. 14.2. Соотношения цен и стоимости товара

Во-первых, цена ($Ц_1$) может устанавливаться ниже себестоимости благ, в результате чего они реализуются в убыток. Во-вторых, если денежная выручка за товар ($Ц_2$) совпадает с издержками предприятия, то обеспечивается лишь самокупаемость производства. В-третьих, когда цена ($Ц_3$) выше себестоимости и ниже стоимости, то предприятие получает прибыль в меньшем размере, чем величина заключенной в товаре прибыли. В-четвертых, в случае совпадения уровня цены ($Ц_4$) со стоимостью бизнесмен получает всю прибыль, заключенную в товаре. Наконец, если рынок позволяет получать за товар

больше денег (Σ_5), чем величина стоимости, то бизнесмен получает сверхприбыль, а общая величина его дохода превосходит объем созданной прибыли.

Разумеется, бизнесмен рад возможности получить дополнительную прибыль от возрастания рыночной цены. Однако если цена товара не повышается, то приходится искать другой путь обогащения — за счет увеличения общей *массы* (абсолютной величины) валовой прибыли, получаемой при неизменной или даже снижающейся цене всех изделий. Поэтому важно рассмотреть этот более надежный способ повышения доходности фирмы.

Масса валовой прибыли

При подсчете валовой (общей, суммарной) прибыли прежде всего определяется *сумма продаж* (денежный доход от реализации всех товаров, произведенных за определенный период, скажем, за год). Эта сумма подсчитывается путем умножения средней цены за изделие на общее количество проданных благ.

Масса валовой прибыли ($\Sigma П_в$) — это разница между суммой продаж ($\Sigma Ц_о$) и совокупными издержками производства (или себестоимостью всех товаров — $\Sigma Сс$):

$$\Sigma П_в = \Sigma Ц_о - \Sigma Сс.$$

Рассмотрим пример (цифры условные). Небольшая фабрика занимается изготовлением дверных замков. Цена за штуку — 10 евро. За год продано 4 тыс. штук. Сумма продаж составила 40 тыс. евро. Совокупная же себестоимость всех изделий — 5 тыс. евро. Стало быть, валовая прибыль фабрики — 35 тыс. евро.

На деле фирма получает прибыль не так просто, как это описано в данном примере, а главное, не сразу, не с момента начала продажи готовой продукции. Напротив, предприятие первоначально несет значительные косвенные расходы (на аренду здания, заработную плату служащим, страховку имущества, обслуживание машин и др.). К этому по мере увеличения выпуска продукции добавляются прямые затраты. В итоге все время нарастает величина *совокупных издержек* — сумма постоянных и переменных расходов.

Затем наступает такой момент, когда сказывается *эффект увеличения масштабов производства*: при росте выпуска изделий себестоимость каждого из них будет снижаться (из-за экономии постоянных затрат в расчете на единицу продукции). Сначала сумма продаж сравняется с величиной совокупных издержек ($\Sigma Сс$), т.е. будет достигнута точка самокупаемости производства. В дальнейшем наращивание выпуска товаров приведет к образованию и увеличению валовой прибыли. Этот процесс иллюстрирует рис. 14.3 (цифры условные).

Из рис. 14.3 видно, что первоначально сумма продаж товаров ($\Sigma Ц_о$) была меньше совокупных издержек ($\Sigma Сс$), которые в начале производства составили 150 тыс. руб. Однако при выпуске 20 тыс. изделий достигнута точка

самоокупаемости ($\Sigma Ц_0 = \Sigma Сс$). В последующем происходило увеличение массы валовой прибыли ($\Sigma П_в$). За счет снижения себестоимости имеется возможность снизить цену товара без значительной потери прибыли.

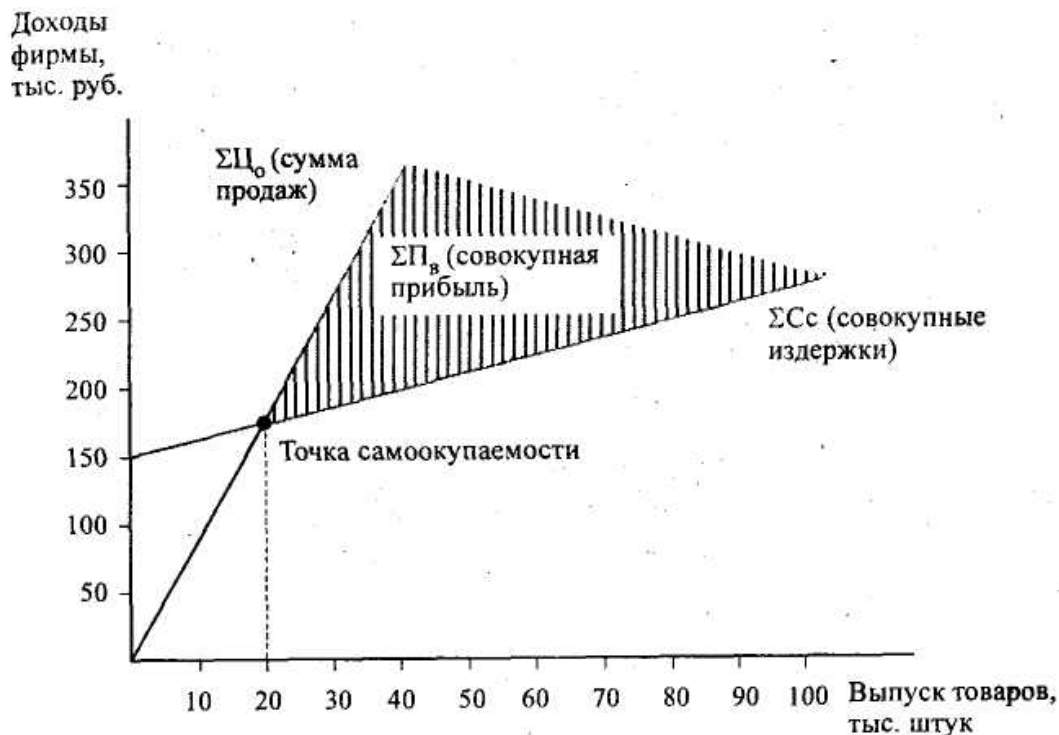


Рис. 14.3. Образование совокупной прибыли

Следовательно, образование массы валовой прибыли зависит:

а) от производственных факторов — величины совокупных издержек и масштабов производства;

б) рыночного фактора — уровня оптовых (сбытовых) цен.

Получение массы прибыли дает возможность начать ее распределение.

Распределение прибыли

Кому же достается вся валовая прибыль? Многие полагают, что вся прибыль идет в частную собственность бизнесмена и расходуется на его личные нужды. Это верно лишь в том случае, если предприниматель является единоличным собственником предприятия. Однако после того как бизнесмен растратит всю прибыль на личные потребности, он потеряет возможность осуществлять накопление капитала за счет собственных средств, тем самым расширять и совершенствовать производство. Если же фирма принадлежит нескольким собственникам, то ни один из них не вправе присвоить и по своему усмотрению израсходовать всю прибыль.

В условиях постиндустриального общества распределение прибыли для большинства собственников сильно усложнилось по сравнению с начальной фазой капитализма. Оно схематически изображено на рис. 14.4.

Прежде всего, из прибыли вычитаются суммы, уходящие «на сторону». К ним относятся арендная плата за пользование чужой землей или зданиями, а также процент за заемные денежные средства. Кроме того, предприятие вносит

налоги в бюджеты государства и местных органов власти, вкладывает средства в благотворительные и иные фонды. Оставшаяся часть средств образует *чистую прибыль*. Она используется на производственные и социальные потребности предприятия, в том числе на накопление, охрану окружающей среды, подготовку и переподготовку кадров, социальные нужды работников предприятия и другие цели.

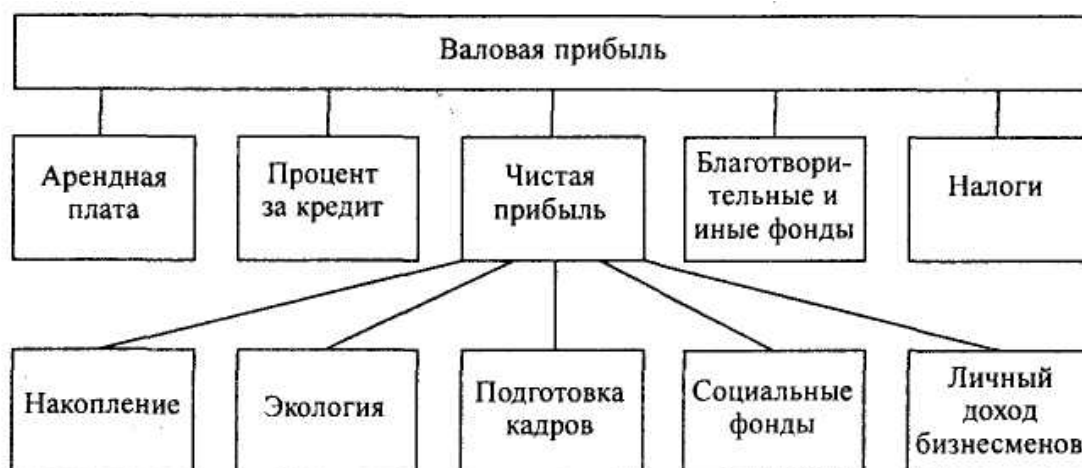


Рис. 14.4. Распределение валовой прибыли

Наконец, из чистой прибыли бизнесмен получает причитающийся ему лично *предпринимательский доход*. В акционерном обществе предназначенная в качестве личного дохода часть прибыли распределяется между всеми пайщиками, внесшими свой вклад в общий капитал.

При подобном распределении валовой прибыли с увеличением ее размера приумножается собственность бизнесменов и государства, а также появляется возможность увеличить доход, идущий в личное потребление не только работников каждой фирмы, но и других граждан страны, получающих общественные блага от государства.

За рубежом и в нашей стране имеются еще формы распределения прибыли, которые объединяют последнюю с оплатой труда.

Прежде всего это касается многих людей, занимающихся мелким бизнесом. При этом имеются в виду так называемые «смешанные предпринимательские доходы». Их получают те единоличные собственники, которые производят и продают товары обычно на неорганизованном рынке. В их доходах как бы сливаются воедино заработная плата (возмещающая расходование рабочей силы) и прибыль.

Совокупный денежный доход, состоящий из зарплаты и части прибыли, могут получать рабочие на предприятиях, где применяются стимулирующие системы участия «в прибылях», «в капитале». При этом денежное вознаграждение делится на две части. Первая и главная его часть выплачивается по обычным нормам оплаты труда, а вторая — в конце года в виде премии из прибыли фирмы. Премия выдается нерегулярно и ставится в зависимость от уровня дохода предприятия или от размеров той части прибыли, которая

создается за счет либо экономии производственных расходов, либо сбережения затрат на рабочую силу. Все это делается с целью увязать экономические интересы каждого работника с улучшением результатов коммерческой деятельности фирмы.

В США свыше трети всех компаний использовали те или иные формы «участия в прибылях». Вместе с тем практика показала недостаточную эффективность их применения для стимулирования отдачи рядовых работников. Ведь гибкая часть заработка исходит из финансовых итогов работы компаний, которые во многом зависят от положения на рынке сбыта, уровня налогообложения и других внешних факторов. Поэтому сейчас все более широко применяется система «распределения доходов», при которой уровень оплаты труда непосредственно зависит от выработки и качества продукции, достигнутых каждым отдельным работником.

При нормальном состоянии экономики использование части прибыли для увеличения доходов работников позволит заинтересовать их в экономически эффективном использовании общего имущества, увеличении массы и нормы прибыли.

14.2. Норма прибыли и ее экономическая роль

Норма прибыли

Норма прибыли характеризует степень возрастания капитала (производственных фондов), который авансирован на производство товаров и услуг. При этом авансированные средства (D_a) складываются из стоимости средств производства (СП) и расходов на заработную плату (Зп). В таком случае норма прибыли (H_n) предстанет как отношение прибыли (Π_B) к первоначально затраченным средствам, выраженное в процентах:

$$H_n = \frac{\Pi_B}{D_a} = \frac{\Pi_B}{СП + Зп} \times 100.$$

Обычно под нормой прибыли понимается годовая норма прибыли: отношение полученной за год прибыли ко всему авансированному капиталу.

В 1990-х гг. в нашей стране применялись следующие показатели доходности предприятий и организаций, которые основаны на формах государственной статистики и *бухгалтерской отчетности* (системы показателей, характеризующих состояние хозяйственных средств, их источников и итогов работы предприятия, организации за отчетный период). О степени доходности судят по следующим основным показателям:

а) *прибыль* — конечный финансовый результат: сумма прибыли от реализации продукции, основных фондов, иного имущества, а также других доходов;

б) *рентабельность продукции* — соотношение между величиной прибыли от реализации продукции (работ, услуг) и затрат на ее производство и реализацию;

в) *рентабельность активов* — соотношение прибыли и средней стоимости активов предприятий (организаций). К активам предприятия относят основные и оборотные фонды, ценности.

Норма прибыли (соответственно рентабельность активов) характеризует эффективность деятельности фирм. Одновременно она определяет степень возрастания активности предпринимателей и даже их отношение к соблюдению правовых норм и законов. Английский публицист XIX в. Т.Дж. Даннинг подметил: «Капитал боится отсутствия прибыли или слишком маленькой прибыли, как природа боится пустоты. Но раз имеется в наличии достаточная прибыль, капитал становится смелым. Обеспечьте 10%, и капитал согласен на всякое применение, при 20% он становится оживленным, при 50% положительно готов сломать себе голову, при 100% он попирает все человеческие законы, при 300% нет такого преступления, на которое он не рискнул бы, хотя бы под страхом виселицы».

Эти слова подтверждаются и в наши дни. Так, на Западе обычная норма прибыли в промышленности и других отраслях в 70-90-х гг. XX в. составляла 12-15%. В этом случае бизнесмены проявляют активность и строго соблюдают правовые нормы хозяйствования. Более агрессивно ведут себя крупные монополии, получающие вдвое большую норму прибыли; при первой же возможности они пытаются обходить невыгодные им юридические предписания. Криминальные же элементы, например дельцы наркобизнеса, получают норму прибыли, достигающую 300%.

В 1990-х гг. в России сложилась весьма противоречивая и в целом очень неблагоприятная динамика эффективности бизнеса. С одной стороны, многие промышленные монополии в 1992-1999 гг. подняли норму прибыли до 50-70% и более. В криминальной экономике, например в наркобизнесе, норма прибыли достигла 1000%. Но, с другой стороны, эффективность деятельности предприятий в национальном хозяйстве резко упала. Об этом свидетельствуют данные табл. 14.1.

Таблица 14.1

Рентабельность продукции и активов предприятий и организаций, %

Показатель	1992 г.	1995 г.	2002 г.
Рентабельность продукции	32	16	11
Рентабельность активов	28	5	-4

Как видно, во всех отраслях экономики России произошло угрожающее «скольжение» показателей рентабельности по наклонной плоскости. Оно сопровождалось очень тяжелыми экономическими последствиями. Стало быстро нарастать число убыточных (бесприбыльных) предприятий и организаций. Если в 1992 г. удельный вес таких хозяйственных единиц в основных отраслях экономики составлял 15% к общему числу предприятий, то в 2002 г. он достиг 43% всех фирм.

Какие причины вызвали столь плачевное состояние бизнеса в России? Об этом пойдет разговор в гл. 19 и др. Сейчас же рассмотрим на уровне микроэкономики те факторы производственного бизнеса, которые

способствуют повышению нормы прибыли. Эти факторы позволяют также восстановить жизнеспособность предприятий с неэффективным бизнесом.

Факторы увеличения нормы прибыли

Рентабельность фирм зависит от двух видов факторов: а) внутрипроизводственных и б) рыночных. Начнем их анализ с первого вида движущих сил (рис. 14.5).

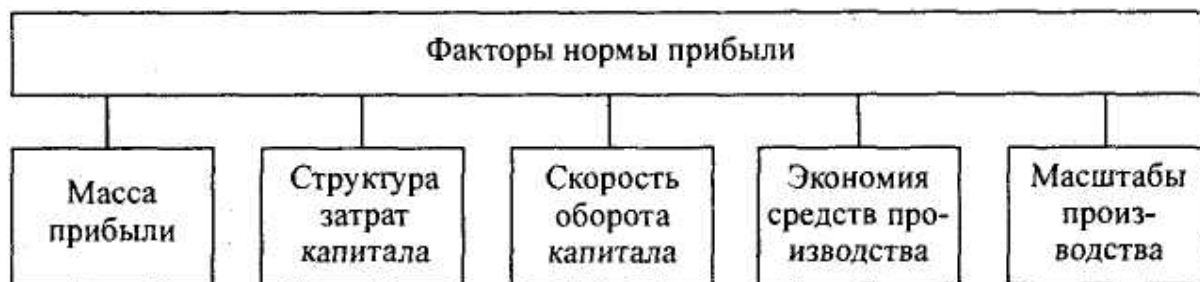


Рис. 14.5. Производственные факторы, определяющие величину нормы прибыли

Величина нормы прибыли определяется главным экономическим фактором — *величиной массы прибыли*. Все, что умножает эту массу, прямо сказывается на степени выгодности бизнеса.

Рентабельность зависит также от *структуры авансированных на производство средств*, а именно от удельного веса расходов на оплату труда работников. Предположим, на двух предприятиях применен одинаковый по величине авансированный капитал. Но на первом из них израсходовано относительно больше денег на наем рабочей силы. Тогда именно здесь — при прочих равных условиях — будет создано больше прибыли, а стало быть, будет выше ее норма.

На годовую норму прибыли воздействует *скорость оборота средств*, затраченных на производство. Когда эта скорость возрастает, то к предпринимателю быстрее возвращаются израсходованные им деньги, в том числе использованные на заработную плату. В таком случае при прежней величине капитала увеличиваются размеры производства, возрастает прибыль, а в итоге увеличивается эффективность бизнеса.

Повышению рентабельности способствует *экономия затрат* на средства производства. Сбережение достигается благодаря внедрению прогрессивной техники и технологии, увеличению количества рабочих смен в течение суток и др. В результате снижается себестоимость продукции и соответственно увеличивается доход фирмы.

Наконец, на норму прибыли влияет *экономия на масштабах производства*. На практике действует тенденция, выражающая преимущества крупного производства перед мелким. На предприятиях самолетостроения в США в 1920-е гг. обнаружили следующую зависимость: при удвоении выпуска продукции затраты на любую технологическую операцию могут быть снижены на 20%. Такой эффект достигается вследствие углубления разделения труда,

применения более производительного оборудования и других факторов. Все это, естественно, положительно сказывается на росте рентабельности.

Нам уже известно, что величина прибыли во многом испытывает влияние колебаний цен на рынке, где сбывается продукция фирм. Из рис. 14.2 следует, что цены могут в разной степени способствовать реализации прибыли, заключенной в товаре. Однако ни этот рисунок, ни комментарий к нему не дают ответа на вопрос: что же влияет на уровень цен, а тем самым на получение большей или меньшей нормы прибыли?

Уровень рыночной цены изменяется под воздействием соотношения спроса и предложения товаров, а это соотношение, в свою очередь, испытывает воздействие таких рыночных сил, как конкуренция и монополия. Стало быть, именно данные факторы влияют на колебания рыночных цен, по которым предприятия сбывают свои изделия и тем самым реализуют заключенную в них прибыль.

Чтобы не только удержаться в рыночном пространстве, но и расширить, как говорится, «свое место под солнцем», бизнесмены вынуждены измерять силу глобальной конкуренции, зорко следить за изменениями рыночных цен внутри страны и за рубежом.

О такой динамике можно судить на примере экспортных цен на ряд товаров (табл. 14.2).

Таблица 14.2

**Средние экспортные цены на некоторые основные товары
в торговле со странами вне СНГ, дол. США за т**

	1994 г.	1996 г.	1998 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Нефть сырая	101.	134	74	140	125	129
Лесоматериалы необработанные, за 1 м ³	53,0	59,4	46,9	38	35	36
Медь рафинированная	2042	2143	1655	1676	1470	1470
Алюминий необработанный	1029	1500	1352	1296	1177	1177
Автомобили легковые, за 1 шт.	3046	3939	3988	3170	3751	5680
Автомобили грузовые, за 1 шт.	8494	12833	10220	10223	7804	5305

Из данных табл. 14.2 видно, что экспортные цены на некоторые основные товары ежегодно могут намного изменяться. Это означает, что в ряде экспортных отраслей российской промышленности рентабельность является неустойчивой. Как известно, колебания экспортных цен, например на нефть, могут оказывать сильное воздействие на внутренние (для страны) цены иных товаров и рентабельность многих предприятий.

Как было сказано в начале главы, фирмы — изготовители массовой продукции сбывают ее по оптовым ценам торговым посредникам. Последние продают товары в розничной торговле по более высоким ценам. Интересно узнать, во-первых, как образуется в торговле надбавка в цене, и, во-вторых, какую норму прибыли получает торговый бизнес.

14.3. Выгодность торгового бизнеса

Образование нормы прибыли торгового бизнеса во многом предопределяется особенностями и экономической ролью торгового капитала.

Особенности торгового капитала

Еще на начальной фазе капитализма возникли два вида предпринимательства: бизнес в производстве и бизнес в сфере торговли. Так сложилось *разделение хозяйственной деятельности* между массовым изготовлением благ, с одной стороны, и продажей оптовых партий изделий в розницу населению — с другой.

Это разделение труда оказалось выгодным производителям. Они не содержат сеть розничных магазинов, а быстро сбывают, все изделия торговцам-оптовикам и сразу же получают деньги, позволяющие расширять производство. В свою очередь торговый бизнес сосредоточивается на продаже товаров, создавая сеть универсальных и специализированных магазинов. Это, естественно, позволяет лучше изучать потребительский спрос, качественнее и быстрее удовлетворять потребности людей.

Рассмотрим подробнее, как действуют торговые посредники. Узловыми пунктами их хозяйственного движения являются оптовая и розничная торговля.

Оптовые закупки могут осуществляться в двух вариантах: а) в форме прямых поставок товаров от фирмы-изготовителя в торговое предприятие; б) в виде заключения сделок о поставке продукции на товарной бирже.

Товарная биржа — оптовый рынок, где продаются массовые заменяемые сырьевые и продовольственные товары. Эти блага называются «заменяемыми», поскольку речь идет не об определенных, конкретно установленных, а о любых товарах данного вида.

Товарная биржа — такое учреждение, где не реализуются сами блага, а лишь заключаются контракты (соглашения со взаимными обязательствами для договаривающихся сторон) на их поставку. При этом продукты продаются по стандартам, в которых дан перечень необходимых признаков (качество, сортность и т.п.) и по образцам (зерно, сахар, шерсть, хлопок, кофе, каучук, металлы).

Биржевые сделки заключаются на куплю-продажу изделий двух видов: а) *реального блага* (имеющегося в продаже); после заключения контракта продукт поставляется покупателю в обусловленный срок; б) товара, который еще будет произведен (например, пшеница будущего урожая) — так называемые *фьючерсные* (от *англ.* future — будущее) торговые операции.

Товарные биржи выявляют реальные цены с учетом складывающегося спроса и предложения. Поэтому фирмы, закупающие товары оптом (не только торговые, но и промышленные предприятия), всегда следят за биржевыми ценами, которые складываются на национальных и мировых оптовых рынках. Известны, например, биржи в Нью-Йорке (специализируются по хлопку, кофе, сахару, какао и др.), Чикаго (зерновая биржа) и др.

Торговый капитал доводит изготовленную продукцию до потребителей через розничные магазины. На начальном этапе развития этого капитала преобладали сравнительно мелкие лавки, магазины и торговые кооперативы (которые закупали изделия у производителей и продавали их членам кооператива или сбывали на рынке продукцию крестьян и ремесленников). В интересах потребителей получили распространение разные формы торговых операций и предприятий: специализированные и универсальные магазины, посылочная торговля, продажа вещей в кредит. Наряду с предприятиями, обслуживающими массовых покупателей, имеются магазины, где продаются сверхмодные и престижные товары для самых богатых людей. Например, в штате Техас (США) прославился магазин Маркуса, где можно купить носовой платок за 500 дол., заказать подарок, скажем, слона, и его доставят в нужный срок...

В последние десятилетия в сфере торговли наблюдаются новые процессы, связанные с укрупнением капитала, централизацией предприятий, интеграцией крупного торгового и промышленного бизнеса.

Во-первых, широко развивается *франчайзинг* — объединение крупной фирмы с множеством мелких торговых предприятий. Последние сбывают продукцию фирмы на определенной территории. Так повсеместно возникают, например, бензоколонки, рестораны и закусочные быстрого обслуживания.

Во-вторых, между торговым и промышленным капиталами устанавливаются тесные связи в форме *контрактов* — соглашений, которые охватывают огромное число участников и формируют целые системы. Контрактные системы объединяют крупный, средний и мелкий бизнес. Для последних вхождение в такую систему служит единственным способом выживания в условиях острой конкуренции. В свою очередь мелкие магазины служат для крупных производителей своеобразными «датчиками» информации, чутко реагирующими на изменения рыночной конъюнктуры.

В-третьих, образуются *крупнейшие торговые фирмы*, которые обслуживают сбыт продукции многих промышленных фирм. Скажем, американская торговая компания «Сирд, Робак» продает изделия нескольких тысяч поставщиков по самому широкому ассортименту товаров. Такое обслуживание производственных фирм позволяет сделать функции торгового капитала универсальными, создать разнообразие благ на рынке и лучше удовлетворять потребительский спрос.

В итоге возросшая концентрация и централизация торгового капитала усиливают реальное обобществление сферы торговли. Экономическим последствием этого процесса являются ускорение оборота капитала и возрастание промышленной прибыли. Одновременно повышается выгодность торгового бизнеса.

Норма прибыли торгового капитала

Торговый бизнес осуществляется по известной общей формуле:

$$Д — Г — Д'$$

где Д — денежные затраты на торговлю;

Т — товары (закупаемые оптом и продаваемые в розницу);

Д' — денежная выручка от реализации благ по розничным ценам.

Из данной схемы мы можем составить первоначальное представление о прибыли в торговом бизнесе. *Торговая прибыль* (Π_T) — разница между денежной выручкой и первоначально авансированной суммой

$$\Pi_T = Д' - Д.$$

Отсюда легко представить формулу нормы торговой прибыли (Π'_T)

$$\Pi'_T = \frac{\Pi_T}{Д} \times 100.$$

Норма прибыли торгового капитала — это отношение прибыли к авансированному капиталу, выраженное в процентах.

Теперь детально проанализируем прибыль, чтобы затем лучше представить себе, от каких факторов зависит ее величина. Начнем с выяснения первоначальных затрат на торговый бизнес (Д). Эти затраты складываются из двух основных элементов:

- расходов на закупку товаров по оптовым ценам (Π_0);
- торговых издержек (затрат по организации торгового предприятия — I_T).

Следовательно, авансированный капитал будет представлять ж собой сумму, во-первых, затрат на покупку всех благ (Т) по их оптовым ценам (Π_0) и, во-вторых, величины торговых издержек:

$$Д = Т \times \Pi_0 + I_T$$

В свою очередь *денежная выручка* — это произведение количества проданных товаров (Т) на их розничную цену (Π_p):

$$Д' = Т \times \Pi_p$$

Итак, мы можем расшифровать формулу прибыли следующим образом:

$$\Pi_T = Т \times \Pi_p - (Т \times \Pi_0 + I_T)$$

Вполне очевидно, что *масса* (абсолютная величина) *торговой прибыли* зависит: а) от количества реализованных продуктов; б) уровня оптовых и розничных цен, соотношения между ними; в) издержек торговли. Понятно, что и величина нормы торговой прибыли определяется этими же факторами.

Не все указанные величины подконтрольны торговому бизнесу. От его деятельности в большей мере зависят издержки.

Издержки по организации розничной торговли (I_T) подразделяются на два вида.

Первый вид — *прямые* (или переменные) *расходы*. Их величина изменяется в прямой пропорции с динамикой объема продаж товаров. Говоря конкретнее, в прямые издержки входят: затраты на покупку продуктов по оптовым ценам и транспортные расходы.

Второй вид расходов — *косвенные* (или условно-постоянные) *издержки*. Они почти не зависят от объема продаж продукции. Сюда включаются затраты по содержанию торгового предприятия: вознаграждение за труд работников,

плата за аренду помещения, страховой взнос, коммунальные услуги (телефон, электричество и др.).

Анализ торговых издержек показывает: когда увеличивается объем товарооборота, то в расчете на один продукт прямые (переменные) расходы не меняются, а косвенные (постоянные) затраты сокращаются. Отсюда вытекает заинтересованность бизнесменов в увеличении количества проданных благ, поскольку косвенные расходы в расчете на один продукт сокращаются, а прибыль увеличивается.

Торговая прибыль, как известно, зависит от уровня розничной цены по отношению к издержкам в расчете на один товар. Такая цена устанавливается следующим образом. К оптовой цене вещи приплюсовывается *торговая надбавка* (в нашей стране эта прибавляемая величина была названа «торговая наценка»). Эта надбавка (T_H) покрывает издержки и включает прибыль:

$$T_H = I_T + \Pi_T$$

Розничная цена, включающая надбавку, не может устанавливаться произвольно, если иметь в виду нормальные условия рыночных сделок. Важно учитывать два ограничителя при определении розничных цен:

- *цену продавца*, ниже которой он не может продавать товары (цена не покрывает издержек и не даст нормальной прибыли);
- *цену покупателя*, выше которой он не будет платить за вещь. Могут быть четыре варианта соотношений данных видов цен:

1) цены продавцов и покупателей *равны*. Тогда блага будут реализованы по равновесной цене;

2) цены продавцов и покупателей *совсем не совпадают*. Товары не будут проданы;

3) высокие цены продавцов *совпадают только частично* с ценами некоторых потребителей, имеющих большие доходы. В этом случае продукты будут покупать привилегированная часть населения;

4) цены продавцов *соответствуют ценам основной части покупателей*. Тогда откроется массовый сбыт товаров.

Пожалуй, ясно, что в 1-ом и 4-ом вариантах торговая прибыль может быть получена полностью, в 3-ем — частично, а во 2-ом — никакой прибыли не будет.

После того как рассмотрены все основные условия образования торговой прибыли, выясним, в каком соотношении находятся нормы прибыли в промышленности и торговле.

Прежде всего важно учесть следующее обстоятельство. Если промышленная фирма станет непосредственно заниматься сбытом своей продукции, то ей потребуются дополнительные денежные средства для организации сложной сети розничной торговли. Однако по мере роста размера авансированного капитала предприятия норма прибыли будет, естественно, снижаться. В силу этого организаторы промышленного бизнеса выбрали иной вариант. Они поступились частью прибыли, чтобы уменьшить оптовую цену по сравнению со стоимостью товара. Возникла двойная выгода. Во-первых,

торговые посредники получили возможность получать прибыль, покупая блага по меньшей оптовой цене и продавая их по большей розничной цене. При этом последняя могла и не превышать стоимость продукта. Во-вторых, промышленные фирмы избежали затрат дополнительных средств на розничную реализацию своих изделий. К тому же ускорился оборот капитальной стоимости, поскольку предприятия сразу же получают всю сумму от продаж продукции по оптовым ценам. А такие ускорение, как известно, ведет к повышению нормы прибыли.

После разделения бизнеса на специализированные виды — промышленный и торговый — между ними развернулось *острое соперничество за получение большей величины прибыли* на равновеликий капитал. Однако еще на начальной фазе капитализма свободная конкуренция вызвала тенденцию к выравниванию нормы прибыли и промышленных, и торговых предпринимателей. Когда, допустим, более высокой доходности достигал промышленный бизнес, то в индустриальную сферу устремлялся торговый капитал, что, разумеется, приводило к снижению промышленной нормы прибыли. Если же более выгодной становилась торговля, то в последнюю вливались новые промышленники, а это в конечном счете вызывало уменьшение нормы торговой прибыли.

Выравнивание норм прибыли в промышленности и торговле стало еще больше при монополизации в современной экономике. Эта тенденция особенно укрепилась вследствие объединения крупного промышленного и торгового капитала.

Совершенно иначе сложилось соотношение между нормой прибыли в промышленности и нормой прибыли в торговле в России в 1990-х гг. Из-за длительного спада производства многие промышленные предприятия перестали получать прибыль. В то же время степень выгодности торгового бизнеса в середине 1990-х гг. достигла 500%. И это не случайно. Процветанию многих торговых предприятий способствовали в особенности следующие условия:

- либерализация цен (по существу ценовой «беспредел») и высокая инфляция;
- монополизация рынка;
- ликвидация государственной монополии внешней торговли и введение свободной внешней торговли. Это привело к широкой продаже дешевых отечественных природных ресурсов (нефти, металла, леса и др.) на мировом рынке по более высоким ценам;
- закупка за границей многих видов дешевых товаров недостаточно высокого качества и перепродажа их в России по высоким ценам.

Неестественно прибыльное развитие бизнеса во внутренней и внешней торговле на фоне общего хозяйственного упадка породило ряд *социально-экономических противоречий*. Одно из острейших среди них состоит в том, что необычайно широкий импорт зарубежных товаров, благоприятствующий иностранному капиталу, стал наносить серьезный ущерб отечественным товаропроизводителям. Другое не менее острое противоречие заключается в том, что огромная нажива торговых посредников на продаже дорогих товаров

наносила удар по благосостоянию широких масс, снижала жизненный уровень значительной части населения страны, порождая тем самым социальную неустойчивость.

В российской экономике возникли тупиковые ситуации. Первая из них такова. Поскольку более доходным стало вложение капитала не в промышленность, а в торговлю, то это стало *тормозить развитие отечественного товарного производства*. Тем самым подрывалась экономическая база прогрессивного роста национальной экономики, наносился все больший ущерб расширению внутреннего рынка за счет собственных товарных ресурсов.

Вторая тупиковая ситуация заключалась в том, что выгодный для торгового бизнеса инфляционный рост цен вызывает *снижение покупательной способности населения*. Последнее в свою очередь отрицательно сказывается на развитии самой торговли. Не случайно в 1990-х гг. в нашей стране значительно уменьшились объемы продажи, например, продуктов питания (табл. 14.3).

Таблица 14.3

Продажа продуктов питания

Виды продуктов питания	1990 г.	1992 г.	1999 г.	1999 г. к 1990 г. (1990 г. = 100)
Мясо и птица, тыс. т	4741	3032	2559	53
Колбасные изделия, тыс. т	2131	1393	1626	76
Мясо животное, тыс. т	987	56	367	31
Яйца, млрд шт.	29,5	27,5	20,3	68
Сахар, тыс. т	4177	2612	2203	53
Хлебные продукты (в пересчете на муку), млн т	18,9	16,2	16,9	89
Картофель, тыс. т	4566	4657	3998	88

Как мы видим, потребление населением наиболее ценных продуктов, содержащих белки животного происхождения, снизилось вдвое. В целом физический объем розничного товарооборота (продажа всех товаров в их натуральном виде) с 1990 по 1998 г. сократился на 15%.

Только в 2000-2002 гг. началось ежегодное увеличение физического объема розничной торговли (продовольственных и непродовольственных товаров) — на 7-10% в год. В итоге разорвался порочный круг снижения уровня жизни населения.

Вполне очевидно, что нынешнее положение торгового бизнеса в нашей стране может в корне измениться в результате значительного снижения инфляционного роста цен при стабилизации экономики, подъеме отечественного производства и благосостояния населения, а также вследствие усиления государственного регулирования внутренней и внешней торговли.

Как свидетельствует мировой опыт, нормализации экономических отношений между производством и торговлей и повышению нормы прибыли в немалой степени способствует маркетинг.

Маркетинг: его экономическая роль

Маркетинг (от *англ.* market – рынок, маркетинг — рынковедение) — это такая система управления фирмой, которая лучше приспособливает производство к требованиям рынка для более выгодной продажи товаров. Эта система возникла в 1920-е гг. в США и в 1950-1960-е гг. широко распространилась в западных странах, когда усугубились трудности со сбытом продукции.

Рассмотрим, как практически организуется маркетинг. Здесь мы остановимся на четырех условиях эффективной торговли.

Первое условие: выбирать для производства *продукт, нужный покупателю*, обладающий высоким качеством и конкурентоспособностью. Предполагается создать «рынок покупателя», т.е. выпускать товары, которые будет согласен приобрести возможный потребитель. Фирма «Бергер кинг» (закусочные) провозгласила главный маркетинговый принцип: «Производите то, что можете продать, вместо того, чтобы пытаться продать то, что можете произвести». Другие специалисты популярно поясняют смысл маркетинга: червяк должен быть по вкусу рыбе, а не удильщику. Чтобы выполнить эти установки, фирма должна провести ряд мероприятий.

А. Изучить рыночный *спрос*, потребности покупателей.

Б. Повысить *качество товара*: улучшить дизайн (художественное конструирование), в том числе цвет, размеры и другие признаки, учесть психологию потребителей, а также эмоциональные и рациональные мотивы покупок.

В. Выбрать *сегмент* (участок) *рынка*, где слабо удовлетворяется покупательский спрос и меньше конкуренции. Выбрать определенный вид продукции, который целесообразно производить.

Например, фирма «Америкэн тайм корпорейшн» при изучении рынка ручных часов в США выявила три сегмента по типу требований покупателей. Первый сегмент (23% рынка) составили люди, желающие приобрести дешевые часы и не придающие значения их качеству и внешнему оформлению. Потребители второго сегмента (46%) предпочитают часы высокого качества, более элегантные и дорогие. Третий сегмент (31%) составляют люди, которые покупают часы в качестве подарка и особенно интересуются их внешним оформлением. Однако оказалось, что часовая промышленность в основном выпускала продукцию для третьего сегмента. Фирма «Америкэн тайм корпорейшн» резко увеличила производство улучшенных изделий для первых двух сегментов и использовала новые каналы сбыта (часы стали продаваться в универмагах, аптеках и других звеньях рыночной торговли). В итоге фирма вышла на первое место в мире по производству наручных часов.

Второе условие маркетинга: *цена товара должна покрывать производственные затраты и приносить прибыль* предприятию, а также быть приемлемой для потребителя. На практике применяется гибкое ценообразование. Внимание людей привлекают призывы «купить два предмета по цене одного», «если купить пять предметов (кусков мыла и др.), то шестой достанется бесплатно». В случаях, если человек неудовлетворен

приобретенным товаром длительного пользования, то ему гарантируется возврат денег.

Третье условие эффективного маркетинга: *применять все способы продвижения товара* к покупателю; так воздействовать на людей, чтобы они приобрели его.

В этих целях применяются:

- предпродажное обслуживание (предоставление кредита на покупку) и послеторговое обслуживание (гарантийный ремонт и др.);
- стимулирование сбыта товаров и премирование постоянных клиентов предприятий сферы услуг (гостиниц, авиакомпаний, банков и т.п.);
- предоставление максимума удобств для потребителей («шведский стол» в ресторанах, гостиницах);
- профессионально поставленная реклама.

Четвертое условие эффективного маркетинга: *определить позицию* на рынке (установить, *где и когда* выгоднее всего продать товар). Несоблюдение этого требования приводит к серьезным ошибкам. Так, в штате Род-Айленд (США) обанкротились два маленьких ресторана: в них был подготовлен широкий выбор блюд итальянской кухни с довольно высокими ценами, но среди местных жителей было много людей шведского происхождения со средним уровнем дохода.

Как свидетельствует многолетний опыт, применение маркетинга позволяет производителям и продавцам решительно улучшить торговый сервис (обслуживание). Однако нельзя не видеть оборотной стороны маркетинга:

- повышение цен из-за дорогой, хотя и красивой упаковки;
- рост расходов на кредит покупателям, их послеторговое обслуживание и др.;
- широкое распространение назойливой и зачастую недостоверной рекламы;
- применение ядовитых красителей, вредных пищевых добавок, придающих товарам более привлекательный вид;
- рекламирование вредных для здоровья товаров — сигарет, спиртных напитков и т.п.

Против таких действий фирм применяются соответствующие противодействия. Во многих странах законодательство предусматривает защиту прав потребителей; усиливается контроль за качеством продукции; упорядочивается рекламная деятельность, с тем чтобы она не наносила ущерб людям. В этом же направлении активно действуют общества, защищающие права потребителей.

Итак, благодаря маркетингу фирмы-производители совершенствуют производство и улучшают рыночные связи с потребителями их продукции. В конечном счете все это ведет к увеличению массы и нормы прибыли.

Литература

1. Васильев Г.А., Каменева Н.Г. Товарные биржи. М., 1991.
2. Диксон Д.Е.Н. Совершенствуйте свой бизнес. М, 1992.
3. Котляр Ф. Основы маркетинга. М., 1992.
4. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. М., 1999. Гл. 23, 29.
5. Маркетинг / Под ред. А.Н. Романова. М., 1995.
6. Маршалл А. Принципы экономической науки. М., 1993 Т 2 Кн. 6. Гл. 6-8.
7. Фишер С, Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М., 1999. Гл. 15.
8. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 2. М., 1992.

ГЛАВА 15. ДОХОДЫ ОТ СОБСТВЕННОСТИ

Продолжим рассмотрение системы доходов в микроэкономике. До сих пор изучались доходы лиц, участвующих в трудовой и предпринимательской деятельности. Теперь будут рассмотрены доходы от собственности: а) процент (доход от использования такого движимого имущества, как деньги, ценные бумаги) и б) рента (доход от недвижимого имущества, в том числе земли). Их общей чертой является то, что получатели процента и ренты непосредственно не причастны к созданию новой стоимости. Между тем согласно правовому договору с бизнесменами — заемщиками имущества собственники получают от последних причитающуюся им часть стоимости. Рассмотрим конкретные механизмы получения двух видов доходов от собственности.

15.1. Кредит и его современные формы

Кредит: сущность и виды

Кредит (от лат. credit — он верит) — предоставление в долг товаров и денег на условиях возврата через известное время суммы долга плюс процент.

Исторически первоначальной формой кредитных отношений было ростовщичество. *Ростовщичество* — это выдача денег в долг с условием уплаты заемщиком высоких процентов при погашении долга. В Древней Греции в IV в. до н.э. были известны случаи ростовщических ссуд с уплатой 42% в месяц (свыше 570% годовых). Ростовщический капитал существует до сих пор в тех странах Азии, Африки и Латинской Америки, где слабо развиты товарно-денежные отношения.

Денежные ссуды от ростовщиков люди брали на различные *потребительские нужды*. С возникновением же капитализма бизнесмены стали использовать кредит для *получения прибыли*. Кредитные отношения превратились в важнейшее условие хозяйствования. Еще в XVI в. это обстоятельство не без юмора подметил Франсуа Рабле. В его романе «Гаргантюа и Пантагрюэль» весельчак Панург высказал поразительное суждение: «Природе легче было бы питать рыб в воздухе и пасти оленей на дне океана, чем терпеть скаредный мир, где никто не давал бы в долг».

Чтобы создать нормальные условия для производственного бизнеса, были решены две задачи. Во-первых, проценты для денежных ссуд были снижены до приемлемого уровня, не превышавшего среднюю норму прибыли. Во-вторых, были изысканы новые — гораздо более обширные — источники ссудного капитала.

Ссудные капиталисты сколачивают денежный капитал за счет многих источников (см. рис. 15.1).

Владельцы ссудного капитала сосредоточивают у себя временно свободные денежные средства из фонда амортизации (восстановления) основного капитала, постепенно образующегося (по мере продажи готовой продукции) фонда заработной платы. Они обращают в кредитные средства не

занятые в деле деньги предпринимателей и других слоев населения, используют пенсионные, страховые и иные фонды. В течение определенного периода все эти денежные сбережения не приносят собственникам никакого дохода и их выгодно отдать в ссуду, даже под сравнительно небольшой процент.

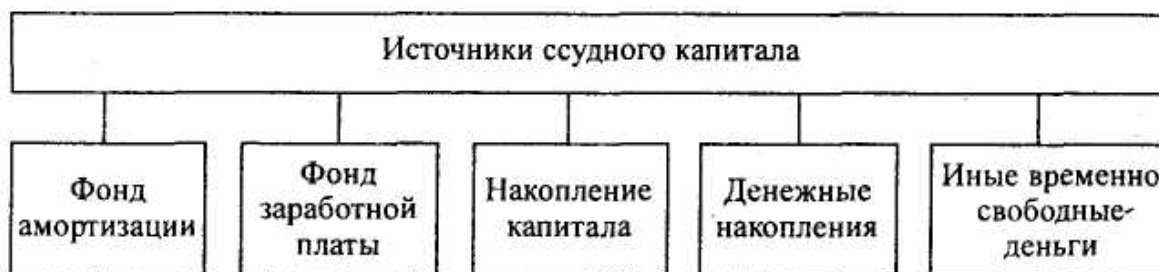


Рис. 15.1. Виды источников ссудного капитала

Особо следует сказать о новом источнике ссудного капитала. Во второй половине XX в. в развитых странах значительно вырос жизненный уровень населения. В связи с этим заметно возросла величина тех свободных денег, которые люди сдают на сохранение (под установленный процент) в банки и другие сберегательные учреждения. Скажем, в Японии такие деньги составляют 18% всех располагаемых личных доходов (идущих на текущее потребление и сбережения), в Италии — 22%.

Лауреат Нобелевской премии американский экономист Франко Модильяни постарался выявить психологические закономерности образования у населения сбережений. Он выдвинул гипотезу «жизненного цикла». Предположим, с начала своей трудовой деятельности человек делает сбережения (сдает их на сохранение в банк) и денежные накопления (приобретает ценные бумаги). Эти суммы непрерывно нарастают и достигают максимума перед выходом на пенсию. Все это делается для поддержания достигнутого уровня потребления в старости. Свой вывод Ф. Модильяни высказал в известной формуле: «Молодые сберегают, старые тратят». Данная гипотеза была практически учтена банками, пенсионными фондами и другими кредитными учреждениями.

Для современных условий характерна тенденция к значительному увеличению доли заемных средств в финансировании (обеспечении деньгами) хозяйства. Например, японские фирмы за счет привлеченных ресурсов финансируют $\frac{4}{5}$ всех средств на расширение производства.

В условиях развитого товарного хозяйства впервые возникает рынок ссудных капиталов. В качестве предмета купли-продажи на нем выступает особый товар — капитал. Его особенность состоит в том, что деньги приобретают дополнительную полезность — способность возрастать по стоимости и приносить прибыль.

В состав рынка ссудных капиталов входит рынок инвестиций. Под инвестицией подразумевается долгосрочное вложение капитала в какое-то предприятие или дело ради получения прибыли. При этом финансовые инвестиции идут на закупку акций, облигаций и ценных бумаг, выпущенных

предприятием или государством. Реальные инвестиции — это использование денег для увеличения производственного основного капитала (зданий, сооружений, оборудования), жилищного строительства, товарно-материальных запасов.

Основными организационно-экономическими формами кредита являются коммерческий и банковский. Они различаются по составу участников, объектам кредитования, величине процента и сфере использования.

Коммерческим называют такой кредит, который предоставляется товарами с отсрочкой платежа. Он часто возникает, когда приобретатель продукции не может немедленно расплатиться за нее наличными деньгами. В этом случае используется, как правило, *вексель* — специальное долговое обязательство заемщика уплатить определенную сумму денег в указанный срок. Зачастую предприниматель, получивший вексель, делает на нем передаточную надпись (индоссамент) и использует вместо денег для покупки нужных благ у другого продавца, а этот — у третьего и т.д. Тем самым, попадая в торговый оборот, вексель становится простейшим видом кредитных денег.

Коммерческий заем является основой кредитной системы, он непосредственно обслуживает движение капитала в сфере производства. Этот кредит возможен только между фирмами, непосредственно связанными хозяйственными отношениями (предприятиями, которые создают средства производства, и фирмами, которые их потребляют). Его нельзя использовать, например, для оплаты труда работников.

Универсальный характер имеет *банковский кредит*, который выдается в виде денежных ссуд. В отличие от коммерческого займа он может предоставляться в значительно большем объеме, на более длительные сроки каждому бизнесмену и на любые цели.

В сфере кредитных отношений распространены и другие их формы: а) *потребительский кредит* (продажа отдельным лицам товаров через розничные магазины с отсрочкой платежа, предоставление банками ссуды на потребительские цели); б) *ипотечный кредит* (долгосрочный заем под залог недвижимости — земли, зданий); в) *межхозяйственный кредит* (выпуск предприятиями и организациями для предоставления друг другу акций, облигаций и других ценных бумаг); г) *государственный кредит* (выпуск облигаций государственных займов, покупаемых бизнесменами и населением).

Среди всех кредитных организаций главную роль выполняют банки.

Банки: их виды и функции

Основная функция банков — сосредоточивать у себя денежные средства и предоставлять их в ссуду. Исторически первоначальным делом банков является *посредничество в платежах*. Они хранят у себя денежные средства предпринимателей, по поручению которых ведут расчеты с поставщиками и покупателями, вносят платежи в государственную казну, ведут кассовое обслуживание фирм (выдают им наличные деньги для заработной платы и на другие цели).

Банки выпускают кредитные средства обращения — знаки стоимости, которые выполняют роль денег в товарообороте и платежах (наличные деньги, банкноты).

Банки выполняют свои функции в двух взаимосвязанных видах операций: *пассивных* — операциях по образованию банковских ресурсов и *активных* — операциях по их размещению и использованию (рис. 15.2).

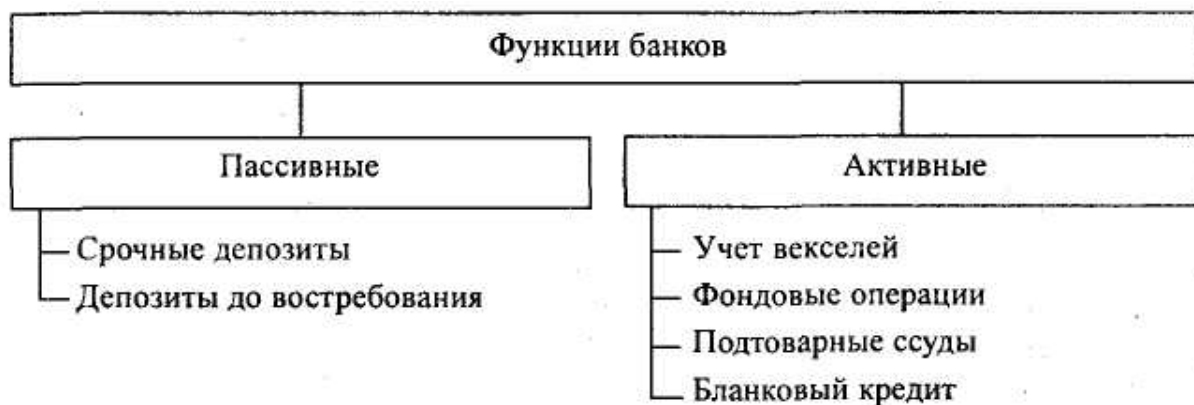


Рис. 15.2. Функции банков

Денежные средства банков складываются из собственных капиталов (они образуют, как правило, незначительную часть всех средств: в США, например, 8%) и *депозитов* — вкладов клиентов. Депозиты делятся на *срочные* (вложения на заранее установленный срок и не подлежащие изъятию до его наступления) и *до востребования* (вклады на текущие счета, которые банк обязан выдать по первому требованию вкладчика).

В активные операции входят разнообразные ссуды: вексельные, фондовые, подтоварные, бланковые. Наиболее распространенным является *учет векселей*. Банк покупает вексель у предпринимателя, если тот стремится превратить его в деньги еще до наступления срока платежа. Из обозначенной на векселе суммы удерживается *учетный процент* — плата за предоставление денежной суммы. При наступлении срока платежа по векселю банк предъявляет его к оплате тому, кто выдал долговое обязательство. Величина учетной ставки может сильно изменяться. Так, самая высокая учетная ставка английского банка с 15 ноября 1979 г. по 3 июля 1980 г. составила 17%. Самая низкая была на уровне 2% с 26 октября 1939 г. по 7 ноября 1951 г.

Банки осуществляют *фондовые операции*: дают ссуды под залог ценных бумаг — акций, облигаций, закладных и т.п., а также покупают такие бумаги. *Подтоварные ссуды* предоставляются под залог продукции, находящейся на складах, в пути, в торговом обороте. Если ссуды не погашаются в срок, то заложенные ценные бумаги и товарно-материальные ценности переходят в собственность банков. Наиболее крупным предпринимателям, платежеспособность которых не вызывает сомнений, предоставляется *бланковый кредит*: ссуду выдают без всякого обеспечения.

Кроме пассивно-активных операций и расчетов банки занимаются торгово-комиссионной деятельностью: покупают и продают золото,

обменивают национальную валюту на иностранную, размещают займы, распродают акции и облигации и т.п.

В зависимости от характера выполняемых функций и операций банки делятся на три основных вида: центральные, коммерческие и специализированные (рис. 15.3).



Рис. 15.3. Виды банков

Главную роль среди кредитных учреждений играют *центральные банки*. Центральный банк страны наделен государством исключительным правом эмиссии (выпуска) банкнот (банковских билетов) — денежных знаков, основных видов бумажных денег. Кроме того, он обычно выполняет другие функции:

- хранит государственные золотовалютные резервы, сохраняет резервные фонды (запасы) других кредитных учреждений;
- дает ссуды коммерческим банкам;
- обслуживает государственные учреждения;
- проводит расчеты и переводные операции, контролирует деятельность кредитных учреждений;
- регулирует количество денег в национальной экономике.

Коммерческие банки дают ссуды предприятиям главным образом за счет денежных средств, привлекаемых ими в виде вкладов, и ведут расчеты между предпринимателями. В современных условиях эти банки являются учреждениями универсального характера. Они осуществляют операции на рынке ценных бумаг, ведут денежные дела клиентов и занимаются валютными операциями.

Специализированные банки заняты преимущественно определенными видами финансово-кредитных операций. Например, *инвестиционные банки* осуществляют финансирование и долгосрочное кредитование капитальных вложений; *ипотечные банки* предоставляют ссуды под залог недвижимости (земельных участков, домов); *экспортно-импортные банки* кредитуют внешнюю торговлю и ведут расчеты с иностранными контрагентами. В кредитную систему страны входят *сберегательные кассы*, сосредоточивающие временно свободные денежные средства населения, а также *кредитные кооперативы*, куда объединяются в основном мелкие товаропроизводители, берущие ссуды на началах взаимопомощи.

Во второй половине XX в. в банковском деле появились новые тенденции, которые раскрыли невиданные ранее организационные, экономические и технические возможности банковского кредита.

Во-первых, резко усилился процесс *концентрации и централизации* ссудного капитала, возникли банки-гиганты. Они с помощью различных экономических способов фактически подчиняют маломощные кредитные учреждения.

Во-вторых, крупнейшие банки превратились во многоцелевые *кредитно-финансовые учреждения*, которые предоставляют клиентам 100—300 видов услуг. Они выпускают и реализуют ценные бумаги, начисляют и удерживают налоги, ведут счета амортизационных отчислений и другие бухгалтерские и расчетные операции для клиентов. Все более расширяются консультационные и информационные услуги. Банковские специалисты, включая технических экспертов, непосредственно участвуют в выборе важнейших инвестиционных проектов промышленных и торговых фирм, помогают в ведении финансового хозяйства.

В-третьих, возросшее значение для кредитных операций в мировом масштабе приобрели *международные банковские организации*. К ним относится, например, возникший в 1930 г. Банк международных расчетов (БМР). Эта валютно-кредитная организация была создана центральными банками Бельгии, Великобритании, Италии, Франции, Германии и Японии, а также группой банков США. Сейчас акционерами БМР являются центральные банки и Частные лица 30 стран мира. Этот орган совместно проводит финансовые операции международного характера и консультации по валютно-финансовым вопросам. Это делается с целью более тесного сотрудничества между центральными банками и обеспечения благоприятных условий для международных финансовых операций.

В 1945 г. был организован Международный Валютный Фонд, расположенный в Вашингтоне. Он осуществляет наблюдение за системами валютных курсов, оказывает помощь странам в улучшении международных платежей.

Мировой банк, созданный в 1945 г., — важный источник финансового развития, в основном его деятельность связана с предоставлением ссуд странам с низкими доходами.

В-четвертых, новой тенденцией в банковском деле является широкая *электронизация* банковских услуг, для чего кредитные учреждения используют свои вычислительные центры, оснащенные мощными электронно-вычислительными машинами. Быстро увеличивается число автоматических расчетных палат как центров безналичных денежных перечислений. Электронная автоматизация «розничных» банковских операций (по обслуживанию отдельных вкладчиков) включает кассовые устройства, которые устанавливаются в помещениях кредитных учреждений, крупных магазинах, аэропортах, на автобусных стоянках и т.д.

Уже во второй половине XX в. широкое распространение во всем мире получили *кредитные карточки* — платежный документ для безналичной

оплаты товаров и услуг. Кредитная карточка предъявляется компьютерному устройству магазина или банка, которое дает команду соответствующему банку о немедленной оплате покупки или услуги.

Существуют *дебит-карточки* (в системе «Виза» и «Мастеркард»). В этом случае применяются «электронные деньги» (безналичные операции с помощью банковских компьютеров). Расчеты проводятся немедленно. При покупке товара владелец дебит-карточки вставляет ее в специальное передающее устройство («машины-кассиры» имеются во всех торговых точках, обслуживаемых данной системой), и на его пульте набирается определенная цифровая комбинация, которая тут же передается в банк. Банковский компьютер переводит сумму покупок с ссудного счета покупателя на счет продавца (если счета находятся в одном и том же банке). Когда счета покупателя и продавца находятся в разных банках, то оплата покупки осуществляется через автоматический расчетный центр.

Теперь пора узнать, сколь прибыльно банковское дело.

15.2. Прибыльность банковского бизнеса

Процент и норма прибыли банка

Банки работают на коммерческом расчете, т.е. рассчитывают на получение прибыли. Последняя образуется потому, что *процентная ставка по кредиту* (отношение процента, уплачиваемого за заем, к величине ссужаемого капитала) всегда больше *процентной ставки по депозиту* (отношение процента, выплачиваемого вкладчику, к сумме его денежного вклада).

Основу валовой (общей) прибыли банков составляет разница между всей суммой ссудных процентов и общей суммой депозитных процентов. О разнице между этими видами процентных ставок можно судить по данным табл. 15.1.

Таблица 15.1

Процентные ставки по кредитам и депозитам, среднегодовые, 2000 г.

Страна	По кредитам	По депозитам
Япония	2,07	0,07
Канада	7,27	5,70
США	9,23	6,46
Германия	9,53	3,40
Китай	5,85	2,25
Россия	24,4	6,5

В валовую прибыль банков входят их доходы от всех коммерческих операций (в том числе, например, от купли-продажи валюты). Часть этой прибыли банка покрывают его издержки (выплата заработной платы банковским служащим, содержание помещений, канцелярские расходы и т.п.). Оставшаяся часть — *чистая прибыль*. Данный показатель используется для исчисления нормы банковской прибыли.

Норма прибыли банка ($\Pi'_ч$) — это отношение чистой прибыли ($\Pi_ч$) к собственному (не заемному) капиталу банка ($K_с$), выраженное в процентах:

$$\Pi'_ч = \frac{\Pi_ч}{K_с} \times 100.$$

Норма прибыли банков зависит от двух основных факторов: *нормы прибыли* предпринимательского капитала и *процентной ставки* по кредиту.

Норма дохода банка, как правило, не превышает степень обогащения промышленного и торгового капитала. Только в чрезвычайных случаях (например, для спасения предприятия от банкротства) бизнесмен приобретает ссудный капитал по чрезмерно высокой процентной ставке, которая превышает степень увеличения капитала. В современных условиях степени обогащения банковского капитала и крупного промышленного бизнеса в достаточной мере сравнялись.

Другим фактором, определяющим уровень прибыльности банков, является процентная ставка по кредитам, которая показывает своего рода цену заемных средств. В зависимости от состояния рынка ссудных капиталов и степени развития конкуренции эта ставка может колебаться в значительных пределах. Что касается ее минимальной величины, то она не поддается определению. Иногда (во время экономического спада) она может снижаться до уровня, близкого к нулю.

Различают рыночную и среднюю процентные ставки по кредиту. *Рыночная ставка* складывается в каждый данный момент на рынке ссудных капиталов. Она непосредственно отражает текущие изменения экономики и подвержена резким колебаниям в периоды подъема или спада производства. *Средняя ставка процента* отражает долговременные тенденции в изменении величины процента.

Понять динамику процентной ставки можно, если учитывать влияние на нее часто меняющегося соотношения спроса и предложения заемных средств. Если спрос на ссудный капитал превышает его предложение, то масштабы его использования расширяются. Когда же свободных денежных средств много, а спрос на них сравнительно невелик, то ставка процента снизится.

Во второй половине XX в. в большинстве промышленно развитых стран наблюдается систематическая нехватка ссудного капитала, особенно в форме среднесрочных и долгосрочных инвестиций. Это обусловлено тем, что в условиях научно-технической революции крупные компании затрачивают большие средства на новую технику и программы переквалификации работников. Большой спрос на ссудный капитал предъявляет также государство. С расширением такого спроса заметна тенденция к устойчивому повышению ставки процента. Если в 1950-х гг. в США процентная ставка по краткосрочным обязательствам составляла 1,5-4%, то в 70-80-х гг. XX в. она возросла в 2,5 раза.

Наконец, величина ставки процента зависит от социального положения клиента. Крупному капиталу ссуда предоставляется на очень выгодных условиях. Напротив, для мелких фирм, широких слоев населения

устанавливаются высокие процентные ставки, особенно по долгосрочным ссудам, при этом требуется солидное обеспечение для их получения.

В условиях инфляции важно различать номинальную и реальную процентные ставки. *Реальная ставка* — это номинальная (фактически достигнутая в данный период) ставка процента, исчисленная с учетом уровня инфляции. Допустим, уровень инфляции достиг 8%, а номинальная ставка — 14%. Тогда при подсчете дохода на инвестиции важно определить реальную ставку процента. Она составит: $14 - 8 = 6\%$. Значит, если займы взяты 100 денежных единиц, то на следующий год необходимо возратить не 114, а только 106.

Совершенно иное положение в кредитных отношениях (по сравнению с рассмотренной здесь картиной) сложилось в России.

Норма банковской прибыли в России

В СССР государство полностью подчинило себе все кредитные отношения. Монопольное положение занимал Государственный банк СССР. Он установил очень низкий процент для вкладов населения (2% по вкладам до востребования и 3% по срочным вкладам) и ничего не платил предприятиям за хранение денег в банк. Такой процент не мог поощрять эффективное применение денег.

В 1990-х гг. былая монополия Центрального банка во многом рыла подорвана и большую свободу действий получили коммерческие банки. До 1992 г. Центральный банк мог строго контролировать движение денег в коммерческих банках, но затем этот контроль был утрачен. В итоге в стране возникли следующие благоприятные условия для небывалого роста прибыльности банков.

Во-первых, в 1992-1995 гг. в условиях гиперинфляции и галопирующей инфляции кредитные учреждения установили поистине ростовщические ставки процента по займам, превышающие темпы обесценения денег. Так, в 1995 г. среднегодовая ставка процента по кредитам составила 320,3, а процентная ставка по депозитам — 102,0.

Во-вторых, коммерческие банки широко использовали резко возросший спрос предприятий и населения на доллары США и другую иностранную валюту для спекулятивной наживы. Они покупали ее на межбанковских валютных торгах по одной цене, а продавали по гораздо большей.

В-третьих, правительство перечисляло коммерческим банкам огромные суммы из государственного бюджета для их незамедлительного продвижения до предприятий и населения (на расходы для производственных нужд, на выплаты заработной платы, пенсий, пособий и т.п.). Но часто эти деньги банки в течение длительного времени использовали для собственной наживы, отдавая их в кредит под громадные проценты. В то же время еще более росли разного рода неплатежи (в спекулятивном денежном обороте оказывались невыплачиваемые вовремя суммы заработной платы, пенсий и других видов доходов).

Все эти и другие источники явно ненормального обогащения привели к тому, что банкам удалось во многих случаях довести норму прибыли до

астрономических размеров (до 1000 и более процентов на собственный капитал). Банковский бизнес стал одним из самых прибыльных. Но для российской экономики в целом этот факт имел самые отрицательные последствия:

- денежный капитал во все большей мере изымался из производства с целью получения огромных ростовщических процентов. Из-за этого предприятия испытывали все возрастающую нехватку денег;
- громадные процентные ставки оказались тормозом для развития производственного бизнеса. Примечательно, что удельный вес долгосрочных капитальных вложений в российскую экономику снизился с 26% от всей суммы инвестиций в 1990 г. до 3,5% в 1997 г. Этим подрывалось прогрессивное развитие российской экономики.

Такое состояние кредитных отношений означало, что банки во многом перестали выполнять свои нормальные функции.

Нельзя признать случайным тот факт, что в банковской сфере совершалась самая значительная часть всех экономических преступлений. Например, денежные средства зачислялись на счет в коммерческий банк по подложным документам и поступали вымышленным лицам; под вывеской лжепредприятий из банков похищались и затем «отмывались» значительные суммы денег; применялись подложные авизо (письма банка о пересылке денег получателю), чтобы выкрасть из банка большие кредитные средства. Ущерб от преступлений в банковской сфере многократно превысил потери от всех остальных видов корыстных преступлений.

Положение в банковской сфере может быть нормализовано путем осуществления комплекса мер. К ним относятся прежде всего решительная правовая защита банков и банковской деятельности; резкое ограничение наживы банковского бизнеса за счет крупномасштабных спекуляций и инфляционного удорожания кредита. Примечательно, что если во время галопирующей инфляции в нашей стране в 1996 г. процентные ставки составляли 147% по кредитам и 55% по депозитам, то после значительного снижения уровня инфляции в 1997 г. такие ставки по кредитам составляли 46% и по депозитам 16%.

Важную роль в улучшении положения национальной экономики призвана сыграть нормализация норм прибыли на производственных предприятиях и в банках. Это зависит от организации прочных экономических связей между банками и производственными предприятиями.

15.3. Акционерное общество и рынок ценных бумаг

Акционерное общество

Мы уже знаем, что *акционерное общество* — это форма организации предприятия, денежные средства которого образуются путем продажи акций. Созданием акционерных обществ занимаются предприниматели-учредители при активном участии банка. Они вкладывают в фирму собственный капитал, а

для привлечения дополнительных средств выпускают акции, которые продаются всем желающим.

Акция — это ценная бумага, которая свидетельствует о внесении ее владельцем пая в капитал (фонды) акционерного предприятия и дает ему право на получение *дивиденда* — дохода, приходящегося на акцию. В виде дивиденда распределяется лишь часть прибыли корпорации. Другая ее часть обычно идет в накопление (для пополнения резервного капитала и на расширение производства). Она также расходуется на выплату высоких должностных окладов и особых премий (тантьем) руководящему персоналу корпорации, уплату налогов государству, на рекламу и иные цели.

Сумма, обозначенная на акции, составляет ее *номинальную стоимость*. Она определяется так: сумма реального капитала, вложенного в действующее акционерное предприятие, делится на число акций. Но купля-продажа акции происходит не по такому номиналу, а по ценам, стихийно складывающимся на рынке ценных бумаг. Цена, по которой акция продается и покупается, называется *курсом акции*.

Курс акции зависит от двух факторов: величины дивиденда и ставки депозитного процента.

Естественно, что курс акции тем выше, чем больше дивиденд. Между тем перед человеком, который думает купить акцию, возникает альтернатива: а) отдать деньги в ссуду, положить в банк или получать более устойчивый депозитный процент; б) купить акцию, которая дает в виде дивиденда значительно большую сумму, чем депозитный процент. Например, рыночная цена акций «Дженерал моторс» в 1980-е гг. в 25 раз превысила их номинальную стоимость.

Эту альтернативу в значительной мере решает следующий курс: акция продается за такую сумму, которая, будучи превращена в банковский депозит, принесет доход (в виде процента по депозиту), равный дивиденду. Поэтому цена акции исчисляется по формуле

$$\text{Курс акций} = \frac{\text{Дивиденд}}{\text{Банковский процент}} \times 100.$$

Предположим, акция номинальной стоимостью 300 дол. ежегодно приносит дивиденд в размере 25 дол., а ставка депозитного процента равна 5%. Тогда эта акция будет котироваться (устанавливается цена на бирже) по курсу 500 дол. Эта сумма, положенная в банк из расчета 5% годовых, принесет доход, равный дивиденду (25 дол.).

Цена акции постоянно колеблется вокруг своей нормальной величины в зависимости от изменения соотношения между спросом на те или иные акции и их предложением. Во время подъем экономики, когда прибыли, а вместе с тем и дивиденды растут, курс акций повышается. Когда же из-за спада производства дивиденды сокращаются, курс резко снижается. Таким барометрическим колебанием рынок ценных бумаг сигнализирует об общем «здоровье» экономики. При этом на цене акций всегда сказывается, естественно, инфляция.

Однако далеко не все акционеры расположены ставить свой дивиденд в зависимость от рыночного риска. В связи с этим акции подразделяются на привилегированные и обыкновенные *Привилегированные* акции не дают их владельцам права голоса при решении вопросов о деятельности акционерного общества на общих собраниях и предоставляют преимущественное право на получение части прибыли в виде твердо фиксированного дивиденда. Напротив, *обыкновенные* акции наделяют их владельца правом голоса, а размер дивиденда определяется по итогам хозяйственного года.

Сами акционерные общества также различаются по их связи с рынком ценных бумаг на *закрытые* (не продают акции) и *открытые* (участвуют в купле-продаже акций).

Помимо акций купле-продаже подлежит и такая ценная бумага, как облигация. *Облигация* — долговое обязательство, по которому его владельцу выплачивается ежегодный доход в форме процента к нарицательной стоимости облигации. Доход по облигации может выплачиваться также в форме выигрышей, разыгрываемых в специальных тиражах, или путем оплаты купонов (частей ценной бумаги, которые отрезаются от нее и передаются вместо расписки при получении дохода).

Расширение акционерной деятельности приводит к формированию рынка ценных бумаг.

Рынок ценных бумаг

Рынок ценных бумаг представляет особую часть сферы обращения, в которую вовлечены акции, облигации, сберегательные сертификаты (документы, удостоверяющие факт владения ценными бумагами), векселя, казначейские (казначейство — финансовый орган правительства) государственные обязательства.

На рынке ценных бумаг участвуют следующие субъекты: а) *эмитенты* — юридические лица, которые занимаются эмиссией (выпуском) ценных бумаг и несут ответственность по ним; б) *инвесторы* — юридические и физические лица, приобретающие ценные бумаги от своего имени и за свой счет; в) *инвестиционные институты* — юридические лица, действующие в качестве инвестиционных консультантов, финансовых посредников и инвестиционных компаний. Рынок ценных бумаг подразделяется на два вида: первичный и вторичный.

На *первичном рынке* эмитент (предприятие, государственное учреждение) продает новые выпуски ценных бумаг и получает за них нужные денежные средства. Такие бумаги сразу же приобретают первоначальные инвесторы (за рубежом — финансово-кредитные учреждения или индивидуальные инвесторы).

Вторичный рынок состоит из последующих инвесторов, между которыми совершается перепродажа (первая и последующие) ценных бумаг. Вторичная торговля поддерживается банками и специализированными фирмами (инвестиционными институтами).

В свою очередь вторичный рынок подразделяется на внебиржевой и биржевой обороты ценных бумаг.

Внебиржевой оборот обладает такими чертами: а) в нем нет единого торгового центра; б) купля-продажа ценных бумаг совершается через брокерские конторы, которые посредничают при заключении сделок и расположены по всей территории страны; в) цены сделок устанавливаются в ходе переговоров между контрагентами; г) брокерские конторы не специализированы по видам сделок; д) сами сделки совершаются посредством телефонных переговоров и особых компьютерных сетей (систем автоматического установления цен), охватывающих всю страну.

Биржевой оборот имеет следующие признаки: а) для купли-продажи ценных бумаг создается единый центр — фондовая биржа; б) на бирже ценные бумаги продаются на аукционе; в) все операции по купле-продаже регистрируются по правилам биржи; г) биржевые сделки узко специализированы на отдельные виды; д) реализация ценных бумаг осуществляется через торговых посредников (маклеров, брокеров).

Теперь более детально ознакомимся с деятельностью *фондовой биржи*. Ее основными задачами являются:

- сводить друг с другом продавцов и покупателей ценных бумаг;
- определять их курсы (цены);
- содействовать переливу капитала из менее прибыльной отрасли хозяйства (или предприятия) в более прибыльные;
- служить барометром деловой активности в стране. Этой цели служат *индексы деловой активности*. Наиболее знаменит *индекс Доу-Джонса* (введен с 1884 г.). Он рассчитывается на базе курсов акций 30 крупнейших компаний.

Фондовая биржа первоначально сложилась как свободный рынок ценных бумаг (фондов). Долгое время государство не вмешивалось в содержание деятельности этого учреждения. «Дикая» биржа, получившая широкое распространение в XIX в., действовала без каких-либо внешних ограничений. Эта деятельность в 1920-х гг. сопровождалась небывалой биржевой спекуляцией. Курсы ценных бумаг непрерывно повышались. Растущий поток покупателей акций широко использовал не собственные накопления, а ссуды коммерческих банков. В результате курсы акций резко оторвались от их номинала и стали снижаться, а кредиторы потребовали возврата предоставленных ссуд. Чтобы получить необходимые средства, спекулянты начали продавать акции, ускорив тем самым резкое падение их курсов, а также падение уровня производства.

После грандиозного мирового экономического кризиса 1929-1933 гг., в который немалую лепту внесли «дикие» биржи, было проведено радикальное преобразование рынка ценных бумаг. В 1930-е гг. в США, а затем в других странах была создана современная «культурная» биржа. В отличие от «дикой» она подвергается государственному регулированию:

- введен или усилен государственный контроль за участниками биржевых сделок (строгая проверка предприятий, желающих продать

свои ценные бумаги, призвана предотвратить проникновение на рынок возможных банкротов);

- государство назначает маклеров — главных биржевых посредников и контролирует их работу;
- биржевой кредит поставлен под государственный контроль (ограничиваются сумма заемных средств, используемых для покупки акций, размеры колебаний котировок), с тем чтобы избегать опасности резких колебаний курсов акций и предохранять биржу от массовых спекуляций;
- введено государственное страхование банковских вкладов и ссуд, гарантирующее безопасность мелких и средних сберегателей;
- государство воздействует на биржевые дела: активно изменяет учетные ставки, проводит операции с ценными бумагами, регулирует минимальные резервы денежных средств, которые все банковские организации обязаны хранить на специальных счетах в Центральном банке.

В каждой крупной стране Запада действует, как правило, несколько фондовых бирж. На них куплей-продажей ценных бумаг занимаются только посредники:

а) *маклер*, который сводит партнеров по сделкам (указывает на возможность их заключения), но сам сделок не заключает и получает вознаграждение от продавцов и покупателей ценных бумаг;

б) *брокер* (лицо или фирма) — узкий специалист по отдельным видам ценных бумаг, который прямо содействует торговой сделке. За это он получает определенную плату или комиссионные (по соглашению сторон).

в) *дилер* — покупает ценные бумаги на свое имя и за свой счет, а затем перепродает их. Выручка от такой перепродажи — его прибыль.

Маклеры (с помощью брокеров) определяют, при каком курсе ценных бумаг достигается их наибольший кругооборот. Это так называемый *курс кассовых сделок*, или единый курс. Для этого на бирже сводятся воедино «цены продавцов» и «цены покупателей» и устанавливается такая единая цена, которая устраивает наибольшее число участников сделок.

Вот простой (условный) пример. Девять продавцов и девять покупателей интересуются одинаковыми акциями, но готовы продать или приобрести их за разную цену (см. табл. 15.2). Очевидно, что единым курсом будет 204 иены за акцию. Сделка по этому курсу выгодна продавцам от «Д» до «И» и покупателям от «О» до «Т». Значит, единый курс дает максимальное количество сделок. Разумеется, на бирже участвуют не 9 продавцов и 9 покупателей, а гораздо больше, но от этого суть курса кассовых сделок не меняется.

Тот, кто вложил свои деньги в акционерный капитал, помимо дивиденда может получать так называемую *курсовую прибыль* — доход от изменений рыночной цены акций. В связи с этим различают два вида биржевых операций: *кассовые*, при которых за ценные бумаги сразу или в ближайшие 2-3 дня уплачиваются деньги, и *фьючерсные* (срочные), когда акция должна быть

передана, а деньги уплачены через определенный срок, обычно в пределах месяца.

Таблица 15.2

Цена продавцов и покупателей за акцию

Продавец	Хотел бы получить за акцию, иен	Покупатель	Готов заплатить максимально за акцию, иен
А	208	К	200
Б	207	Л	201
В	206	М	202
Г	205	Н	203
Д	204	О	204
Е	203	П	205
Ж	202	Р	206
З	201	С	207
И	200	Т	208

Основная масса операций на бирже — это фьючерсные сделки, как говорится, «на разницу». По истечении оговоренного срока один из контрагентов должен уплатить другому сумму разницы между курсами, установленными при заключении сделки, и курсами, фактически сложившимися в момент истечения срока договора. Например, если 1 августа продавец сбывает акцию на период до 31 августа за 100 евро, а курс ее за это время повысился до 120 евро, то выигрывает покупатель: он получит акцию за 100 евро, а может продать ее за 120. При падении цены акции до 80 евро выигрывает продавец: акцию, приобретенную за 80 евро, он продаст за 100 евро. Лица, спекулирующие на продаже акций (по английской биржевой терминологии «медведи», или «понижатели»), через печать, радио, телевидение добиваются снижения их цен к ликвидационному сроку, для чего создают искусственное превышение предложения акций над их спросом. Напротив, покупателей акций на срок, играющих на повышение курсов, называют «быками» («повышателями»). Они также рассчитывают получить своими методами курсовую прибыль.

Тот, кто вкладывает свои деньги в акции, подвергается, конечно, определенному риску. Как его уменьшить?

Специалисты дают следующие рекомендации, как правильно обращаться с акциями и включиться в биржевую игру.

1. Целесообразно вкладывать в акции только ту часть своих сбережений, которая не потребуется в течение длительного времени. Это позволит выбирать наиболее благоприятные моменты для соблюдения старого правила биржи: купить по низкому курсу, продать по высокому курсу.

2. Инвестору целесообразно изучить предприятие, акции которого он собирается приобрести. Важно достоверно знать о надежности финансового положения выбранной фирмы и росте ее доходов.

3. Целесообразно при покупке акций не ждать предельно низкого курса, а при продаже — абсолютно высокого уровня. Тогда более вероятно с одной акции получить хорошую курсовую стоимость.

4. Поскольку слишком многие непредвиденные события могут оказать влияние на биржу, рекомендуется получать информацию о ходе дел от специалистов. Они имеют достоверные сведения о состоянии рынков и предприятий.

В связи с этим полезно знать, что головоломную задачу о финансовых инвестициях постарались решить американские экономисты Гарри Марковец, Мертон Миллер и Уильям Шарп, в 1990 г. получившие Нобелевскую премию за разработку *теории оптимального* (наилучшего) *портфельного выбора*. Под «портфелем» принято понимать перечень разных видов ценных бумаг (акций, облигаций, долговых обязательств и т.п.). Портфельный же выбор означает распределение (и перераспределение) экономических ресурсов среди различных видов производства посредством финансовых рынков. При таком выборе инвесторы стремятся к максимизации их будущих доходов и минимизации риска, связанного с приобретением ценных бумаг.

Нобелевским лауреатам удалось с помощью математики и статистики определить взаимосвязь доходов от ценных бумаг со степенью риска. В частности, выявлена закономерность: чем выше ожидаемый доход от акции, тем ниже возможность его получения, а следовательно, выше и степень риска инвестора. Были сделаны важные выводы в отношении прибыльности оптимальных (наилучших) пакетов ценных бумаг, об управлении риском на финансовых рынках и др. Сегодня теория портфельного выбора прочно вошла в практику деловой жизни, в некоторых странах ее изучают даже в средней школе.

Особо следует отметить новейшие тенденции в развитии рынков ценных бумаг. Одна из них состоит в *диверсификации* (увеличении разнообразия) *финансовых инвестиций*, т.е. их рассредоточенное по разным предприятиям и отраслям хозяйства. Стало азбучной истиной положение о том, что инвестору не следует рисковать всем своим капиталом, помещая его в единственное дело. Поэтому сейчас типичной картиной на финансовых рынках стало увеличение числа диверсифицированных корпораций, деятельность которых все меньше контролируется владельцами крупных пакетов акций. При распыленности акций рынок ценных бумаг отличается высокой ликвидностью и динамичностью развития, поскольку зависит от многих групп собственников. Ныне финансовое положение крупных компаний в возросшей степени зависит от тех менеджеров, которые отвечают за финансовые вопросы.

Другой важной тенденцией является становление *финансовой экономики*, которая состоит из современных финансовых рынков (ценных бумаг, валют, инвестиций) и имеет относительную технико-организационную самостоятельность. На этих рынках возникают новые виды операций. Так, валютный рынок обслуживает оборот товаров, услуг, капиталов, определяет валютные курсы на основе уравнивания спроса и предложения. Поскольку

возросли колебания валютных курсов и усложнилось их прогнозирование, защита от валютного риска стала повседневным делом банков и корпораций.

Наконец, в 1990-х гг. сильно проявилась тенденция к образованию единого *глобального финансового рынка*. На нем представлен широкий набор ценных бумаг, которые могут быть проданы в течение 24 ч в различных финансовых центрах мира.

1990-е гг. ознаменовались также быстрым развитием виртуальной экономики.

Виртуальная экономика

Виртуальная (от лат. *virtualis* — возможный) *экономика* — это особая система экономических отношений, которые порождены финансовым рынком, где обращаются так называемые производные ценные бумаги.

Чтобы лучше понять существо виртуальной экономики, важно проследить три последовательных этапа развития типов капиталистического хозяйствования. Как известно, сначала (с XV-XVI вв.) возникла *микрoэкономика*. Это реальная экономика, создающая в производстве и обращении прибыль. Затем, на рубеже XIX-XX вв., возникла *мезоэкономика*. Для увеличения размеров акционерного капитала стал необходим рынок акций и облигаций. Эти первичные ценные бумаги обеспечивали их владельцам получение дохода из части прибыли, возникающей в реальной экономике. Наконец, с 1970-х гг. стал формироваться *виртуальный финансовый рынок*.

Чем же виртуальный финансовый рынок отличается от обычного биржевого рынка акций?

1. Назначение ценных бумаг.

Первичная ценная бумага (акция, облигация) связана с денежным взносом ее владельца, предназначенным для увеличения акционерного капитала.

Производные ценные бумаги прямо не связаны с увеличением акционерного капитала. Они служат средством личного обогащения их владельцев.

Что представляют собой производные ценные бумаги? К ним относятся:

а) *депозитарные расписки*. Это — ценные бумаги, которые получают их владельцы, хранящие свои первичные ценные бумаги в депозитарии (хранилище ценных бумаг, других ценностей — банке или ином кредитном учреждении). Владельцы депозитарных расписок образуют своеобразный картель, общий фонд прибыли они делят между собой согласно ранее установленной пропорции;

б) *варрант* — ценная бумага, которая дает ее владельцу право на покупку других ценных бумаг при их начальном размещении по льготной цене. Их продает эмитент (лицо, выпускающее денежные знаки и ценные бумаги);

в) *опцион* — право выбора условий сделки, которое получают за определенную плату. Например, право покупать или продавать ценные бумаги в заранее установленном объеме по твердой цене в течение определенного срока;

г) *фьючерсы* (фьючерсные сделки) — заключаемые на биржах срочные (на определенный срок) сделки купли-продажи сырьевых товаров, валюты,

ценных бумаг по ценам, действующим в момент сделки. При этом предусматриваются поставка купленного товара и его оплата в будущем.

2. Связь с реальной экономикой.

Обычно курс первичных ценных бумаг зависит от динамики производства, прибыли и других объективных условий. Скажем, чем больше увеличиваются объем производства и величина прибыли, тем (при прочих неизменных условиях) выше курс акций. А если повышается курс акций, то в конечном счете возрастает величина капитала.

В отличие от этого курс производных ценных бумаг очень слабо или совсем не связан с реальным капиталистическим производством. Например, участники сделок по производным ценным бумагам (фьючерсам, опционам, варрантам) часто могут выиграть контракты. Но им не поставляют акции, облигации и т.п. (на которые заключаются сделки), а просто выписывают деньги. Кроме того, курсы производных ценных бумаг (например, депозитарных расписок) мало зависят от курса акций

3. Источники доходов от ценных бумаг.

Как известно, важнейший источник повышения величины доходов от ценных бумаг (дивидендов, процентов) — обычно рост прибыли, который происходит на прогрессивных и конкурентоспособных предприятиях в реальной экономике: чем больше прибыль, тем выше дивиденды.

В противовес этому доход от производных ценных бумаг является, как правило, результатом усиленной спекуляции этими бумагами. Примечательно, что в США в конце XX в. многие Интернет-компании и высокотехнологичные предприятия ежегодно работали с убытком. Однако доходы от их финансовых операций росли гораздо быстрее, чем у большинства предприятий.

4. Темпы роста и объемы стоимости ценных бумаг.

На рынке первичных ценных бумаг считается нормальным, когда суммарная стоимость акций в 4-6 раз превышает объем годовой прибыли предприятий. Но во второй половине 1990-х гг. соотношение между суммой рыночной стоимости акций и годовой прибыли у большого числа компаний США достигло 25-40 и более раз. Такой *спекулятивный рост* был характерен для *крупных акционерных фирм*.

Чрезмерная спекуляция на виртуальном финансовом рынке опасна тем, что она неизбежно порождает финансовый кризис, расстройство кредитно-денежной системы и кризис перепроизводства. Именно так развивались события в США. К осени 2000 г. акции высокотехнологичных компаний подорожали вдвое. Но через полгода общая сумма цен этих акций рухнула на 60%. Снизились объемы производства в ведущей отрасли национального хозяйства — автомобилестроении. Банки оказались перегруженными кредитными суммами, которые заемщики не могли вернуть. Курс доллара оказался завышен по сравнению с другими мировыми валютами на 50%. С этим были связаны трудности с продажей товаров внутри США и за рубежом.

С конца 1990-х гг. крупные финансовые рынки на всем мировом пространстве образовали единую систему. Поэтому финансовый кризис в одном звене этой системы охватывает и другие звенья. Это касается такого слабого

подразделения мирового финансового рынка, каким в 1990-е гг. стали финансы России.

Особенности рынка ценных бумаг в России

Рынок ценных бумаг в России стал расширяться после 1992 г. в связи с ускоренной приватизацией и созданием акционерных обществ. В 1992-1995 гг. российский фондовый рынок напоминал «дикие» биржи, не регулируемые государством и правом. Не случайно в тот период наибольшее развитие получил *виртуальный финансовый рынок* с его наиболее отрицательными чертами. Так, с криминальными намерениями создавались такие акционерные общества, которые вообще не опирались на реальный производственный капитал, создающий новую стоимость. Они базировались на так называемой «*пирамиде доходов*», которая увеличивалась при поступлении денег от вновь прибывающих покупателей «акций». Получалось так, что «дивиденды»: первоначальным инвесторам выплачивались из денег, собранных с последующих «акционеров». Основатели таких финансовых пирамид (печально известных лжеакционерных обществ «МММ», «Русский дом» «Селенга» и др.) собрали 2 трлн. руб., а возвратили вкладчикам только 3 млрд. руб. Под давлением движения «ограбленных вкладчиков» на организаторов «пирамид» были заведены уголовные дела.

Характерной особенностью российского рынка ценных бумаг являлось то, что для их покупки многие инвесторы широко использовали *не собственные деньги*, а кредиты банков и государственные бюджетные средства, предназначенные для совершенно иных целей.

Во второй половине 1990-х гг. господствующее положение на российском фондовом рынке заняла *купля-продажа государственных ценных бумаг*— государственных краткосрочных обязательств (ГКО) и облигаций федерального займа (ОФЗ). В 1997 г. из общей суммы оборота по всем видам фондовых ценностей (100%) на долю государственных ценных бумаг пришлось 96%, а удельный вес акций и облигаций акционерных обществ, предприятий и организаций составил лишь 1%.

Все указанные особенности российского фондового рынка свидетельствовали о совершенно ненормальном его состоянии. К тому же очень быстрый рост величины капитала от продажи биржевых ценностей (с 2 трлн. руб. в 1993 г. до 292 трлн. руб. в 1995 г.) происходил при непрерывном падении отечественного товарного производства. Такой разрыв между увеличением виртуального и уменьшением реального капиталов был чреват финансовыми потрясениями в стране, что, как известно, и произошло в 1998г.

Итак, после изучения доходов от движимой собственности перейдем к изучению конкретных видов доходов от недвижимой собственности.

15.4. Рента и цена земли

Рассмотрим особый вид отношений собственности, с которым связано получение дохода в виде ренты. *Рента* (от лат. *reddita* — отданная назад, возвращенная) — особый вид относительно устойчивого дохода, непосредственно не связанного с предпринимательской деятельностью. Имеется несколько видов рент, получаемых с капитала, имущества, земли. Один из них — *государственная рента* (рентный заем) — форма государственного займа, который выпускается на неопределенное время, и его возврат к какому-то сроку государством не гарантируется. Держателям ценных бумаг, связанных с займом, выплачивается рента в установленном проценте от номинальной суммы заимствованного капитала в обозначенные сроки (раз в квартал, полгода или год).

Своеобразные рентные платежи связаны с лизингом, получившим особенно широкое распространение в условиях научно-технической революции. *Лизинг* — долгосрочная аренда (от шести месяцев до нескольких лет), как правило, дорогостоящих технических средств и производственных сооружений. Лизинговая компания закупает компьютеры, машины, оборудование и сдает их в аренду для производственного использования. Предприниматель получает возможность значительно сократить первоначальные затраты капитала и избежать потерь, связанных со стоимостным износом основных фондов. По окончании срока арендного договора бизнесмен либо возвращает взятую в аренду технику, либо продлевает срок пользования ею.

Особого внимания заслуживает земельная рента, связанная с аграрными (земельными) отношениями.

Земельные и рентные отношения

Не требуется доказывать, что в сельском хозяйстве земля как средство производства играет решающую роль. Ее присвоение и хозяйственное использование составляют существо земельных отношений.

Исходным условием для образования ренты является аренда земли. *Аренда земли* — вид землепользования, при котором собственник передает свой участок на определенный срок другому лицу (арендатору) для ведения хозяйства. В арендном договоре предусматривается вознаграждение землевладельцу — арендная плата.

Аренда в настоящее время является основной формой крестьянского землепользования в развивающихся странах. Например, в Иране арендуют землю 60% всех крестьянских семей, в Гватемале и Аргентине — 40, в Панаме — свыше 75%.

В XVI-XVII вв. возникла капиталистическая (предпринимательская) аренда земли. В этом случае арендатор вкладывает в землю собственный капитал, ведет хозяйство с помощью наемного труда с целью извлечения прибыли. Такая аренда особенно распространена в США, Великобритании, Бельгии, Нидерландах и Франции.

Сейчас в странах Запада заметна тенденция к сокращению доли арендованной земли в общем земельном фонде. Это происходит под воздействием ряда причин: на химических предприятиях создаются многие заменители сельскохозяйственного сырья, укрупняется сельскохозяйственное производство, трудящиеся крестьяне и фермеры разоряются из-за возросшей конкуренции на рынках сбыта продукции и др. Наблюдается и другая тенденция: в одном лице соединяются земельный собственник и предприниматель.

Арендная плата за землю учитывает процент на капитал (основные фонды), вложенный в имущество землевладельцем, и главным образом — ренту. В силу этого возникают рентные отношения между землевладельцем и предпринимателем-арендатором. В чем существо этих отношений?

Рентные отношения представляют собой отношения между собственником земли и арендатором по распределению прибыли. Одна ее часть — в виде обычной прибыли — достается предпринимателю, а другую долю — в форме сверхприбыли — получает земельный собственник (рис. 15.4).

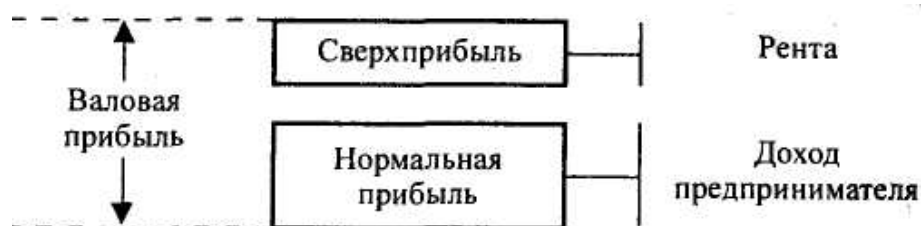


Рис. 15.4. Источники дохода предпринимателя и собственника земли

Теперь предстоит выяснить, каким образом в сельском хозяйстве образуется сверхприбыль, какие конкретные формы она принимает.

Виды земельной ренты

Земельная рента возникает в силу тех особых экономических отношений, которые складываются по присвоению и использованию земли. Землевладелец (частный собственник, кооператив или государство) на законном основании обладает исключительным правом собственности на землю. Он передает свое право использования земли предпринимателю, который по условиям арендного договора временно организует сельскохозяйственное производство. На взаимоотношения арендодателя и бизнесмена влияют следующие экономические условия.

В отличие от обычных промышленных средств производства, которые могут изготавливаться в нужном объеме, земля является невозпроизводимым фактором экономики и количественно ограничена. К тому же она различна по качеству (по плодородию и по месторасположению — удаленности от рынка сбыта): различаются лучшие, средние и худшие участки земли.

Сельскохозяйственных продуктов с одних только лучших и средних по качеству земель недостаточно для удовлетворения общественных потребностей в этих благах. Поэтому при условии получения обычной прибыли

предприниматели берут в аренду и худшие участки. В результате возникают особые условия образования цен на зерно и другую продукцию. Рыночная цена за каждую ее единицу складывается *по условиям производства на худших землях*. Все фермеры сбывают выращенный урожай по ценам, которые не только окупают повышенную себестоимость (непреднамеренно большие затраты труда и материальных ресурсов) на худших землях, но обеспечивают и там, как минимум, обычную прибыль.

В силу более благоприятных условий себестоимость единицы продукции на лучших и средних по качеству землях ниже, чем на худших участках. Если сложить такую относительно низкую себестоимость (скажем, 1 ц пшеницы) с обычной прибылью, то на лучших участках ее *индивидуальная цена* будет ниже рыночной. Поэтому фермеры, хозяйствующие здесь, получают при продаже созданных благ по рыночной цене дополнительную сверхприбыль. Такая *дифференциальная* (разностная) *сверхприбыль* представляет собой разницу между рыночной ценой, отражающей повышенные затраты на худших участках, и сравнительно низкой индивидуальной ценой единицы продукции, складывающейся на лучших землях.

Земельный собственник прекрасно осведомлен о качестве принадлежащей ему земли и учитывает это обстоятельство в арендном договоре. Поэтому разностная прибыль достается ему в виде *дифференциальной ренты*.

Предприниматель может, используя научно-технические достижения, повысить *экономическое плодородие* земли, т.е. вносить удобрения, улучшать почву и выполнять иные агротехнические мероприятия. В таком случае говорят об *интенсификации сельского хозяйства*, которая означает увеличение выпуска продукции без расширения земельных участков путем улучшения использования средств производства и рабочей силы. Такие меры повышают эффективность дополнительных капитальных затрат, в результате чего себестоимость единицы продукции снижается. Продавая собранный урожай по установившейся рыночной цене (соответствующей условиям производства на худших землях), фермер получает новую разностную сверхприбыль. Она представляет собой разницу между рыночной ценой единицы продукции и индивидуальной ценой, которая понизилась вследствие интенсификации хозяйства на арендованном участке. Этот доход предприниматель получает до истечения срока арендного договора. Когда же землевладелец заключает с предпринимателем арендный договор на новый срок, то он учитывает результаты капиталовложений в улучшение земли (произведенные без всякого его участия) и назначает более высокую плату за пользование его землей.

Подобным же образом образуется рента в добывающей промышленности (где получают энергоносители, полезные ископаемые и другие сырьевые продукты). Здесь дифференциальный доход порожден различиями в уровне производительности труда и величине себестоимости, которые обусловлены неодинаковым богатством залежей и неравенством других природных условий на рудниках, шахтах, нефтяных и газовых скважинах. Цены на продукцию добывающей индустрии устанавливаются, естественно, по худшим условиям

производства. На лучших же участках, где получают полезные ископаемые с меньшими издержками, образуется разностный доход. Он достается собственнику земли в виде ренты.

Цена земли

В развитом рыночном хозяйстве земля становится предметом купли-продажи. Что же в этом случае лежит в основе цены на землю?

При продаже земли ее собственник заботится о том, чтобы не потерять получаемый им рентный доход. Он, по-видимому, стремится получить за участок по крайней мере такую сумму денег которая, будучи помещена в банк, принесла бы ему годовую величину процента, равную ренте. В свою очередь покупатель земли, прежде чем стать ее собственником, сравнивает приносимую землей сумму ренты с процентом, который он может получить, если изложит свои деньги в банк. Стало быть, *цена земли* есть капитализированная (превращенная в денежный капитал) рента. Цена земли (C_3) прямо пропорциональна величине ренты (P_3) и обратно-пропорциональна ставке депозитного процента ($\Pi_{ц}$):

$$C_3 = \frac{P_3}{\Pi_{ц}} \times 100.$$

При неизменном рентном доходе цены на землю могут возрасть, когда снижается ставка процента. Если, допустим, банк уплачивает вкладчикам 5% годовых, то участок, приносящий ренту в размере 14000 евро в год, будет продаваться за 2800 тыс. евро $\left(\frac{14000}{5}\right) \times 100$. Когда же норма банковского процента снизится до 2%, цена того же участка возрастет до 7 млн. евро $\left(\frac{14000}{2}\right) \times 100$.

На рыночную цену земли определяющее влияние оказывает предложение данного товара. При этом важно отметить, что количество предлагаемой земли не может вообще измениться под воздействием повышения или снижения цены: общее количество освоенной земли невозможно увеличить. Только при очень высоких ценах на землю становится выгодным вовлекать в оборот заболоченные, пустынные и им подобные территории, но и их количество имеет непреодолимые пределы.

Для современных условий характерна *тенденция уменьшения предложения земли* вследствие ряда обстоятельств. В частности, непрерывно усиливается процесс урбанизации (роста городов) и использования земли для других несельскохозяйственных целей (добычи полезных ископаемых, строительства аэродромов и т.п.). В связи с этим государство в ряде стран идет на национализацию части земель (выкупая ее у собственников), создает национальные парки и заповедники, в которых сохраняется в неприкосновенности природная среда. Оно улучшает использование земель для городского строительства и рационального развития отдельных регионов страны. Все это, естественно, ограничивает предложение земли на рынке.

Вследствие уменьшения предложения земли начинает действовать закон цены по предложению (см. гл. 9), согласно которому цена на землю повышается (рис. 15.5).

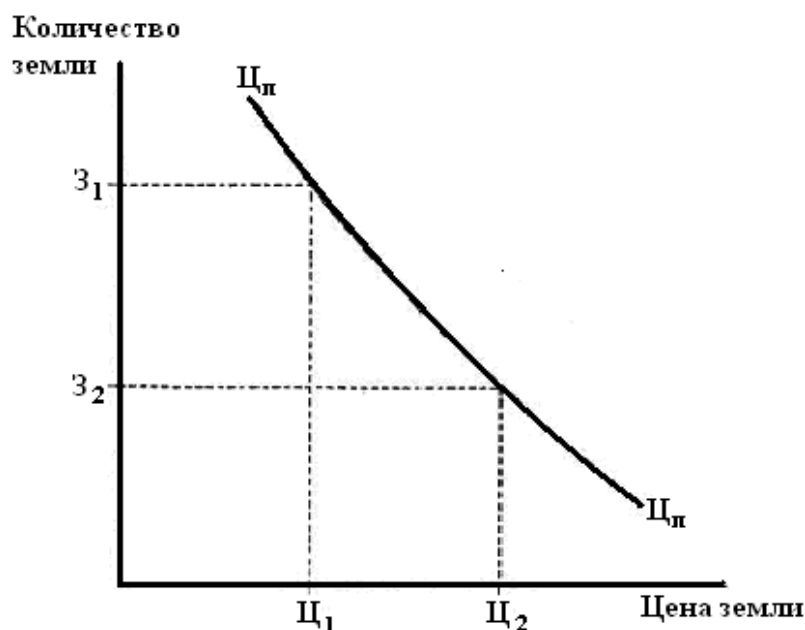


Рис. 15.5. Изменение цены земли в зависимости от ее предложения

На рис. 15.5 показано, что происходит при сокращении земельных угодий, являющихся предметом купли-продажи на рынке земли. При начальном количестве предлагаемой для продажи земли, указанном на оси ординат (Z_1) на рынке устанавливается цена земли на сравнительно низком уровне, отмеченном на оси абсцисс ($Ц_1$). Затем при уменьшении количества продаваемых земель (Z_2) цена предложения земли возрастает до уровня $Ц_2$.

Не случайно во второй половине XX в. в странах Запада сложилась устойчивая тенденция к росту цены земли. Показательно, например, что в ряде регионов США цена земли выросла по сравнению с 1940 г. более чем в 3-5 раз. Следствием этого явилось еще более быстрое повышение цены на жилые дома. Так, в тех же США в начале 1950-х гг. цена традиционного односемейного дома равнялась 8 тыс. дол., а в середине 1980-х гг. она возросла более чем в 10 раз. Для приобретения дома американская семья может получить ссуду в размере 70% его товарной цены с рассрочкой на 25-40 лет. Между тем выплачиваемая по процентам сумма оказывается больше первоначального займа в 2 или более раз.

Вкладывая деньги в недвижимость — землю, дома и другие капитальные объекты, цены на которые обычно повышаются быстрее, чем на иные товары, стало особенно выгодным делом в условиях инфляции. Это подогрело спекуляцию, направленную на покупку всякой недвижимости (и в первую очередь — земли) с расчетом получить за нее в будущем очень высокую цену. Но таким образом, с одной стороны, создаются экономические предпосылки для получения в будущем совершенно неоправданных доходов одними людьми, а, с другой стороны, ухудшаются жизненные условия многих других, стремящихся приобрести жилые и земельные участки для производства

сельскохозяйственных продуктов. В связи с этим в Великобритании, Швеции, Италии и других государствах ограничено получение доходов от продажи земель тем, кто спекулирует недвижимостью, и собственникам земель, отводимых под новое городское строительство.

В итоге мы приходим к важному выводу. Эффективно использовать собственность на землю (получить доход) можно при разных формах землепользования: и когда действует арендатор чужой земли, и при сдаче земли ее владельцем в ипотеку (под залог недвижимого имущества), и если собственник земли полностью сам распоряжается ею. Это означает, что сельское хозяйство может успешно развиваться при плюрализме форм собственности на землю. Решающее значение для получения нормального дохода имеют технические и организационно-экономические условия производства. Такие условия имеются у процветающих крупных хозяйств. Что касается мелких фермерских хозяйств, то они нуждаются в поддержке государства: им требуются финансовая помощь, серьезные экономические стимулы и современная инфраструктура сельскохозяйственного производства, которую обеспечивает *агропромышленный комплекс*. В нем продуктивно соединяются изготовление необходимых средств производства для сельского хозяйства, само это хозяйство и отрасли промышленной переработки полученной продукции. Новейшие научно-технические достижения позволяют поднять эффективность труда во всех отраслях комплекса.

Таким образом, в третьем разделе, посвященном микроэкономике, была рассмотрена национальная экономика на ее, образно говоря, «первом» этаже. Теперь нам предстоит подняться на ее «верхние» этажи.

Литература

1. Глущенко В.В. Рынок ценных бумаг и биржевое дело. М., 1999.
2. Головин Ю.В. Банки и банковские услуги в России. М., 2000.
3. Далан Э., Кэмбелл К., Кэмбелл Р. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика. М.; Л., 1991.
4. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. М., 1978. Гл. 14.
5. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. М., 1999. Гл. 29.
6. Маркс К. Капитал. Т. III. Гл. 21-27, 37-46 // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. Т. 25. Ч. I, II.
7. Маршалл А. Принципы экономической науки. М., 1993. Т. 2. Кн. 6 Гл. 6, 9.
8. Потемкин А. Виртуальная экономика и сюрреалистическое бытие: Россия. Порог XXI века. Экономика. М., 2000.
9. Самуэльсон П.А., Нордхаус В.Д. Экономика. М., 2000. Гл. 14.
10. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Кн.1. Гл.9. Кн.2. Гл.4 // Антология экономической классики / У. Пегги, А. Смит, Д. Рикардо. М., 1993.
11. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М., 1999. Гл. 18,26.
12. Черняков Г.П. Фондовая биржа. М., 1991.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Задания и вопросы для самопроверки к модулю II

1. Сформулируйте определения категорий: конкуренция, рынок.
2. Определите положительные и отрицательные стороны свободного рынка.
3. Сливки дополняют кофе в потреблении, а чай заменяет. Цена кофе неожиданно выросла из-за шока предложения. Какое из перечисленных событий будет иметь место, если спрос на кофе эластичный?
 - a) цены сливок и чая возрастут
 - b) цена сливок возрастет, а чая снизится
 - c) цена сливок снизится, а чая возрастет
 - d) цены на сливки и чай снизятся
 - e) данных для ответа недостаточно
4. Сформулируйте определения и приведите примеры:
 - a) взаимозаменяемые товары
 - b) взаимодополняемые товары
5. Сформулируйте определение закона спроса и закона предложения.
6. Какие из ниже перечисленных факторов характеризуют изменение цены выше равновесной и покажите это графически
 - a) усиление конкуренции покупателей
 - b) предложение увеличивается
 - c) цены снижаются
 - d) товар трудно купить
 - e) увеличение конкуренции продавцов
 - f) на рынке избыток товаров
 - g) цены повышаются
 - h) предложение сокращается
 - i) спрос больше предложения
 - j) спрос меньше предложения
 - k) спрос сокращается.
7. Спрос и предложение товара описываются следующим образом:

Цена товара	Требуемое количество	Предлагаемое количество
9	100	800
7	300	600
5	500	400
3	700	200
1	900	0

- a) Определите и покажите на графике равновесную цену и количество товара
- b) Если государство решило установить гарантированную цену на товар – 3 д. ед. Каковы возможные последствия этой политики?
- c) Отобразите в графическом виде спрос и предложение товара

8. Эластичность спроса по доходу для автомобилей равна 1,28. Как изменится спрос при увеличении дохода на 20%?
9. Какие неценовые факторы могут влиять на предложение?
10. Дайте характеристику совершенной конкуренции
11. Объясните понятия:
- конкуренция
 - ценовая конкуренция
 - неценовая конкуренция
 - монополия
12. Как вы думаете, что такое ценовая война и каково ее положительное и отрицательное воздействие на экономику?
13. Заполните таблицу:

Основные черты рыночной ситуации	Чистая монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция
Количество фирм, производящих продукцию			
Типы продукта			
Контроль над ценой			
Степень сложности входа в отрасль			

14. В чем Вы видите особенности земли как фактора производства?
15. Найдите общие и отличительные черты эффекта дохода и эффекта замещения.
16. В чем Вы видите своеобразие рынка труда?
17. Что такое «нормальная прибыль»?
18. Чему равны экономические издержки производства? Объясните, чем отличается экономический подход к определению величины издержек от бухгалтерского?
19. На основании приведенных ниже данных определите внешние, внутренние, бухгалтерские, экономические издержки производства, а также бухгалтерскую и чистую прибыль (в тыс. ден. ед.)
- заработная плата наемного персонала – 40,0
 - возможный заработок предпринимателя – 20,0
 - выплата процентов за кредит – 10,0
 - возможный доход на собственный капитал – 5,0
 - амортизация – 15,0
 - сырье и материалы
 - арендная плата, которую можно получить за помещение фирмы – 30,0
 - выручка от реализации – 200,0

КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

Тесты к модулю II

1. Если предложение растет, кривая предложения сдвигается:
 - a) вниз, влево
 - b) вверх, вправо
 - c) вверх, влево
 - d) вниз, вправо
2. При обильном урожае доходы фермера:
 - a) возрастут
 - b) останутся без изменения
 - c) снизятся
 - d) ответы a, b, c неправильны
3. Кривая спроса для фирмы в условиях совершенной конкуренции совпадает с:
 - a) кривой предельной и средней выручки
 - b) кривой общей выручки
 - c) кривой общих затрат
 - d) кривой предельных затрат
4. Какое из положений имеет отношение к условиям возникновения рынка:
 - a) общественное разделение труда
 - b) общественная собственность на средства производства
 - c) централизованное планирование
 - d) появление денег
5. Если цена товара ниже цены равновесия, то возникает:
 - a) избыток
 - b) дефицит
 - c) сокращается безработица
 - d) ответы a, b, c не верны
6. Какая из перечисленных ниже черт является достоинством индивидуального частного предприятия:
 - a) ограниченность ответственности
 - b) возможности привлечения больших капиталов
 - c) простота процедуры учреждения
 - d) большие возможности получения кредитов
7. Бухгалтерские издержки:
 - a) равняются экономическим издержкам
 - b) больше экономических издержек
 - c) меньше экономических издержек
 - d) равняются нормальной прибыли
8. Постоянными являются издержки, которые не изменяются относительно:
 - a) технологии
 - b) объема выпускаемой продукции
 - c) уровня заработной платы
 - d) времени
9. Самый дефицитный ресурс современной российской экономики:

- a) труд
- b) земля
- c) капитал
- d) предпринимательство

10. Какой вид дохода получает собственник земли:

- a) заработная плата
- b) процент
- c) рента
- d) прибыль

11. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:

- a) выпускают дифференцированные товары
- b) выпускают однородные товары
- c) на рынке оперирует множество продавцов и покупателей
- d) каждая фирма сталкивается с горизонтальной кривой спроса на свой продукт

12. Изменения в уровне реальной заработной платы можно определить, сопоставляя изменения в уровне номинальной заработной платы с изменениями в:

- a) уровне цен на товары и услуги
- b) норме прибыли
- c) ставках налогообложения
- d) продолжительности рабочего времени

13. Если спрос на видеотехнику эластичен по цене, то снижение цены на нее приведет к тому, что:

- a) увеличатся расходы населения на видеотехнику
- b) население откажется от приобретения данного товара
- c) возникнет ажиотажный спрос на видеотехнику
- d) спрос будет, но несколько сократится

14. Если цена товара неэластичного спроса возросла с 300 рублей до 350 рублей, то выручка производителя:

- a) сократилась
- b) возросла
- c) осталась прежней
- d) повела себя эластично

15. Что является общим для олигополии и монополии:

- a) отрасль состоит только из одного производителя
- b) сравнительно невысокий уровень цен на продукцию
- c) высокие барьеры для вступления в отрасль
- d) отрасль состоит из нескольких крупных предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Борисов Е.Ф. Экономическая теория Учебник. Москва. Юрайт - М. 2002 год
2. Борисов Е.Ф. Экономическая теория в вопросах и ответах. Москва. Юристъ. 2000 год.
3. Войтов А.Г. Экономика. Общий курс. Учебник. Москва. 1999 год
4. Козырев В.М. Основы современной экономики. Москва. «Финансы и статистика».2003 г.
5. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. Учебник. Инфра - М. 14-е издание. 2003 год.
6. Основы предпринимательской деятельности. Экономическая теория. Под ред. дэн В.М. Власовой. М., «Финансы и статистика». 1999 год.
7. Основы экономической теории. Под ред. Дэн
8. Райзберг Б.А. Основы экономики. Учебное пособие. Учебное пособие. Москва. Инфра-М 2002 год.
9. Экономика. Учебник. Под ред. А.И. Архипова, А.Н. Нестеренко, А.К. Большакова, Москва. Проспект. 1999 год.

Дополнительная

1. Антикризисное управление: Учебник. — М.: Инфра-М., 2001.
2. Бем-Баверк Э. Основы теории ценности хозяйственных благ. — М.: Прогресс, 1992.
3. Библия. Книги священного писания Ветхого и Нового завета. — М.: Российское библейское общество, 1997.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. — М.: Министерство юстиции РФ, 1998.
5. Гумилев Л.Н. От Руси до России. — М.: Институт ДИ-ДИК. 1997.
6. Долан Э.Дж. и др. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика. — Л.: Профико, 1991.
7. Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Рынок: микроэкономическая модель. — СПб., 1992.
8. Кейнс Дж.М. Избранные произведения. — М.: Экономика, 1993.
9. Кларк Д.Б. Распределение богатства. — М.: Экономика, 1992.
10. Кондратьев Н.Д. Избранные сочинения. — М.: Экономика, 1993.
11. Конфуций. Уроки мудрости. Сочинения. — М.: ЗАО ЭКСМО-Пресс, 1998.
12. Коран. — М.: Раритет, 1990.
13. Коуз Р. Фирма, рынок и право. — М.: Дело, 1993.
14. Курс экономической теории: Учеб. пособие. — М.: МГУ, 2001.
15. Ленин В.И. Империализм как высшая стадия капитализма. Поли. собр. соч., Т. 27. — М.: Политиздат, 1962.
16. Маркс К. Капитал. Т. 1, 2, 3, 4. Сочинения. Т. 23, 24, 25, 26. — М.: Политиздат, 1960.
17. Маршалл А. Принципы экономической науки. Т. I, II, III. — М.: Прогресс, 1993.

18. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. — М.: Финансы и статистика, 2001.
19. Мировая экономика. Экономика зарубежных стран. — М.: Флинта, 2000.
20. Мировая экономика. — М.: Юрист, 2001.
21. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. — М.: Юрайт, 2002.
22. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. — М.: Прогресс, 1995.
23. Ойкен В. Основы национальной экономики. — М.: Экономика, 1996
24. Рикардо Д. Сочинения. Т. 1, 2, 3. — М.: Госполитиздат, 1955.
25. Робинсон Дж. Экономика несовершенной конкуренции. — М.: Прогресс, 1986.
26. Самуэльсон П. Экономика. Вводный курс. — М.: Прогресс, 1964.
27. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Соцэкгиз, 1962.
28. Сорос Дж. Кризис мирового капитализма. Открытой общество в опасности. — М.: Инфра-М, 1999.
29. Трудовой кодекс Российской Федерации // Российская газета, 31 декабря 2001 г. № 256 (2868).
30. Толстой Л.Н. Не могу молчать. Поли. собр. соч., Т. 37. — М.: Гос изд-во худож. литературы, 1956.
31. Толстой Л.Н. Патриотизм и правительство. Поли. собр. соч., Т. 90. — М.: Гос. изд-во худож. литературы, 1958.
32. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. — М.: Дело, 1993.
33. Фридмен М. Количественная теория денег. — М.: Л.-Пресс, 1996.
34. Хеше П. Экономический образ мышления. — М.: Новости, 1991.
35. Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал. — М.: Прогресс, 1993.
36. Чайнов А. Краткий курс кооперации. — М.: Кооперативное издательство, 1925.
37. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции (реориентация теории стоимости). — М.: Экономика, 1996.
38. Шумпетер Й. Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982.
39. Шумпетер Й. Капитализм, социализм, демократия. — М.: Экономика, 1995.
40. Эрхард Л. Благосостояние для всех. — М.: Начало-Пресс, 1991.

КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

- аванс* — денежная сумма, которую покупатель или заказчик предварительно выплачивает продавцу или его поставщику в счет предстоящих платежей за поставляемые товары или оказываемые услуги;
- авизо* — официальное извещение о выполнении расчетных операций, которое один контрагент высылает другому;
- авуары* — ликвидные активы, т.е. денежные средства, чеки, векселя, аккредитивы и т.п., которыми можно погасить обязательства владельца, предприятия, банка;
- аграрные отношения* — экономические отношения, которые складываются в сельском хозяйстве по поводу земли как объекта хозяйства и как объекта собственности;
- активы* — все принадлежащие предприятию или организации денежные, нематериальные и материальные средства, находящиеся в их собственности;
- акция* — ценная бумага, которая удостоверяет право собственности ее владельца на часть уставного капитала акционерного общества, юридически фиксирует акт купли-продажи данной ценной бумаги и приносит владельцу ее доход в форме дивидендов. Виды акций многообразны. Некоторые из них дают право голоса, т. е. право участия в управлении;
- амортизационные отчисления* — сумма денежных средств, которая предназначена для полного восстановления стоимости основных средств и, соответственно, для простого воспроизводства основных фондов;
- аренда* — предоставленное собственником имущества (земли, сооружений, зданий, транспортных средств и т.п.) другому лицу-арендатору (нанимателю) права временного владения, пользования и распоряжения этим имуществом на определенных взаимовыгодных экономических условиях. Непременной составляющей этих условий является арендная плата;
- арендная плата* в сельском хозяйстве и добывающих отраслях — форма оплаты за временное пользование землей или недрами, включает земельную (горную, водную и т. п.) ренту, амортизацию и проценты за пользование материальными активами (сооружениями, складами и т. п.);
- артель* — добровольный союз нескольких равноправных лиц, которые на основе договора участвуют в самых различных хозяйственных операциях;
- аудит* — особый вид предпринимательской деятельности, которая осуществляется в форме проверок, анализа и выработки предложений по

улучшению хозяйственной деятельности предприятий или любой другой деятельности организаций;

аукцион — особый способ продажи товаров, имущества или самих предприятий с публичных торгов. Покупателем является лицо, предложившее наивысшую цену;

банк — коммерческое учреждение, которое создается в соответствии с законодательством данной страны, действует на основе лицензии, занимается предпринимательской деятельностью в финансовой сфере и функционирует на принципах коммерческого расчета;

банкноты — бумажные деньги, выпускаемые эмиссионными (как правило, государственными) банками;

банкротство — неспособность хозяйствующего субъекта рассчитаться по своим обязательствам в положенные сроки;

бартер — прямой обмен товарами исключающий использование денег как средства обращения;

безработица — неполная занятость трудовых ресурсов, положение, при котором часть экономически трудоспособного населения не может применить свою рабочую силу вследствие макроэкономической нестабильности. Основным показателем уровня безработицы является доля безработных в совокупной рабочей силе;

бизнес-план — кратко сформулированная программа перспективного и текущего планирования предпринимательской деятельности, необходимая для оценки реальности прогнозируемого дела и обоснования внешних источников финансирования, включает в себя цели и средства их достижения в условиях рыночной системы;

биржа — регулярно функционирующий оптовый рынок однородных товаров (биржа товарная), ценных бумаг (биржа фондовая) и валюты (биржа валютная);

бюджет — роспись (смета) доходов и расходов того или иного хозяйствующего субъекта, органа власти, общественной организации. Особо выделяют бюджет государственный, субъектов Федерации, местный, консолидированный (сводный), федеральный, семейный и т.д.;

валовой внутренний продукт (ВВП) — макроэкономический показатель, выражающий совокупность конечных материальных благ и услуг, созданных на территории данной страны в течение определенного времени (как правило, года) всеми функционирующими предприятиями как национальными, так и зарубежными. Номинальный ВВП рассчитывается в фактических рыночных ценах; реальный ВВП — в постоянных, сопоставимых ценах какого-либо базисного года;

валовой национальный продукт (ВНП) — макроэкономический показатель, который выражает совокупную стоимость конечных материальных благ и

услуг, созданных только национальными предприятиями в течение определенного времени (как правило, года) как на территории своей страны, так и за рубежом. Номинальный ВВП рассчитывается в фактических рыночных ценах; реальный ВВП — в сопоставимых, постоянных ценах какого-либо базисного года;

валовой национальный доход (ВНД) — макроэкономический показатель, выражающий совокупность первичных доходов всех хозяйствующих субъектов. От ВВП он отличается величиной затрат, которые не включаются в ВНД;

валютная интервенция — разовая и целенаправленная скупка или распродажа иностранной валюты Центральным банком страны в целях регулирования плавающего курса валют в интересах своей страны;

всемирная торговая организация (ВТО) — соглашение стран, которое определяет общие нормы и правила, регулирующие современную международную торговую систему. Создана в 1994 г.;

Гиффена парадокс — возрастание спроса на хлеб, картофель и другие товары первой необходимости после значительного увеличения на них цен вследствие того, что покупатели с низким уровнем доходов стали потреблять в больших количествах относительно дешевые товары. Парадокс Гиффена — это один из вариантов эффекта замещения;

Госсена законы: первый закон утверждает, что предельная полезность любого товара уменьшается в процессе его потребления; второй закон утверждает, что при одновременном потреблении нескольких видов благ от каждой единицы блага необходимо получать максимальную предельную полезность;

государственное регулирование экономики — разнообразные формы воздействия государства на экономическую жизнь общества в связи с неспособностью рынка решать социальные проблемы в интересах всех членов общества;

Гражданский кодекс (ГК) — основной свод экономических и юридических норм, регулирующих гражданские отношения и гражданские права в системе отношений собственности (присвоения), купли-продажи и других общественных актов;

Грешема закон — утверждение, что худшие деньги в условиях биметаллизма вытесняют из обращения лучшие деньги, а в условиях инфляции полноценные товарные деньги (золотые и серебряные монеты) вытесняются бумажными деньгами;

девальвация — снижение официального курса национальной валюты по отношению к той или иной иностранной валюте; в условиях плавающего курса валют — это длительное и устойчивое падение курса национальной валюты;

- демонополизация* — комплекс мер, направленных на ограничение власти монополий. Способы и формы ограничения всевластия монополий различны и многообразны;
- демпинг* — особый вид недобросовестной конкуренции, когда товары продаются по искусственно заниженным ценам с целью завоевания рынка или вытеснения конкурентов с данного рынка;
- деньги* — в историческом аспекте товар, который является единым всеобщим эквивалентом и обладает абсолютной ликвидностью; в современных условиях деньги имеют три основных вида: товарные, символические и кредитные. Два последних вида являются абсолютно ликвидными и общепризнанными средствами обмена, хотя и не имеют товарной природы;
- депозит* — денежная сумма, помещенная в банк с целью хранения и получения доходов в виде процентов;
- дефицит государственного бюджета* — превышение расходов государства над доходами, которое оно получило;
- дефлятор* — коэффициент, используемый для пересчета экономических показателей, представленных в фактических ценах, в сопоставимые показатели, выраженные в ценах какого-либо базисного года;
- дивиденд* — часть прибыли акционерного общества, которую получают акционеры в соответствии с имеющимися у них акциями. Конкретные величины и условия выплаты дивидендов весьма и весьма различны;
- дисконтирование* — приведение всех затрат и будущих доходов к одному периоду времени. Часто это определение текущей стоимости активов на основе процентных ставок;
- дифференциация доходов населения* — различия в уровнях доходов отдельных слоев населения в силу неравенства их материального положения и способов получения жизненных благ;
- добавленная стоимость* — реальная стоимость, характеризующая вклад данного предприятия в создание конечного продукта или услуги, практически — это разность между рыночной ценой реализованной продукции и затратами на приобретение (покупку) сырья, топлива, материалов, энергии и полуфабрикатов со стороны, от предприятий-поставщиков;
- долг государственный* — задолженность государства, которая образуется на основе кредитного финансирования его бюджетных расходов;
- евро* — единая валюта государств, являющихся членами Европейского союза, которую ввели в действие с 1 января 2002 г. согласно Маастрихтскому договору (1991) об экономическом и валютном союзе;
- евродоллары* — американские доллары, размещенные за пределами США и используемые всеми странами для кредитных операций;

забастовка — коллективное прекращение работы с целью принудить предпринимателей или правительство страны выполнить требования бастующих;

задолженность — денежная оценка обязательств, подлежащих уплате:

- дебиторская задолженность — сумма долгов, причитающихся предприятию со стороны покупателей;
- кредиторская задолженность — сумма долгов, которую предприятие должно уплатить по своим обязательствам.

закон убывающей производительности факторов производства — тенденция относительного уменьшения объема производства при увеличении одного переменного ресурса в условиях, когда другие факторы производства неизменны, фиксированы;

залог — обязательство залогодателя гарантировать выполнение своих обязательств под наличное имущество, которое в случае невыполнения этих обязательств переходит к залогодержателю;

замораживание цен — требование государства остановить рост цен в условиях гиперинфляции;

заработная плата — доход, который получает наемный работник за труд. Следует различать цену рабочей силы и плату за труд;

земельная рента — часть прибыли, которую арендатор выплачивает собственнику земли за право временного пользования данным участком. По характеру образования земельная рента может быть дифференциальной, абсолютной и монопольной;

золотой запас — централизованный резервный запас золота в слитках или монетах, который находится в распоряжении Центрального эмиссионного банка страны;

зона свободной торговли — регион, в котором ведется беспошлинная торговля;

игра на бирже — спекулятивные операции на бирже с целью получения прибыли за счет разности в котировке биржевых товаров как в статике, так и в динамике. Игра может вестись на повышение курса и на понижение курса;

издержки предприятия — часть стоимости валовой продукции, которая обособляется в процессе кругооборота капитала (фондов) и количественно характеризует, во что обошлось производство и реализация данной продукции самому предприятию;

износ основных фондов — физическое изнашивание основных материальных средств и обесценивание их в процессе использования. Отсюда следует различать износ физический и моральный или экономический;

импорт — ввоз из-за границы товаров, услуг, технологии, капиталов для реализации их на внутреннем рынке данной страны;

инвестиции — долгосрочное вложение капитала в предприятия тех или иных отраслей экономики;

индекс стоимости жизни — отношение потребительской корзины в текущих ценах данного года к этой же потребительской корзине в ценах базисного года; характеризует изменение стоимости жизни в зависимости от динамики изменения цен;

инновационная деятельность — целенаправленная, планомерная деятельность по созданию, освоению и продвижению на рынок каких-либо научно-технических новшеств и организационно-управленческих решений;

институционализм — экономическая теория, которая особое значение придает роли общественных институтов и организаций в экономическом развитии страны;

интеграция — объединение экономических субъектов в самых различных формах и комбинациях;

инфляция — переполнение каналов товарно-денежного обращения излишним количеством денег в нарушение законов денежного обращения. Всякая инфляция — это рост цен, но не всякий рост цен есть инфляция;

ипотека — кредит под залог земли или другого недвижимого имущества;

кадастр земельный — систематизированный свод сведений о земле, который дает бальную оценку биологической и экономической ценности земли;

капитал — стоимость, которая приносит доход и которая воплощена в денежных, материальных и нематериальных формах (активах);

капитализм — та историческая стадия экономической формации, которая основана на частной форме собственности капиталистов на факторы производства и наемном труде юридически свободных работников, лишенных средств производства и поэтому вынужденных продавать свою рабочую силу;

кейнсианство — экономическая теория, которая устанавливает особенности экономических процессов на микро- и макроуровнях, а также обосновывает необходимость и значение государственного регулирования рыночной экономики;

клиринг — система взаиморасчетов без использования реальных денег;

конвергенция — сближение различных экономических систем;

конкуренция на рынке — соперничество между всеми участниками рынка за более выгодные условия производства, купли и продажи товаров;

консалтинг — деятельность по консультированию юридических и физических лиц по вопросам экономики и финансов;

котировка — установление курса ценных бумаг, цен товаров на биржах, а также курса иностранных валют;

концепция устойчивого развития — особая модель развития современной цивилизации, которая предполагает обеспечение мирового баланса между сохранением окружающей среды и решениями социально-экономических проблем;

кредит — форма ссудного капитала, при которой предоставляются займы товары или деньги на условиях возвратности, срочности и платности. Существует более десяти видов кредита;

кривая безразличия — линия, точки которой характеризуют различные комбинации двух товаров при их одинаковой общей полезности для потребителя;

курс валютный — цена денежной единицы данной страны, выраженная в денежной единице другой страны;

криминализация экономики — процесс формирования экономики, в которой значительную роль выполняют мафиозные и преступные группы;

Лаффера кривая — графическое изображение зависимости между величиной налоговых поступлений и величиной ставки налогов на доходы налогоплательщиков;

либерализм — теория, отвергающая необходимость вмешательства государства в экономическую жизнь общества и проповедующая свободу личной инициативы экономических субъектов. Исходной основой либерализма выступают три постулата: частная собственность, свободное предпринимательство и свободная конкуренция;

лизинг — трехсторонняя сделка по передаче в аренду дорогостоящей техники на кредитной основе;

ликвидность ценных бумаг — степень легкости или трудности превращения ценных бумаг в наличные деньги;

лицензия — документ, дающий право на ведение какой-либо деятельности;

ломбард — кредитная организация, которая занимается выдачей краткосрочных ссуд под залог движимого имущества;

макроэкономика — часть экономической теории, исследующая закономерности экономического развития общества в целом, как единой социально-экономической системы;

маржинализм — учение, которое объясняет экономические процессы на основе предельных, приростных величин и предельного анализа;

маркетинг — сознательная деятельность участников рынка, направленная на продвижение товаров и услуг к покупателю, заранее предопределяющая ответы на вопросы: что, как, где и кому продать данный товар;

марксизм — экономическое учение об отношениях между наемным трудом и капиталом, о закономерностях развития капиталистического общества;

- Маршалла «крест»* — графическое соотношение кривых спроса и предложения относительно уровня и динамики цены;
- менеджмент* — система средств и методов организации производства, труда и управления с целью повышения экономической и социальной эффективности предпринимательской и всякой хозяйственной деятельности;
- меновая стоимость* — способность одного товара обмениваться на другой товар или на деньги;
- меркантилизм* — экономическое учение, утверждающее, что богатство общества — это деньги, а деньги — это золото. Источник богатства меркантилисты видели в активном торговом балансе, т. е. в превышении экспорта над импортом;
- микроэкономика* — часть экономической теории, исследующая поведение индивидуальных хозяйствующих единиц (прежде, всего фирм) в рыночной системе экономики;
- монетаризм* — экономическое учение, утверждающее определяющую роль денежной массы, которая находится в обращении, в стабилизации и развитии рыночной экономики. Это учение возникло как антипод кейнсианской теории;
- монополия* — исключительное право одного предприятия на производство и торговлю каким-либо товаром;
- монопсония* — исключительное право одного предприятия на покупку того или иного товара;
- мультипликатор* — коэффициент, который показывает зависимость изменения дохода от изменения инвестиций; на макроэкономическом уровне — приращение валового национального продукта в зависимости от приращения инвестиций;
- наем* — форма продажи рабочей силы работником работодателю (предпринимателю или фирме) для последующего использования работника в процессе труда. Наем рабочей силы закрепляется в договоре (контракте);
- накопление* — обращение части доходов на увеличение производства капитала и фондов;
- налоги* — обязательные платежи, взимаемые государством с юридических и физических лиц;
- натуральное хозяйство* — исторически определенный тип хозяйства, при котором удовлетворение потребностей осуществлялось за счет производственной деятельности в рамках данного хозяйства;
- научно-техническая революция (НТР)* — качественное изменение в основных элементах производительных сил и технологии;

научно-технический прогресс (НТП) — поступательное развитие производительных сил общества, результатом которого является повышение экономической и социальной эффективности производства;

национализация — превращение частной собственности на факторы производства в государственную; процесс, противоположный приватизации;

национальное богатство — совокупность материальных благ и духовных ценностей, созданных данным обществом за всю предшествующую историю и сохранившихся к настоящему времени;

национальный доход — совокупная, вновь созданная стоимость в сфере всего общественного производства данной страны;

ноу-хау (англ. know how — знаю как) — условное обозначение интеллектуальной собственности — технологических секретов, практического опыта, различной другой интеллектуальной деятельности, имеющей коммерческую ценность;

облигация — ценная бумага, которая удостоверяет право собственности ее владельца на указанную часть денежных активов, фиксирует отношения займа и дает право на получение доходов в той или иной форме;

общественная формация — исторически определенная стадия развития общества, синтез производительных сил и экономических отношений;

общество акционерное — организационная форма предпринимательской деятельности, при которой ее уставный капитал формируется на основе выпуска и продажи акций;

оборачиваемость оборотных средств — скорость возврата авансированных оборотных средств; измеряется временем кругооборота этих средств;

оборот внешнеторговый — сумма экспорта и импорта страны за определенный период времени;

общественно необходимые затраты труда (ОНЗТ) — затраты, которые определяют общественную (рыночную) стоимость товаров;

олигархия — экономическое и политическое господство небольшой группы людей в данном обществе;

олигополия — господство небольшого числа крупных корпораций на рынке;

опцион — ценная бумага, дающая право ее владельцу гарантированно приобретать акции в будущем периоде, а также право реализовывать их на фондовом рынке;

оптимальность по Парето — любое изменение, которое никому не приносит убытков, но приносит пользу и улучшает жизнь или всем людям, или хотя бы части этих людей;

организация некоммерческая — учреждение, которое не преследует извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности;

отмывание денег — операции, которые скрывают теневой, незаконный характер приобретения денег и придают им легальный и законный характер;

отношения экономические — связи и взаимоотношения между людьми в процессах производства, распределения, обмена и потребления благ и услуг;

охлократия — выродившаяся демократия, царство толпы, где господствует хаос, насилие и беззаконие;

паблик рилейшнз (от *англ.* public relations — общественные связи) — организация общественного мнения вокруг фирмы;

пассив — совокупность долгов и обязательств предприятия; часть баланса, раскрывающая источники образования активов;

пени — денежный штраф, применяемый в случае невыполнения обязательств в установленный срок;

полезность предельная — полезность, которую получает покупатель от потребления последней, дополнительной единицы какого-либо блага, услуги, товара;

пособие по безработице — форма социальной защиты безработных в виде денежной выплаты. Пособие по безработице всегда имеет временный характер и количественно ниже заработной платы, которую работник получал до потери своей работы;

потребительная стоимость — способность товара удовлетворять какую-либо потребность людей;

предприниматель — менеджер-новатор, который ведет собственное дело как индивидуальное, так и коллективное, имея в нем свою долю собственности или используя заемный капитал;

предложение — идеальная готовность и реальная возможность товаропроизводителя произвести и поставить на рынок определенное количество товара;

прибавочная стоимость — стоимость, созданная трудом наемного работника сверх стоимости его рабочей силы и присвоенная собственником факторов производства. Материальную основу прибавочной стоимости составляет прибавочный продукт;

прибыль — разность между валовой выручкой и валовыми издержками, выражает эффективность деятельности коммерческих предприятий;

приватизация — передача имущества, находящегося в государственной собственности, в частную собственность юридических или физических

- лиц; антипод национализации — превращению частной собственности в государственную;
- продукция валовая* — совокупность благ и услуг, произведенных данным предприятием за определенный период времени;
- протекционизм* — государственная политика, направленная на защиту собственных товаропроизводителей от иностранных конкурентов как на внутреннем, так и на внешнем рынках;
- процент* — доход от денежных активов, представляемых взаймы;
- ревальвация* — повышение курса национальной валюты по отношению к валюте другой страны;
- резидент* — экономический агент или хозяйствующий субъект, имеющий постоянное местопребывание в данной стране;
- рента* — регулярно получаемый доход собственником капитала, земли, любого другого имущества при условии, что сам получатель дохода не занимается предпринимательской деятельностью. Следует различать виды ренты по месту образования и по характеру (закономерностям) образования;
- реструктуризация долга* — пересмотр сроков и условий выплаты процентов по займам, а также пересмотр сроков и условий погашения основной суммы долга;
- риск* — неопределенность, связанная с принятием экономических решений;
- рубль* — основная денежная единица в России. 1 рубль = 100 копейкам;
- ростовщик* — в докапиталистическую эпоху лицо, которое предоставляло денежные ссуды под процент на жестких условиях (высокие ставки процентов, короткий срок ссуды);
- рынок* в узком смысле — система отношений между продавцом и покупателем; в широком смысле — сложный механизм движения благ и услуг в форме товаров и денег на всех уровнях экономической системы;
- сбережения* — часть денежных доходов, не используемых на потребление;
- себестоимость* — денежное выражение текущих затрат предприятия на производство и реализацию продукции;
- сегментация рынка* — деление рынка на зоны (части), которые учитывают групповые потребности различных покупателей товаров и услуг;
- сеньораж* — право государства на печатание денежных знаков, часто выступает как способ покрытия дефицита государственного бюджета за счет выпуска (эмиссии) денег центральным банком;
- система национальных счетов* — совокупность счетов, отражающих основные стадии движения продукции от валового выпуска и промежуточного потребления до конечного использования на макроуровне;

собственность — исторически определенная форма присвоения благ, в которой можно выделить четыре аспекта: объект, субъект, форму и отношения между людьми по поводу присвоения благ;

социализм — учение, в основе которого заложена идея социальной справедливости, равенства, братства на основе общественной собственности на средства производства;

социализм государственный — социально-экономическая система, в которой основную роль выполняют государственная и кооперативная формы собственности, а распределение благ и услуг осуществляется на основе трудового вклада (меры труда);

социальная защита — обеспечение прав населения на улучшение жизни, условий труда, безопасность и т.п.;

спрос — идеальная потребность и реальная возможность потребителя купить определенное количество данного товара;

субсидия — пособие, предоставляемое на безвозмездной основе;

средства производства — совокупность предметов труда и средств труда, образующих в единстве вещественные факторы производства;

ставка рефинансирования — официальная учетная процентная ставка центрального банка, по которой он выдает кредиты коммерческим банкам;

стоимость избыточная — та часть прибавочной стоимости, которая превышает ее общественно нормальный уровень;

субвенция — пособие, предоставляемое по строго целевому назначению;

теория больших (длинных) циклов — учение о циклах продолжительностью 50-60 лет, характеризующихся тенденцией к повышению и понижению. В экономической литературе обычно их называют циклами Кондратьева. В основе этих циклов лежат факторы научно-технической революции;

таможенная пошлина — обязательный взнос, который взимают таможенные органы данной страны при ввозе и вывозе товаров;

теория предложения — учение, которое исследует влияние изменения налоговой политики на совокупное предложение;

товар — экономическое благо, предназначенное для обмена и купли-продажи;

товарищество — объединение физических или юридических лиц для совместной предпринимательской деятельности; различают простое товарищество, товарищество на вере, товарищество полное, товарищество с ограниченной ответственностью и товарищество с дополнительной ответственностью;

транснациональная корпорация (ТНК) — крупная фирма, которая осуществляет прямое зарубежное инвестирование и, следовательно, имеет за рубежом свои дочерние предприятия, кроме фирмы в стране базирования;

трансферты социальные — выплаты из государственного бюджета лицам, которые получают доходы из бюджета;

уровень жизни — степень удовлетворения материальных и духовных потребностей населения;

факторинг — кредитование поставщика в форме предварительной оплаты его долговых требований;

факторы производства — ресурсы, используемые в процессе производства благ и услуг (земля, труд, капитал, организация и информация);

федеральная резервная система (ФРС) — специфическая организационная денежная система США, включающая совет управляющих, 12 федеральных резервных банков и около 6000 коммерческих банков — членов ФРС;

фермер — предприниматель, который занимается хозяйственной деятельностью в сельском хозяйстве;

фирма или *предприятие* — хозяйствующий субъект, который имеет право юридического лица, занимается предпринимательской деятельностью и функционирует на принципах коммерческого расчета;

фонд накопления — часть национального дохода, используемая на расширенное воспроизводство, создание резервов и развитие непродуцированной сферы;

фонд потребления — часть национального дохода, используемая для удовлетворения личных и общественных потребностей населения;

франчайзинг — форма интеграции крупного и малого бизнеса, при которой крупная компания дает право мелкой фирме выступать под своей торговой маркой;

фьючерсный контракт — обязательство поставить товар или финансовые активы к установленному сроку по цене в момент заключения сделки;

хеджирование — способ защиты от риска вследствие возможного изменения цен в будущем периоде;

холдинг — акционерная компания, владеющая контрольными пакетами акций нескольких акционерных обществ;

цена — денежное выражение стоимости; сумма денег, которую покупатель уплачивает, а продавец получает за проданный товар;

цена FOB — оплата товара, включающая расходы экспортера на транспортировку и погрузку товара на борт судна в отличие от цены СИФ — формы учета расходов импортера;

цена франко — цена, установленная с учетом затрат или до станции отправления, или с учетом затрат до станции назначения;

ценные бумаги — коммерческие документы (сертификаты), которые удостоверяют право собственности владельца на те или иные активы, юридически фиксируют отношения займа или купли-продажи и приносят их владельцам доход в той или иной форме. Виды ценных бумаг многообразны: акции, облигации, казначейские обязательства, страховые полисы, опционы, фьючерсы и т.д.;

ценообразование — процесс формирования уровня цены на данный товар;

цикл экономический — среднесрочный период развития рыночной экономики от данного кризиса до другого, включает четыре фазы: кризис, депрессию, оживление и подъем;

цивилизация — исторически определенная ступень развития человеческого общества на основе развития самого человека и его духовного мира;

чек — документ, содержащий требование владельца текущего счета банку о выплате указанной суммы предъявителю или определенному лицу;

чистая продукция — часть валовой продукции за вычетом всех материальных затрат;

чистый национальный продукт — часть валового национального продукта за вычетом амортизационных отчислений, т.е. той части годового производства, которая идет на замещение в данном году;

экономическая реформа — это такие преобразования в государственной политике, которые неизбежно ведут к изменениям в поведении хозяйствующих субъектов;

экономический рост — увеличение реального объема производства, его поступательное развитие. Различают экономический рост на микро- и на макроэкономическом уровнях. Соответственно этому и показатели экономического роста на микро- и макроуровнях различны;

экономика теневая — часть хозяйствующих субъектов, которые ведут свою деятельность на нелегальной и незаконной основе;

эксплуатация наемного труда — присвоение собственником капитала и средств производства части результатов труда наемных работников;

экспорт — вывоз товаров, услуг, работ, интеллектуальной собственности за границу;

экспроприация — принудительное отчуждение имущества, осуществляемое государственными органами. Эта акция может проводиться в форме реквизиции (оплаты) и конфискации (безвозмездно);

эластичность предложения по цене — относительное изменение объема предложения при изменении цены на 1%;

эластичность спроса по цене — относительное изменение объема спроса при изменении цены на 1%;

эмиссия денег — выпуск в обращение денежных знаков с целью увеличения денежной массы;

эмитент — юридическое лицо, выпускающее ценные бумаги;

Энгеля закон — падение доли расходов на продовольствие при увеличении уровня семейных доходов и соответственно увеличение доли расходов на нематериальные потребности. Этот закон позволяет определять уровень жизни населения той или иной страны или отдельной семьи;

эффект дохода — влияние изменения цены товара на реальный доход потребителя;

эффект замещения — влияние изменения цены на виды и количество товаров, которые купит потребитель при данном номинальном доходе;

эффективность производства — достижение максимальных результатов производства при минимуме затрат и ресурсов;

эффективность социальная — способность производства улучшать благосостояние народа;

ярмарка — периодически проводимые торги в местах, наиболее благоприятных для этих целей в строго определенное время. Значительную часть ярмарочного оборота составляет оптовый торг.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Учебное издание

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

МОДУЛЬ II. МИКРОЭКОНОМИКА-1

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ
для студентов экономического факультета

Составитель:
НАСЫБУЛЛИНА Ольга Викторовна

Технический редактор, оформление *Александровой М.Н.*
Корректор *Шамонова А.М.*

Формат 60*90/16. Бумага газетная. Гарнитура New Roman. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 9,5. Уч.-изд. л. 8,37. Тираж 500 экз. Заказ №

Издательство «Юниверсум».
420012, г. Казань, ул. Достоевского, д. 10.
Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленных материалов
в типографии ОАО «Щербинская типография».
117623, г. Москва, ул. Типографская, д. 10. Тел. 659-2327