

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Витебский государственный
университет имени П.М. Машерова»
Кафедра гражданского права и гражданского процесса

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Курс лекций

*Витебск
ВГУ имени П.М. Машерова
2019*

УДК 330(075.8)+334.7(075.8)
ББК 65я7+65.29я7
О-75

Печатается по решению научно-методического совета учреждения образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова». Протокол № 7 от 28.10.2019.

Составитель: доцент кафедры гражданского права и гражданского процесса ВГУ имени П.М. Машерова, кандидат экономических наук
В.А. Янчук

Рецензент:
доцент кафедры гражданского права
и гражданского процесса ВГУ имени П.М. Машерова,
кандидат экономических наук *Л.Ф. Трацевская*

Основы экономики и предпринимательства : курс лекций /
О-75 сост. В.А. Янчук. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2019. –
196 с.

Данное издание включает в себя лекционный курс, перечень основных понятий и терминов, вопросы, тестовые задания, задачи, терминологический словарь, список основной и дополнительной литературы и ответы к заданиям.

Предлагаемый курс лекций предназначен для студентов дневной и заочной форм обучения неэкономических специальностей, в том числе по специальности «Международное право», и учащихся старших классов общеобразовательных школ.

УДК 330.1(075.8)+334.7(075.8)
ББК 65я7+65.29я7

© ВГУ имени П.М. Машерова, 2019

ПРЕДИСЛОВИЕ

Главный вопрос, который возникает у любого здравомыслящего человека, такой: а зачем вообще нужно изучать экономику и предпринимательскую деятельность в учебных заведениях, в том числе и в школе? Да и надо ли это делать всем без исключения? Ведь не каждый из нас умеет писать картины или играть на музыкальных инструментах.

Но, *во-первых*, экономика – это та среда, которая окружает человека с рождения и до последних дней. Поэтому любой из нас имеет дело с товарами, услугами, ценами. Мы сравниваем доходы с расходами и стараемся достичь наилучшего соотношения между ними. Таким образом, все люди в сознательном возрасте, хотя бы они того или нет, в той или иной мере являются экономистами.

Во-вторых, не разбираясь в экономике, вряд ли можно повысить свой уровень жизни, если, конечно, вы не стали наследником крупного состояния. Да и оно может «растаять», поскольку его надо уметь сохранять и приумножать, а для этого нужно быть в ладах с экономикой. Способность зарабатывать себе на жизнь – это тоже экономика. При этом экономической деятельностью может заниматься не только наемный работник, но и предприниматель, который сам себе создает рабочее место и зарабатывает доход. Более того, как иногда говорят, предприниматель – двигатель рыночной экономики. Для нашей Республики Беларусь это обстоятельство особенно важно, поскольку она формирует современную рыночную экономику.

В-третьих, экономические знания позволяют глубже вникать в экономическую политику правительства, помогают сделать карьеру в лучшем смысле этого слова. Лауреат Нобелевской премии американский экономист, автор первого в мире учебника по экономике, П. Самуэльсон высказал такую мысль: «Человек, который систематически не изучал экономическую теорию, подобен глухому, пытающемуся дать оценку музыкальному произведению».

В-четвертых, изучение экономики позволяет глубже освоить и такие дисциплины, как математика, экономическая география, экономическая история и др.

Перечень аргументов в пользу изучения экономики можно и продолжить и далее. Но очевидно одно: элементарное представление об экономике необходимо иметь каждому из нас. Поэтому составитель надеется, что предлагаемый курс лекций поможет вам усвоить азы экономики и сформировать представление о предпринимательской деятельности.

В данном издании 16 тем, размещенных в четырех разделах.

В первом разделе дается представление о том, какие потребности человека удовлетворяются с помощью экономики. Здесь же вы найдете ответ на вопрос, что подразумевают под экономикой, и какая она бывает. Большое внимание уделяется рыночной экономике. Раскрываются такие понятия, как конкуренция, товар и деньги.

Во втором разделе речь идет о таких законах рыночной экономики, как спроса, предложения, взаимодействия спроса и предложения, обмена эквивалентов и денежного обращения. Много места отводится поведению потребителя в рыночной экономике, раскрываются модели и правила его рационального поведения.

В третьем разделе описывается экономика на макроуровне, ее структура и показатели. Дается представление о национальном рынке, системе банков, их операциях. Здесь Вы также получите ответ на вопрос, для чего предпринимателю нужен кредит, и на каких условиях можно его получить. Выясняется также экономическая и социальная роль государства в современных условиях.

Четвертый раздел специально посвящается предпринимательству, менеджменту и маркетингу. И это не случайно. Дело в том, что некоторые из вас наверняка будут заниматься предпринимательской деятельностью. И здесь дается представление о том, что это такое, раскрывается роль предпринимателя в рыночной экономике, описываются сферы предпринимательства. Много места отведено планированию предпринимательской деятельности.

Предложенное издание полностью соответствует разработанной его составителем программе под названием «Основы экономики и предпринимательства» [20].

Изучение предмета рассчитано на студентов неэкономических вузов и факультетов и учащихся IX–XI классов общеобразовательных учебных заведений.

В издании широко представлены рисунки, графики, таблицы, схемы, способствующие более глубокому усвоению материала. По окончании каждой главы дается перечень основных понятий экономики, приводятся вопросы, тесты, смысловые задания и задачи. Кроме того, есть и веселая страничка, в которой приводятся занимательные истории на экономическую тему. В конце учебного издания даются ответы на приведенные задания, представлен перечень основных вопросов курса «Основы экономики и предпринимательства», словарь экономических понятий.

Разобраться в преимуществах и недостатках различных экономических систем, в том числе и в современных, непросто, но любая дорога начинается с первого шага.

Раздел I

ПОТРЕБНОСТИ. ЭКОНОМИКА. ТОВАР

ТЕМА 1. ПОТРЕБНОСТИ И ЭКОНОМИКА

Потребности у каждого человека занимают особое место. Да и экономика для того и существует, чтобы их удовлетворять. Наши потребности разнообразны. Выясним теперь некоторые их классификации.

1.1. ПОТРЕБНОСТИ И ИХ ВИДЫ. МНОГО ЛИ ЧЕЛОВЕКУ НАДО?

Все в жизни каждого человека начинается с потребностей. Да и экономика для того в первую очередь и существует, чтобы их удовлетворить. *Потребность — это желание человека, группы людей, населения страны приобрести для использования какое-либо благо.* Наши потребности многообразны и классифицировать их можно по разным признакам.

Пирамида потребностей по А.Маслоу. В учебниках по экономике, как правило, приводится структура потребностей человека, предложенная известным американским социологом и психологом, основателем гуманистической теории развития личности А. Маслоу. В ее основе лежит **степень значимости потребности для человека.** Люди, по его мнению, удовлетворяя свои потребности, как бы поднимаются на вершину пирамиды, состоящей из пяти уровней (рис. 1.1):

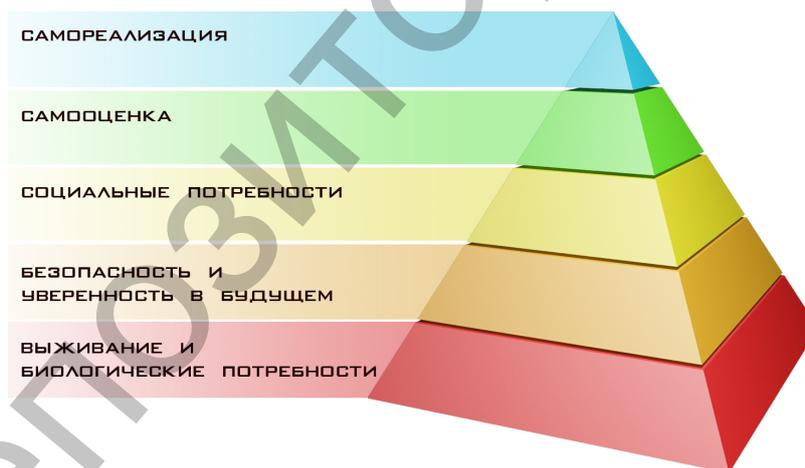


Рис. 1.1. Структура потребностей (по Маслоу)

1) выживание и биологические потребности; 2) безопасность и уверенность в будущем; 3) социальные потребности; 4) самооценка; 5) самореализация. Для того чтобы достичь основной цели развития личности – самореализации (5-й уровень, или вершина пирамиды А. Маслоу), человеку сначала, очевидно, нужно есть, пить, одеваться, иметь жилье и т.п. (1-й уровень пирамиды). Он должен быть защищен от природной стихии, нищеты, преступности и уверен в завтрашнем дне (2-й уровень пирамиды). Но человек – существо, прежде всего, социальное. И помимо удовлетворения вышеперечисленных потребностей, ему необходимо общаться с другими людьми. Потреб-

ности человека в общении, дружбе, любви называются социальными (3-й уровень пирамиды). Не менее существенной является потребность в уважении других людей, которое невозможно без самоуважения и самооценки (4-й уровень пирамиды). Согласно теории А. Маслоу, каждая личность уникальна, и вершиной развития человека являются его потребности в самореализации. Но только 1% людей, по мнению А. Маслоу, достигает такого уровня развития.

По уровню потребления выделяются потребности *личные, коллективные и общественные*. К первым относятся потребности отдельного человека в предметах индивидуального потребления, например, в хлебе, обуви, одежде. Ко вторым – потребности коллектива, например, предприятия в повышении эффективности производства. И, наконец, можно выделить потребности всего общества как единого организма, например, в национальной обороне от внешних врагов, охране окружающей среды.

По степени рациональности потребности имеет смысл также выделять потребности *рациональные* (разумные) и *иррациональные* (неразумные). К числу первых относят потребности в гармоничном и всестороннем развитии человека, например, в укреплении здоровья, получении образования, развитии интеллектуальных способностей. Удовлетворение же потребностей иррациональных ведет к деградации человека, например, в курении, в наркотиках ослабляет здоровье, сокращает продолжительность жизни.

По объекту, на который они направлены, потребности подразделяются на материальные, духовные, этические и эстетические. *Материальные* потребности связаны с удовлетворением потребностей в пище, одежде, жилье, продолжении рода. Особо выделим потребности *духовные* — в знаниях, в образовании, в осмыслении мира, в вере, в повышении уровня культуры. В настоящее время большое влияние на экономику оказывает *этика*. Появилась даже такая наука, как «*этическая экономия*», где развитие экономики рассматривается с точки зрения нравственности. При этом делается вполне обоснованный вывод о том, что только экономика, основанная на нравственных идеалах, и может быть действительно эффективной. *Эстетические* потребности — это потребности в искусстве.

По степени насыщения потребностей различают *насыщаемые* потребности и *ненасыщаемые*. Первые можно удовлетворить полностью. Они предполагают определенный предел, например, в продовольственных товарах. Вторые же ненасыщаемые и не имеют предела в своем удовлетворении, например, потребности в интеллектуальном развитии, в образовании, в предметах роскоши.

Итак, многообразие потребностей человека велико и, собственно говоря, именно экономика и позволяет их удовлетворять. Но что это такое?

1.2. ЭКОНОМИКА И ЕЕ РЕСУРСЫ

Любая экономика начинается с *производства* продукции. Необходимость же самого производства возникает тогда, когда человеку уже недостаточно благ, изготовленных самой природой, например, грибов, ягод, рыбы. Однако с помощью одних рук тоже мало что произведешь, если и произведешь вообще. Те блага, которые человек может использовать для производства продукции, будем называть *ресурсами*. Сами же ресурсы, в свою очередь, подразделяются на две группы. Одни природа создала в достаточном количестве, например, воздуха пока хватает всем людям без ограничений. Такие блага, данные нам природой, считаются *неограниченными ресурсами*. Их, к сожалению, не очень много. Абсолютно преобладают блага, ограниченные по своему объему. Вот они-то и считаются *ограниченными ресурсами*. К ним относятся, например, нефть, газ, древесина, земля. Сами же ограниченные ресурсы, в свою очередь, делятся на *воспроизводимые* и *невоспроизводимые*. Количество первых может быть воссоздано человеком, например, лес можно вырастить. Вторые же людьми воспроизведены

быть не могут, во всяком случае, пока. К ним, например, относятся газ, нефть, уголь. Ограниченность ресурсов вынуждает общество использовать их наилучшим образом, т.е. оптимально. В том случае, когда человек приспособливает ограниченные ресурсы для удовлетворения своих потребностей, деятельность его и становится *экономической*.

Все ограниченные ресурсы, применяемые в производстве, подразделяются на трудовые ресурсы, природные и произведенные человеком.

Трудовые ресурсы – экономически активная часть населения, обладающая физическими и духовными способностями для участия в трудовой деятельности. На практике трудовые ресурсы обычно оценивают по трем параметрам: социально-демографическому, профессионально-квалификационному и культурно-образовательному.

В Республике Беларусь к трудовым ресурсам относят трудоспособных людей в трудоспособном возрасте. Это, например, мужчины от 16 до 60 лет и женщины от 16 до 55 лет, работающие инвалиды, пенсионеры и подростки.

На современном этапе уровень развития экономики определяется, прежде всего, качеством трудовых ресурсов – их знаниями, образованием, профессиональной подготовкой, здоровьем.

Природные ресурсы – это предметы и явления природы, которые могут быть использованы в процессе производства. К ним относятся земля и все, что на ней растет, реки, озера, моря океаны, минеральные ресурсы, например, из нефти можно производить бензин, из древесины – мебель. Это ресурсы, данные человеку природой.

Произведенные ресурсы – это ресурсы, созданные трудом человека, с целью их использования в процессе производства. Мы будем называть их *средствами производства*. Они подразделяются на предметы и средства труда.

Предметы труда – ресурсы, на которые работник воздействует в процессе производства и преобразует их в нужную ему продукцию. Из шерсти, к примеру, изготавливают сначала пряжу, затем нить, ткань, потом шьют костюм.

Средства труда – ресурсы, с помощью которых работник либо воздействует на предметы труда, либо обеспечивает соответствующие условия труда. Выделяют активную часть средств труда, или орудия труда, и пассивную. К орудиям труда относят средства труда, непосредственно участвующие в производстве продукции, например, станки, машины, автоматы, кибернетическая техника. К пассивной части средств труда относятся средства труда, обслуживающие процесс производства, т.е. создающие условия для него, например, здания, сооружения, коммуникации.

Ограниченные ресурсы, непосредственно используемые в производстве, называются *факторами производства*.

Упрощенная модель производства какой-либо продукции представлена на рис. 1.2.

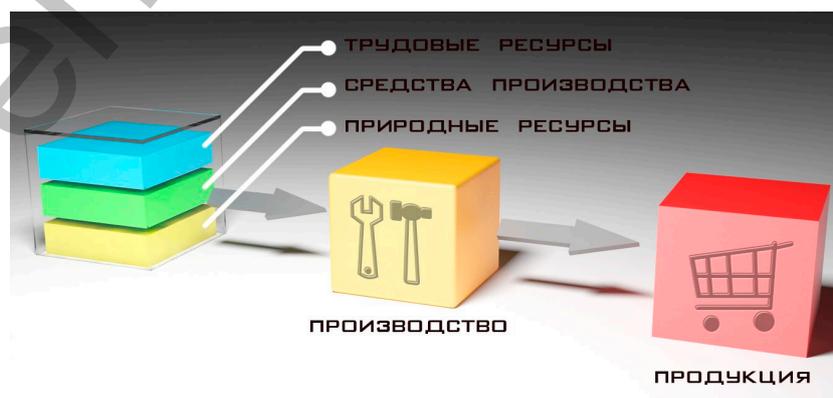


Рис. 1.2. Модель производства продукции

Экономическая деятельность человека не исчерпывается производством продукции. Продукцию надо не только произвести в определенном количестве и качестве, но и доставить к потребителю. При этом возникает естественный вопрос: как это сделать? Возможны три варианта экономического поведения. Кратчайший путь «**производство – потребление**» предполагает, что продукция потребляется непосредственно на предприятии-изготовителе. Представить его нетрудно. Можно, например, съесть конфету прямо на кондитерской фабрике. Но даже в этом случае одними конфетами сыт не будешь, хотя какое-то время такая ситуация может даже понравиться. А что бы вы, интересно, посоветовали делать металлургам, шахтерам?

Второй способ доведения продукции до потребителя предполагает существование не двух, а трех звеньев: «**производство – распределение – потребление**». Возьмем, к примеру, производство картофеля в подсобном хозяйстве. Вначале он распределяется на семена, корм для животных и продовольствие. Третья доля непосредственно предназначена для удовлетворения непродовольственных потребностей человека.

Самая длинная дорога продукции к потребителю состоит уже из четырех участков: «**производство – распределение – обмен – потребление**». Третьим звеном, как видно, в этой цепи экономических отношений является обмен результатами производства.

Потребление благ человеком – это и есть удовлетворение его потребностей. Таким образом, круг замыкается (рис. 1.3.), а затем все повторяется, но во всевозрастающих масштабах, так как росту потребностей нет границ.

Вместе с тем на рис. 1.3. видна взаимная связь между производством и потреблением продукции. Она означает, что, с одной стороны, производство в то же время есть потребление экономических ресурсов. С другой же стороны, само потребление произведенной продукции есть производство, например, рабочей силы работников.

Теперь у нас вполне достаточно информации для того, чтобы дать определение экономики. *Экономика – это взаимосвязанная совокупность процессов производства, распределения, обмена и потребления продукции на основе использования ограниченных ресурсов с целью удовлетворения потребностей людей.*

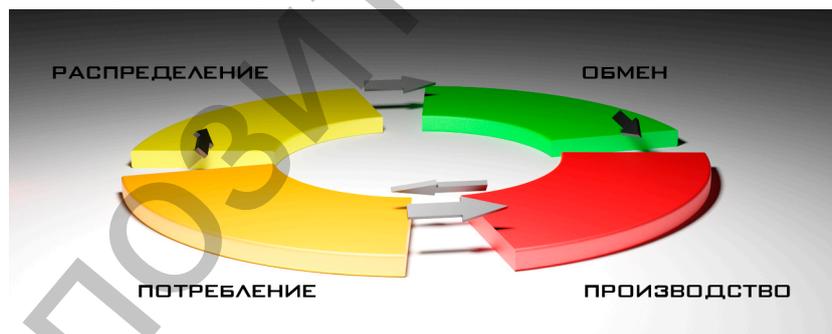


Рис. 1.3. Кругооборот в экономике

Из сказанного вытекает и содержание главной задачи любого государства: использовать ограниченные ресурсы таким образом, чтобы добиваться наилучших результатов. Государство может достичь поставленной цели лишь в том случае, если к этому будут стремиться все предприятия и каждый человек в отдельности. Все люди, в той или в иной степени, сравнивают доходы с расходами и пытаются найти наилучшее соотношение между ними, т.е., по сути, они выступают в роли экономистов. У одних это получается лучше, у других – хуже. Одни стараются экономически рационально использовать заработную плату, другие – прибыль, третьи – стипендию.

Но не все так очевидно. Для того чтобы разобраться в экономике достаточно глубоко, надо изучать экономическую науку, теорию экономики.

1.3. КАТЕГОРИИ, ЗАКОНЫ И ПРАВИЛА ЭКОНОМИКИ

Экономические категории. Для того чтобы превращать буквы в слова, а из слов составлять предложения, надо знать, естественно, алфавит. Так вот, таким алфавитом для экономистов является определенная совокупность экономических категорий. *Экономическая категория* – это научное понятие, характеризующее экономические процессы. В экономической теории различают всеобщие, общие и специфические экономические категории. Какая разница между ними?

Всеобщие категории характеризуют экономику на всех этапах ее развития, с возникновения по сегодняшний день. К ним, например, относятся такие категории, как “экономика”, “производство”, “распределение”, “потребление”, “ресурсы” и т.д. Об этих категориях уже было сказано достаточно много, поэтому не будем повторяться.

Общие категории характеризуют уже несколько этапов в развитии экономики. В качестве примера можно привести категории рыночной экономики, подробный разговор о которой еще предстоит. Это “спрос”, “предложение”, “товар”, “деньги”, “цена” и др.

Специфические категории характеризуют определенный этап в развитии общества, национальную экономику. Это, например, “индустриальная экономика”, “экономика знаний”, “национальный доход Республики Беларусь”, “национальное богатство Республики Беларусь” и др.

Законы экономики. Любая наука изучает законы, по которым развиваются те или иные процессы: физические, химические, экономические ... Но что такое **закон** вообще. *Это устойчивая, существенная, причинно-следственная связь между явлениями или процессами.* При этом каждое слово в этом определении играет важную роль. Связь может быть устойчивой, но не существенной. Если, к примеру, в университете вы регулярно ходите в столовую, то это вовсе не означает, ведь, что вы поступили в университет, чтобы питаться в его столовой. Существенные связи тоже бывают разные. Рассмотрим такие из них, которые довольно часто встречаются в экономике и описываются экономической теорией.

Во-первых, связь между явлениями может быть *прямой*. Если, например, возрастает цена на продукцию (P), то при этом, скорее всего, вырастут и поставки продукции (Q) на рынок (рис. 1.4.).

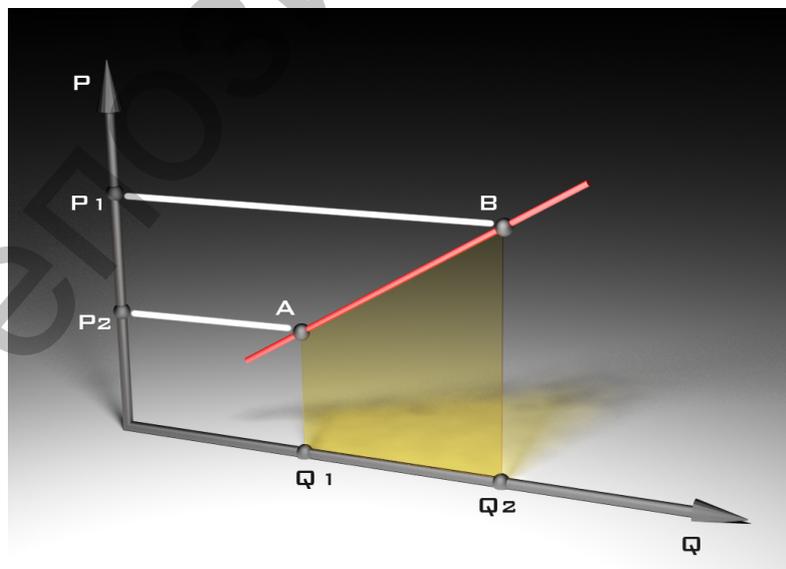


Рис. 1.4. Связь между величиной цены и поставками продукции

Во-вторых, связь может быть и *обратной*. Если, например, увеличивается цена на какой-либо товар, то снижается величина его покупок. На рис. 1.5 показано, что увеличение цены на товар с P_1 до P_2 , приводит к уменьшению количества приобретаемого товара с Q_2 до Q_1 .

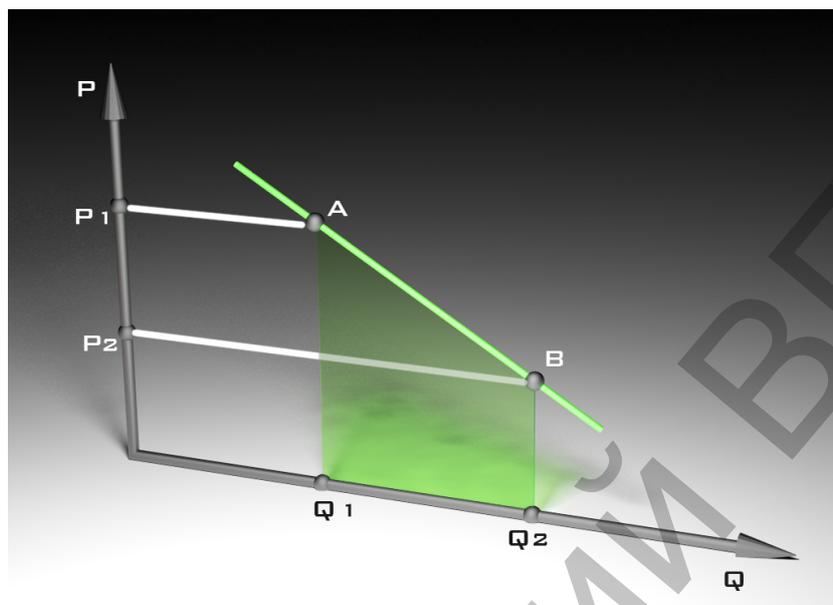


Рис. 1.5. Связь между величинами цены и спроса на товар

В-третьих, возможна и *переменная* связь, когда, например, при увеличении какого-либо фактора его производительность вначале растет, достигает максимума, а затем уменьшается. Она наглядно показана на рис. 1.6, где достаточно отчетливо видно, что с увеличением количества работников (K_p) на предприятии, при фиксированном оборудовании, естественно, средняя производительность труда работников ($\Pi_{тр}$) вначале растет, достигает точки максимума (E), а затем понижается.

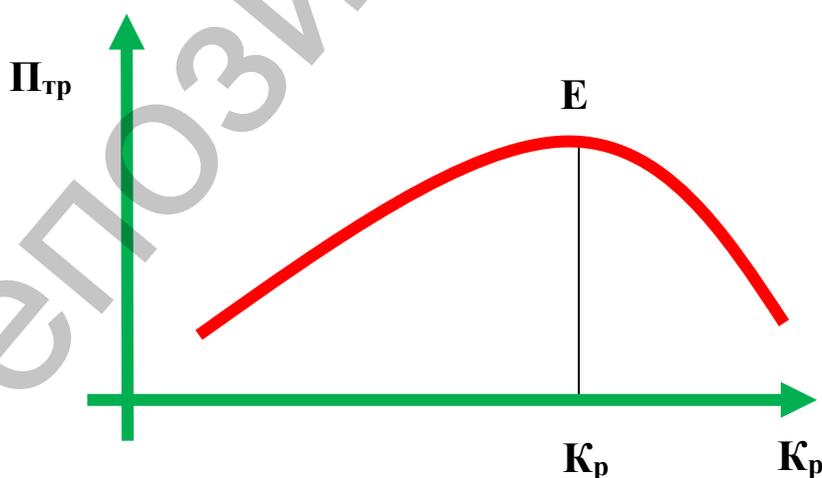


Рис. 1.6. Закон переменной производительности труда

Правила экономики. Под *правилами* будем подразумевать условия, или требования, выполнение которых приводит к определенным результатам. Они позволяют найти наиболее рациональный вариант использования ресурсов. Мало знать закон, по которому развивается какой-либо процесс, надо еще найти условие достижения опти-

мального результата. Возьмем, к примеру, закон переменной производительности труда, о котором уже шла речь. Он позволяет вывести следующее правило: количество работников оптимально, если их средняя производительность достигает максимума.

Экономическая теория, таким образом, позволяет вывести правила рационального использования ресурсов, как домашними хозяйствами, так и фирмами, отдельными предприятиями и государством в целом. Но обо всем этом речь еще впереди. Теперь же постараемся ответить на такой важный вопрос, какие методы используют экономисты, познавая законы и правила экономики?

1.4. МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ. КРИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Метод – это способ познания действительности, или путь, который помогает прийти к определенной цели. Он отвечает на вопрос, как тот или иной субъект познает реальность. Как делается вывод о действии законов и т.д. Все методы будем подразделять на общие методы и специальные, или специфические.

Общие методы. Методы считаются *общими*, если они применяются исследователями из разных областей научного знания. Эти методы, в свою очередь, подразделяются на парные и одинарные. Чем они отличаются?

Парные методы дополняют друг друга, образуют пару. Первую такую пару составляют методы *дедукции и индукции*. Методом дедукции раскрывал преступления знаменитый английский детектив Шерлок Холмс. *Дедукция* – это умозаключение от общего к частному. Дедуктивное умозаключение состоит из трех суждений: 1) общего положения, или большой посылки; 2) связанного с ним суждения, или малой посылки; 3) заключения. Например:

Все студенты экономического факультета изучают *маркетинг*.

Никитин – студент экономического факультета.

Никитин изучает *маркетинг*.

Индукция — это умозаключение от частного к общему. Индуктивное умозаключение состоит из трех суждений: 1) частных положений, или малых посылок; 2) связанного с ним суждения, или большой посылки; 3) заключения. Приведем пример.

Студент экономического факультета Иванов изучает *менеджмент*.

Студентка экономического факультета Голубович изучает *менеджмент*.

Все студенты экономического факультета изучают *менеджмент*

Вторую пару составляют методы *анализа и синтеза*. Если *анализ* предполагает выделение исследователем частей какого-либо объекта, то *синтез*, наоборот, означает объединение каких-либо элементов в одно целое. Мебель, к примеру, можно как разобрать на составляющие элементы, так и собрать их в единое целое. В экономике выделяются, мы знаем, процессы производства, распределения, обмена и потребления продукции.

Одинарные методы. *Одинарными* можно считать методы, имеющие самостоятельное значение. К ним относятся математика и моделирование, абстрагирование и идеализация, системный подход и др.

Особое место в экономике занимает *математика*. Без нее познать экономику просто невозможно. Хотим мы того или нет, но в жизни часто приходится складывать, вычитать, умножать и делить. Количественную определенность имеют такие экономические явления, как цена, прибыль, выручка. Что такое, например, выручка? Это произведение цены единицы товара (P) на количество товара (Q):

$$B = P \cdot Q. \quad (1.1)$$

Экономическую теорию нельзя даже представить и без методов моделирования, абстрагирования и идеализации. *Модель* – это упрощенное описание действительности.

Метод абстрагирования предполагает использование различных абстракций. *Абстракция* – это выделение существенных признаков какого-либо явления и отвлечение от его несущественных сторон. В математике, например, пользуются такими понятиями, как точка и прямая, и изображают их на плоскости, хотя по определению точка не имеет размеров, а прямая – ширины. *Идеализация* – это мыслительный процесс создания идеализированных предметов, преувеличение достоинств какого-либо объекта или субъекта. Примерами таких понятий являются «идеальный газ», «абсолютно упругое тело», «несжимаемая жидкость», «совершенная конкуренция».

Системный подход заключается в изучении какого-то явления как единого целого, состоящего из взаимосвязанных элементов. Примерами систем являются государство, экономика, семья, школа.

Специальные методы. Каждая наука использует и свои собственные, специальные методы познания. Не является исключением и экономическая теория. Чаще других экономисты применяют методы составления балансов и сравнения «затрат – результатов».

В буквальном переводе с французского слово *баланс* («балансе») означает весы. Если же давать другое определение, то *баланс* – это равенство или соотношение между чем-либо. К денежным балансам, например, относится соотношение между доходами и расходами, например, семьи, государства.

Суть метода «затраты – результаты» сводится к сравнению результатов с затратами для достижения наилучшего соотношения между ними. При этом в роли затрат, например, может выступать себестоимость (затраты на производство и реализацию) продукции (*Сб*), а результатом может быть прибыль (*Пр*), или разница между выручкой (*В*) и себестоимостью продукции. Как этот метод можно применить на практике? Предположим, что годовая выручка двух конкурирующих предприятий, соответственно, равна 40 и 60 ден. ед., а себестоимость – 32 и 50 ден. ед. Какое предприятие оказалось в лучшем экономическом положении?

Сначала мы найдем величины прибыли в каждом из двух случаев, используя следующую формулу:

$$Pr = B - Cб. \quad (1.2)$$

В первом случае прибыль равна 8, а во втором – 10 ден. ед. Может показаться, что второе предприятие работает лучше первого, поскольку получило больше прибыли, но сравним ее величину с себестоимостью: 8 ден. ед./ 32 ден. ед. = 0,25 – у первого и 10 ден. ед./ 50 ден. ед. = 0,2 – у второго.

Вывод, очевидно, можно сделать такой: несмотря на большую по величине прибыль, полученную вторым предприятием, эффективность первого выше, так как у него больше прибыли приходится на единицу затрат.

Теория выбора. В настоящее время экономисты широко используют в качестве метода исследования *теорию выбора*. У каждого человека найдется немного ситуаций, когда выбора нет вообще. Гораздо чаще нам приходится перебирать множество вариантов и выбирать лучший из них. Все мы, как покупатели, сравниваем цены, товары, различные услуги. В зависимости от того, если ли выбор, а если есть, то какой, будем различать безальтернативную, двузначную, диалектическую и оптимального варианта логики выбора.

Безальтернативная логика используется тогда, когда у отдельного человека или у группы людей нет выбора, т.е. существует один единственный вариант достижения какой-либо цели. Так, для того, чтобы жить, человеку нужно есть, пить, одеваться.

Гораздо чаще люди руководствуются *двузначной логикой*. Суть ее состоит в необходимости выбора из двух противоположных вариантов экономического поведения, например, производить продукцию или нет.

В жизни часто возникают вопросы, на которые не ответишь и с помощью двузначной логики. Представьте себе, что в дачном кооперативе живут два соседа. У одного из них выросла яблоня, и часть ее ветвей свисает через забор к соседу. Кому должны принадлежать яблоки, которые висят над земельным участком второго соседа? Первый сосед может сказать, что они принадлежат только ему, поскольку он яблоню посадил и вырастил. На это второй может возразить тем, что часть корней яблони находится на его территории. Кроме того, ветви занимают часть пространства над его участком и, следовательно, наносят ему и материальный, и моральный ущерб. Теперь давайте переберем все возможные варианты решения проблемы принадлежности яблок. В первом случае яблоки можно отдать первому соседу, во втором – второму. Однако есть и третий вариант: поделить «спорные» яблоки между ними.

Таким образом, ответы на поставленные вопросы предполагают анализ уже не двух, а трех вариантов: двух противоположных и одного промежуточного. В этом и состоит суть *диалектической логики выбора* варианта поведения.

Кривая производственных возможностей. В экономике ее иллюстрирует кривая производственных возможностей (КПВ). Что она собой представляет? Предположим, что предприятие может производить два вида продукции. Белорусский «Атлант», например, производит не только холодильники (X), но и стиральные машины (M_{ст}). Свои производственные мощности он может использовать по-разному. Возможны варианты, представленные на рис. 1.7.

Точки 1 и 3 показывают, что производственные мощности используются на 100%, однако в первом случае производятся только холодильники, а во втором — только стиральные машины. Точка 2 нам позволяет уже сделать три вывода: производственные мощности используются на 100%; одновременно производятся два вида продукции; при этом холодильников производится меньше, чем стиральных машин. Точка 4 есть свидетельство неполного использования производственных мощностей, причем уже стиральных машин производится меньше, чем холодильников. Далее, точка 5 показывает перспективу предприятия с учетом увеличения производственных мощностей, а вариант 6 не имеет будущего.

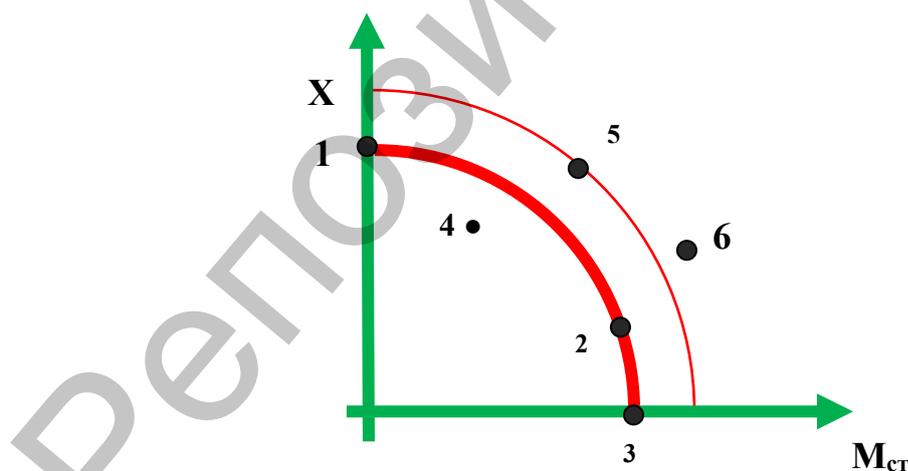


Рис. 1.7. Кривая производственных возможностей

В действительности часто возникают и такие ситуации, когда приходится выбирать оптимальный вариант из множества вариантов. В этом случае нужно иметь критерий их оценки. Будем также иметь в виду, что сами критерии могут быть разные. Многое зависит от поставленной цели, но, как правило, в условиях рыночной

экономики главным критерием оценки экономической деятельности является величина полученной прибыли.

В теории выбора определенное место занимает и *логика оптимального варианта*. Она используется для оценки таких ситуаций, когда приходится выбирать лучший вариант из множества вариантов. В этом случае нужно иметь критерий их оценки. Кроме того, примем во внимание, что сами критерии могут быть разные. Многое зависит от поставленной цели, но, как правило, в условиях рыночной экономики главным критерием оценки экономической деятельности является величина полученной прибыли.

Теперь же выделим основные понятия темы, проверим себя и перейдем к изучению различных экономических систем.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Потребности. Экономика. Ресурсы. Ресурсы ограниченные и неограниченные. Ресурсы воспроизводимые и невоспроизводимые. Средства производства, предметы и средства труда. Производство, распределение, обмен, потребление. Экономическая теория. Категории, законы и правила экономической теории. Балансы. Денежные и натуральные балансы. Метод «затраты — результаты». Теория выбора.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Что собой представляет пирамида потребностей по А. Маслоу?
2. Какие признаки позволяют выделить рациональные потребности и иррациональные потребности?
3. Какие потребности в экономической теории считаются насыщаемые, и какие нет? Приведите примеры.
4. Что общего у производства и потребления и чем они отличаются?
5. В каком смысле неограниченные ресурсы являются неограниченными?
6. Назовите классификацию ресурсов по их экономической значимости.
7. В чем состоит критическая функция экономической теории?
8. Какова практическая функция экономической теории?
9. Какие связи между экономическими явлениями описывают экономические законы?
10. Какой денежный баланс используется в домашних хозяйствах?

ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Выделите потребности биологические, в безопасности, социальные, в самооценке, в самореализации: 1. Хлеб. 2. Друзья. 3. Квартира. 4. Поликлиника. 5. Образование. 6. Музей. 7. Достоинство. 8. Телохранитель. 9. Одежда. 10. Интеллект. 11. Армия. 12. Физическая культура. 13. Наука. 14. Честь.

2. Укажите предметы и орудия труда: 1. Хлопок. 2. Персональный компьютер. 3. Металл. 4. Робот. 5. Станок. 6. Цемент. 7. Древесина.

РЕШИМ ЗАДАЧИ

1. Предположим, что фирма продает автомобили, а связь между количеством реализуемых автомобилей (Q) и их ценой (P) описывается следующим уравнением: $P = 8000 + 100Q$, где 8000 – цена (ден. ед.), по которой продается первый автомобиль; 100 – прирост цены (ден. ед.) на следующий автомобиль; Q – количество автомобилей, проданных по возрастающей цене.

В конечном счете, таким образом, фирме удалось продать 41 автомобиль. Какова выручка фирмы от реализации всех автомобилей?

2. Предположим, годовая выручка первого предприятия – 600, а второго – 500 ден. ед. Затраты первого предприятия на производство и реализацию продукции составили 500, а второго – 400 ден. ед.

Какое предприятие оказалось экономически более эффективным?

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

КАК ЧИТАТЬ РЕКЛАМУ

«Товар исключительного качества» – товар давно исключен из списка разрешенных к продаже из-за вредности, ненужности и плохого качества.

«Вы можете это тебе позволить» – более умные не позволяют себе пустых трат денег и времени.

«Звоните прямо сейчас» – завтра вы узнаете от своих знакомых, что они уже купили ЭТО и выбросили ЕГО подальше.

«Распродажа» – неделю назад мы подняли цены на 100%, а сегодня снизили их на 50%.

«Рождественские скидки» – мы поспешили выкинуть на прилавки то, что надо было давно выкинуть в надежде, что в суматохе вы все равно это купите.

«Гарантия на весь товар» – гарантируем массу головной боли, если вы попытаетесь вернуть ЭТО нам.

«Другие средства не так хороши» – у нас не было времени, чтобы их тестировать, да и все равно вы нам и так поверите.

«Только из экологически чистых источников» – если мы скажем, из чего ЭТО сделано, у вас волосы дыбом встанут, так что зачем зря волновать людей?

«Опасайтесь подделок» – мы затратили такие средства для рекламы ЭТОГО, неужели вы купите точно такое же в соседнем универсаме, а не у нас?

ХОЗЯЙКА КВАРТИРЫ И СТУДЕНТ

Студент снимает комнату и, желая произвести хорошее впечатление на хозяйку, говорит:

- Когда я уходил со старой квартиры, моя хозяйка плакала.
- Со мной этого не случится, я беру деньги вперед.

ТЕМА 2. КАКАЯ БЫВАЕТ ЭКОНОМИКА?

Многообразие видов экономики велико. Вы уже, наверное, догадались об этом по названию и краткому содержанию темы. Поэтому, чтобы иметь компас в мире экономики, выделим несколько классификаций ее видов.

Классификация – это распределение каких-либо дополняющих друг друга предметов, или выражающих их понятий, по определенным критериям (признакам). Так, по количеству работников выделяют микропредприятия, малые, средние и большие. Тем, кто захочет узнать об этом методе больше, можно посоветовать обратиться к учебникам по логике. Мы же с вами все виды экономики попробуем разделить по таким признакам, как занимаемый уровень, степень открытости, роль государства в управлении, социальная ориентация и законность существования.

2.1. МИКРОЭКОНОМИКА, МАКРОЭКОНОМИКА И МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Слово «микро» в переводе с греческого языка означает маленький. Микроуровень различают не только в экономике. Есть, например, такие науки, как физика элементарных частиц, микробиология.

Микроэкономика – это наука о поведении производителей и потребителей продукции. При этом будем иметь в виду, что абсолютное большинство производителей являются одновременно потребителями. Кроме того, как производители, так и потребители, попеременно выступают в роли продавцов и покупателей. Каждый покупатель занимается экономической деятельностью и у себя дома. Он готовит еду, ремонтирует квартиру, потребляет, наконец, приобретенную продукцию. У него, можно сказать, есть своя экономика, или домашнее хозяйство.

Производители продукции нас будут интересовать не все, а лишь те, кто производит продукцию и доставляет ее к покупателям. Таких производителей будем называть фирмами.

Всех людей, если имеется в виду рыночная экономика, разумеется, можно разделить на продавцов и покупателей. Такое деление, конечно, условно, поскольку один и тот же человек может быть и покупателем, и продавцом. Отношения между покупателями и продавцами характеризуются такими понятиями, как цена, товар, услуга, полезность, стоимость. С этими понятиями, но не только, естественно, и имеет дело микроэкономика.

Макроэкономика как наука изучает экономику страны. Само же слово «макро» на греческом языке означает «большой». Эта наука, прежде всего, отвечает на такие вопросы, как:

- Что надо делать для того, чтобы уровень жизни народа неуклонно повышался?
- От чего зависит величина всей произведенной в стране продукции? Как она определяется?
- Как справедливо распределить произведенный в стране доход?
- При каких условиях, если это возможно вообще, можно добиться полной занятости для всех желающих заниматься экономической деятельностью?
- Почему растут цены? Как с этим бороться?

Мировая экономика — это наука об экономических отношениях между государствами и во всем мировом хозяйстве. Мировую экономику иногда называют супермакроэкономикой. Наука о мировой экономике дает ответ на следующие вопросы:

- Как отдельному государству, например Беларуси, с выгодой для себя вступать в экономические отношения с другими государствами?
- Как образуются цены на товары и услуги на мировом рынке?

- От чего зависит курс национальной валюты? И как можно повлиять на его величину наилучшим образом?
 - Каким образом добиться справедливого распределения мировых ресурсов и результатов производства между государствами?
 - Почему уровень жизни народа в одних странах выше, нежели в других?
- По использованию результатов производства экономика подразделяется на закрытую экономику и открытую.

2.2. ЗАКРЫТЫЕ И ОТКРЫТЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

Закрытые экономические системы. Экономика представляет собой *закрытую экономическую систему*, если в ней продукция производится для внутреннего потребления. В истории экономики примером такой формы хозяйственной деятельности является *натуральное хозяйство*. В роли субъектов хозяйствования в далеком прошлом выступали феодальные поместья, сельские общины, патриархальные родовые структуры, крестьянские хозяйства и т.д.

Отличительной особенностью натурального хозяйства было то, что дары природы и произведенные блага распределялись и затем поступали в потребление. Такая экономическая система, как видим, состояла из трех элементов: производства, распределения и потребления. Возможны, однако, и случаи, когда из производства продукция поступает в потребление, минуя распределение.

Натуральное хозяйство можно охарактеризовать такими признаками:

- закрытый характер хозяйственных единиц;
- наличие трех фаз экономики: производства, распределения и потребления, а в ряде случаев и двух — производства и потребления;
- отсутствие разделения труда, так как каждое хозяйство стремилось обеспечить себя всем необходимым;
- использование собственных ресурсов.

Вместе с тем будем иметь в виду, что в своем чистом виде натуральное хозяйство существовало только в первобытном обществе. Однако время от времени эта замкнутость нарушалась, когда требовалось помочь соседям провести совместную охоту, расчистить поле, построить дом и т.д.

Возникло такое хозяйство примерно 10–20 тыс. лет тому назад, в период становления первобытного строя. Спустя какое-то время появились такие отрасли хозяйства, как скотоводство и земледелие. Человек со временем приручил животных, научился обрабатывать землю, стал уже в состоянии производить то же, что делает природа. Основными признаками такого хозяйства являются *производство продукции и создание простейших орудий труда*. Производство продукции постепенно начинает доминировать над собирательством. Появились новые способы изготовления орудий труда (огонь, полировка и шлифовка камня, сверление, пиление), возникли прядение и ткачество.

В наши дни наиболее ярким примером такой экономики является домашнее хозяйство. Семья не только потребляет какую-то продукцию, например, хлеб, молоко, но и что-то производит, допустим, пельмени. Какие фазы экономики можно выделить, если вы задумали угостить семью пельменями собственного изготовления? Пельмени сначала производятся, варятся, затем распределяются между членами семьи и, наконец, поступают в потребление. Обратим внимание на то, что закрытая экономическая система состоит из трех элементов: производства, распределения и потребления (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Структура закрытой экономической системы

А теперь представим себе, что существуют только закрытые экономические системы, т.е. в домашних хозяйствах производится все необходимое для удовлетворения разнообразных потребностей: макароны, сахар, обувь, одежда ... Но, во-первых, абсолютно все производить дома просто невозможно, например, легковые автомобили, самолеты и т.п.

Во-вторых, необходимость обмена результатами труда обосновал более 200 лет назад еще А. Смит. Он писал: «Основное правило каждого благоразумного главы семьи состоит в том, чтобы не пытаться изготовить дома такие предметы, изготовление которых обойдется ему дороже, чем покупка их на стороне. Портной не пробует сам себе шить сапоги, а покупает их у сапожника. Сапожник не пробует сам себе шить одежду, а прибегает к услугам портного. Фермер не пробует ни того, ни другого, а пользуется услугами обоих этих ремесленников. Все они находят более выгодным для себя затрачивать свой труд в той области, в которой они обладают некоторыми преимуществами перед своими соседями, и все необходимое им покупать в обмен на часть продукта, или, что то же самое, на цену части продукта своего труда».

А в-третьих, резко сократились бы и возможности для удовлетворения потребностей, поскольку каждая семья смогла бы производить лишь ограниченное количество продукции. Поэтому для удовлетворения всевозрастающих потребностей люди вынуждены специализироваться на производстве каких-либо видов продукции и услуг, а то и отдельных операций. Но поскольку человек не в состоянии производить сам все, что захочет, постольку он вынужден обмениваться результатами своего труда с другими людьми. И, таким образом, экономическая система из закрытой системы превращается в открытую, т.е. отношения производства, распределения и потребления дополняются отношениями обмена результатами труда.

Открытые экономические системы. Открытой считается такая экономическая система, в которой большая часть произведенной продукции предназначена для внешнего потребления.

Среди таких систем различают системы нерыночного и рыночного типа. В нерыночной открытой системе продукция распределяется либо безвозмездно, либо на льготной основе. В качестве примеров можно привести распределение гуманитарной помощи, подарки, наследство, пользование освещением улиц, скверами, тротуарами и т.д. и т.п.

Открытую экономическую систему будем считать рыночной, если продукция в ней производится для продажи или обмена. Рыночная экономика, в свою очередь, подразделяется на рыночно-товарную и рыночно-капиталистическую системы. Систему будем считать рыночно-товарной, или простым товарным хозяйством, если ее продукция поставляется на рынок с целью обмена на другой товар.

Специфическими признаками рыночно-товарной экономики являются:

- самоэксплуатация работника-собственника средств производства;
- принадлежность произведенной продукции самому работнику;
- осуществление производства и обмена товаров с целью удовлетворения потребностей производителей и членов их семей;
- достижение цели, если в результате эквивалентного обмена необходимый продукт приобретен.

Рыночная система является *капиталистической*, если производство продукции в ней осуществляется для продажи с целью получения прибыли.

Специфическими признаками капиталистической системы хозяйства являются:

- эксплуатация наемных работников собственником средств производства;
- принадлежность произведенной продукции собственнику средств производства;
- организация производства и обмена товаров с целью получения прибыли;
- невозможность в полной мере достижения цели капиталистом, поскольку в его желании получать прибыль нет предела.

Открытую экономику можно классифицировать и по такому признаку, как управляемость. В этом случае выделяют самоуправляемую (рыночную), регулируемую и управляемую государством экономики. При этом будем иметь в виду, что речь уже пойдет, главным образом, о разновидностях макроэкономики.

2.3. САМОУПРАВЛЯЕМАЯ, РЕГУЛИРУЕМАЯ И УПРАВЛЯЕМАЯ ГОСУДАРСТВОМ ЭКОНОМИКИ

Под самоуправляемой экономикой будем подразумевать рыночную экономику в своем чистом виде, которая способна развиваться без вмешательства государства. В ее основе, как мы уже знаем, лежат отношения обмена результатами производства. Именно рынок дает ответы на такие вопросы, как что, как, для кого и в каком количестве производить продукцию.

Фундаментом этой экономики является компромисс между желаниями покупателей и возможностями продавцов. В ней противоречия между продавцами и покупателями носят временный характер. Если, например, на рынке в данный момент нет модных кроссовок, но у покупателя желание их купить не ослабевает, то скоро они появятся, и противоречие будет разрешено. Но не все проблемы решаются с помощью рынка. Рынок в первую очередь удовлетворяет потребности наиболее состоятельных покупателей. И при этом не имеет никакого значения, каким образом у них оказывается большое количество денег. Деньги, как говорится, «не пахнут». Хорошо, если они заработаны законным и добросовестным трудом, однако не исключено их получение в результате преступления. Кроме того, возникает и такой вопрос: как в условиях рыночной экономики удовлетворить потребности инвалидов, пожилых людей, детей, ограниченных в средствах? Есть и другие проблемы, которые не решаются с помощью рынка. Поэтому вмешательство государства в экономику, разумеется, в определенных пределах, является совершенно необходимым.

Современная экономика, как минимум, регулируется государством. *Регулировать* – значит приводить систему в порядок. Так, если у вас отстают часы, то вы их регулируете. Государство же регулирует экономику, когда направляет ее развитие. Регулирование цен, например, началось еще в XIII веке, в Англии с 1203 года – на хлеб, вино, мясо, затем на ремесленные изделия. А вскоре этот процесс распространился на Францию и другие европейские страны. В настоящее время в странах Европейского Союза регулируют цены на многие социально значимые товары, например, на лекарства и продовольствие. Регулирование экономики может осуществляться и посредством налогов, когда государство уменьшает их величину или увеличивает, а то и вводит новые.

Государство экономику можно не только регулировать, но и **управлять ею**. *Экономическое управление* предполагает, что государство программирует социально-экономическое развитие страны, добивается каких-то целей, например, уменьшает безработицу, борется с ростом цен. В Беларуси осуществляется на практике вот уже пятая пятилетняя программа социально-экономического развития страны, реализуется программа ликвидации последствий Чернобыльской аварии. Управлять собой, кем-то или чем-то стремится каждый человек, семья, предприятие. Некто, например, управляет автомобилем, когда вращает баранку вправо или влево, уменьшает или увеличивает скорость.

Управлять экономикой можно по-разному. Экономика бывшего СССР была *централизованно управляемой*. Все решения, связанные с производством и распределением продукта, как правило, принимались централизованно и выполнялись по командам, спускаемым сверху вниз. «Наверх» же шли отчеты о выполнении директив. Рынку при этом отводилась недостаточная роль, поскольку продавцы и покупатели определялись заранее. Централизованно устанавливались и цены. Они были нерыночными, поскольку определялись до встречи покупателя – центральной фигуры рынка – с продавцом.

В истории развития экономики выделяют и *традиционную экономику*. В ней основным способом управления и координации являются традиции и обычаи. В средневековой, например, индийской деревне все жители делились на касты: священников, воинов, ремесленников и слуг. Никто не мог свободно выбирать себе профессию, а должен был наследовать занятие отца. Технология производства была жестко регламентирована специальными правилами, усовершенствования запрещались. Технический прогресс в таких условиях развивался медленно, поэтому и темпы прироста производительности труда были недостаточно высоки.

Может возникнуть вполне естественный вопрос: какой же должна быть современная экономика – чисто рыночной (самоуправляемой), регулируемой или управляемой государством?

Ответ нам позволит дать теория выбора. Мы ее уже проходили. Помните? Безальтернативная и двузначная логики здесь не годятся. Современная экономика, очевидно, является рыночной, но, в определенных границах, она также должна регулироваться и управляться государством. Искусство государственного управления в том и состоит, чтобы видеть пределы вмешательства государства в экономику.

В зависимости от того, как ориентируется развитие экономики страны государством, различают капиталистическую, социалистическую и смешанную экономики.

2.4. КАПИТАЛИЗМ ИЛИ СОЦИАЛИЗМ?

Собственность и экономика. Характер отношений по поводу производства, распределения, обмена и потребления продукции во многом зависит от собственности на средства производства (Сп), природные (Пр) и финансовые (Фр) ресурсы (рис. 2.2).

Обозначим собственность (принадлежность) на уже указанные выше ресурсы следующим символом: \in Сп, Пр, Фр. На рисунке показано, что отношения между людьми в производстве могут быть разными: либо отношениями сотрудничества, либо отношениями эксплуатации. Распределение результатов производства может осуществляться либо по труду и социальной справедливости, либо по капиталу. Обмен может быть, как эквивалентный, так и неэквивалентный. Размеры потребления произведенных благ тоже могут существенно отличаться: одни могут купаться в роскоши, а вторые перебиваться с хлеба на воду. Все это, главным образом, зависит от того, кто собственник средств производства и природных ресурсов. Но и это еще не все. Собственность определяет экономические интересы субъектов хозяйствования и главные

цели производства. Богатые собственники стремятся заполучить и политическую власть, диктовать свою волю правительству страны. Так что же такое собственность? Каковы ее функции, формы и виды?

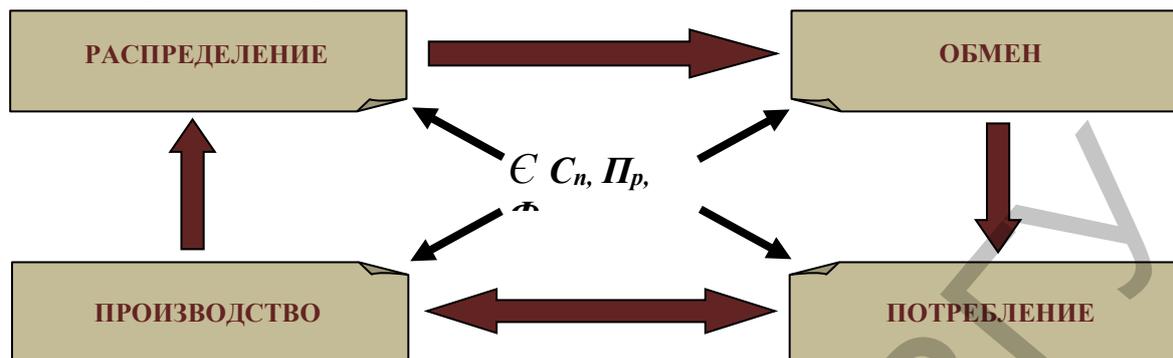


Рис. 2.2. Структура социально ориентированной экономической системы

Собственность и ее функции. Собственность, прежде всего, отвечает на два вопроса: что присваивается? и кто присваивает? Говоря другими словами, **собственность** – это присвоение определенным субъектом какого-либо объекта. *Субъектами* собственности могут быть отдельный человек, семья, группа людей, государство. *Объектом собственности* является все то, по поводу чего складываются отношения собственности. Это природные ресурсы, в первую очередь земля, средства производства, деньги, ценные бумаги, предметы потребления и услуги, информация, интеллектуальная продукция.

На собственность можно посмотреть глазами не только экономиста, но и юриста. *Как экономическая категория собственность* – это отношения между людьми по поводу присвоения каких-либо благ. С точки же зрения юристов – это отношение субъекта к объекту по поводу присвоения.

Основными функциями собственности являются владение, распоряжение и использование. *Владение* – это юридически закрепленное право собственника обладать каким-либо благом. Владеть благом – значит иметь возможность его продавать, дарить, передавать в наследство и т.д. *Распоряжаться* вещью – значит управлять ею, решать, кто и как будет ее использовать. *Использование* вещи означает применение ее полезных свойств. На тракторе можно, например, пахать, на автомобиле – ездить и т.д. В современной экономической и юридической литературе часто вместо понятия «собственность» используют понятие «*право собственности*» – законодательно установленные нормы владения, пользования и распоряжения имуществом. В настоящее время выделяют «пучок» прав собственности, права на:

- владение, физический контроль над благом;
- личное использование;
- управление, т.е. право решать, как благо будет использована;
- доход от эксплуатации блага;
- продажу блага;
- безопасность экспроприации;
- передачу блага по наследству;
- бессрочность прав собственности;
- запрет использовать благо вредным для него способом;
- возможность изъятия блага в уплату долга;
- восстановление нарушенных прав собственности.

Такое многообразие прав собственности означает разделение понятия «собственность» на права разных типов между участниками хозяйственной деятельности. «Собственник», если так можно выразиться, рассыпался, каждому досталось по части из набора прав собственности. В настоящее время происходит смещение акцента с вопроса «кто имеет» на вопрос «кто контролирует». При этом *основное право собственности* в таком понимании – право на результаты своего труда.

Типы и формы собственности. Существует два типа собственности: частная и общественная. *Частная собственность* – это такой тип собственности, при котором правом владения, распоряжения и пользования объектом собственности обладает частное лицо. Она создается и приумножается за счет предпринимательской деятельности, от ведения собственного хозяйства, доходов от средств, вложенных в ценные бумаги или кредитные учреждения. Таким образом, к объектам частной собственности относятся: жилые дома и квартиры, денежные средства, акции, предприятия, другое имущество.

Выделяют две формы частной собственности: трудовую и нетрудовую. *Трудовая собственность* – это собственность, источником которой является труд конкретного лица, или его предпринимательская деятельность. *Нетрудовой же является собственность*, источник которой не связан с трудовой деятельностью, например, полученное наследство, подарки, дивиденды от акций.

Общественная собственность – это тип собственности, характеризующийся совместным присвоением средств и результатов производства. Она включает два вида собственности: коллективную и государственную. *Коллективная собственность* – такой вид собственности, при котором права собственника на имущество осуществляет коллектив людей, совместно владеющий им. Формами коллективной собственности являются кооперативная и акционерная собственность, а также собственность общественных объединений и религиозных организаций.

Государственная собственность является достоянием всех членов общества. Управление и распоряжение объектами собственности в этом случае осуществляется органами государственной власти. В Республике Беларусь существуют такие формы государственной собственности, как республиканская и коммунальная. Объектами республиканской собственности, например, являются земля и ее недра, средства госбюджета, имущество учреждений культуры, учебных заведений и т.д. Примерами объектов коммунальной собственности является имущество учреждений культуры, образования, здравоохранения, транспортных организаций, жилищный фонд и т.д.

В наше время все большее значение приобретает *интеллектуальная собственность*, представляющая собой экономические отношения по поводу создания и присвоения результатов интеллектуального труда, например, информации, изобретений, научных открытий, произведений литературы и искусства.

Господствующая собственность на средства производства и природные ресурсы определяет и социальную ориентацию макроэкономки.

Социально ориентированные экономические системы. Различают три вида социально ориентированных экономических систем: капиталистическую, социалистическую и смешанную.

Капиталистической является такая экономика, которая развивается, прежде всего, в интересах владельцев средств производства, финансовых и природных ресурсов. С ее основными ее признаками мы уже знакомы (см. 2.2).

Главный признак капиталистического общества – эксплуатация наемных работников. Эксплуатация человека человеком может быть прямой (непосредственной) и опосредованной. Прямая эксплуатация имеет место в том случае, например, если у вас украли кошелек с деньгами или что-то еще. Вор в данном случае является эксплуата-

тором потому, что присвоил вещи, ему не принадлежащие. Сложнее выделить вторую форму эксплуатации и, тем более, определить ее величину. В самом деле, допустим, что некто дал вам работу и обеспечил средствами производства, в результате чего вы произвели доход в 10 млн руб. Все ли вам должно принадлежать по справедливости? Очевидно, нет. Часть дохода уйдет от вас государству в форме налогов, пусть это будет 2 млн руб. Осталось 8 млн руб. На часть дохода по праву может претендовать и ваш работодатель, поскольку он обеспечил вас средствами производства, создал условия для работы, организовал сбыт продукции, т.е. проявил предприимчивость. Весь вопрос заключается в том, какого вознаграждения он заслуживает. Если его вклад в экономическую деятельность составил 2 млн руб., а он присвоил 4 млн руб., тогда абсолютная величина эксплуатации составит 2 млн руб. Может быть, кстати, и обратная ситуация, когда государство заставляет предпринимателя выплачивать работнику зарплаток больше, чем он того достоин. Тогда фирма может и разориться. В этом случае проигрывают все: предприниматель прекратит свою деятельность, и общество не получит часть продукции; государство не досчитается налоговых поступлений; наемные работники потеряют работу.

Социалистическая экономическая модель противоположна капиталистической модели, и ее характеризуют следующие признаки:

- Принадлежность основных средств производства и природных ресурсов трудящимся, всему народу.
- Государственное управление экономикой с целью повышения уровня и качества жизни народа.
- Распределение результатов производства в основном по результатам труда и по принципу социальной справедливости.
- Отсутствие эксплуатации наемных работников, поскольку они становятся собственниками средств производства и природных ресурсов.
- Социальная защищенность для нуждающихся в этом слоев населения, например молодежи, пожилых людей, инвалидов, детей.

Социалистическое общество, как видим, является притягивающим к себе идеалом. В нем каждый человек является собственником средств производства, работает на себя и на общество.

В реальной современной действительности мы имеем дело со *смешанной экономикой*, в которой капиталистические отношения переплетаются с социалистическими отношениями в различных пропорциях. Для высокоразвитых стран типичной является социально ориентированная рыночная экономика. Основными признаками этой экономики являются:

- Многообразие форм собственности и хозяйствования.
- Распределение результатов производства по капиталу, результатам труда и по социальной справедливости.
- Государственное регулирование экономического роста.
- Социальная защищенность слабых слоев населения.

В смешанной экономике существует проблема сочетания экономической эффективности и социальной защищенности. Это означает, что уровень жизни по тем или иным причинам неработающих людей зависит, главным образом, от состояния экономики, или ее эффективности.

Итак, мы познакомились с четырьмя классификациями видов экономики, однако, заметим, что перечислены далеко не все. Экономику можно делить по признаку отраслевой принадлежности, например, на промышленность, строительство, сельское хозяйство, транспорт. По результатам деятельности выделяются производство материальных благ и услуг. Есть и теневая экономика.

2.5. ЭКОНОМИКА УХОДИТ В ТЕНЬ

Не все виды экономики полезны для человека. Нам, живущим в Беларуси, необходимо помнить об этом, поскольку страна стоит на пороге качественных социально-экономических перемен. Весьма важно оценивать экономику и с точки зрения нравственности. В этом смысле ее можно разделить на «белую», «серую» и «черную». Деятельность первой полезна для общества без оговорок, а занятые в ней работники и предприниматели законопослушны и сполна платят налоги в бюджет государству. «Серую» же и «черную» экономики включают в разряд теневой. В тени они скрываются от государства. Что они прячут?

В «серую» экономику входят полезные для человека виды деятельности, однако они не зарегистрированы государством. Нетерпеливый читатель скажет: «Каковы минусы такой деятельности?» Приведем пример. Предположим, что вам «теневик» отремонтировал автомобиль. Вы тем самым, во-первых, сэкономили время, во-вторых, сам ремонт обошелся дешевле, в-третьих, не уплатили налоги. Это очевидные плюсы. Но есть и большие минусы. Во-первых, нет гарантии. Во-вторых, качество ремонта может быть ниже, нежели на специально оборудованной автостанции. В-третьих, государство недополучило налоги, а, следовательно, меньше средств сможет отпустить на образование, охрану здоровья, защиту окружающей среды.

Особо выделим вид теневой экономики, с которым государство просто обязано бороться всеми имеющимися у него средствами. Это так называемый «черный» бизнес. «Черные» бизнесмены нацелены на получение дохода любой ценой. При этом наносится прямой ущерб здоровью людей, сокращается продолжительность их жизни. Примерами таких видов деятельности являются производство и распространение оружия, наркотиков.

Таким образом, различные виды экономики могут и должны подвергаться нравственной оценке и поощряться государством только тогда, когда они нацелены на повышение благосостояния людей.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Микроэкономика. Макроэкономика. Мезоэкономика. Мировая экономика. Закрытые и открытые экономики. Рыночно-товарная и рыночно-капиталистическая экономики. Рыночная, регулируемая и управляемая экономики. Собственность. Владение, распоряжение, использование. Частная и общественная собственность. Государственная собственность. Капиталистическая, социалистическая и смешанная экономические системы. Теневая экономика, «серая» и «черная» экономики.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Что изучает микроэкономика как наука?
2. Назовите экономических субъектов микроэкономики.
3. Что изучает макроэкономика как наука?
4. Каковы основные вопросы макроэкономики?
5. Как государство регулирует развитие экономики?
6. Каким образом государство управляет экономикой?
7. Какие признаки определяют социальную ориентацию национальных экономических систем?

8. Каковы основные признаки капиталистической экономики?
9. Какими достоинствами обладает социалистическая экономика?
10. Что смешивается в смешанной экономике?
11. Что изучает международная экономика как наука?

ВЫПОЛНИМ ЗАДАНИЯ

1. Выделите понятия, характеризующие микро-, макро- и мировую экономики: 1. Прибыль. 2. Занятость. 3. Торговый баланс. 4. Курс рубля. 5. Цена товара. 6. Инфляция. 7. Налоги. 8. Экспорт. 9. Экономический рост.

2. Определите понятия, характеризующие нетоварную и товарную экономики: 1. Дача. 2. Товар. 3. Деньги. 4. Домашнее хозяйство. 5. Цена.

3. Выделите понятия, характеризующие теневую и «белую» экономики: 1. Налоги. 2. Рэкет. 3. Продажа наркотиков. 4. Пошлины. 5. Торговля валютой без лицензии. 6. Изготовление оружия без лицензии.

4. Какие понятия относятся к капиталистической экономике, а какие к социалистической: 1. Капитал. 2. Распределение по результатам труда. 3. Наемные работники. 4. Бесплатные услуги образования. 5. Безработица. 6. Доступность лечения.

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

МОРЕ, ФРУКТЫ, ПОКОЙ

К врачу-невропатологу обратились три женщины с одной и той же болезнью. Первой, жене богатого коммерсанта, он сказал:

– Лучшее лекарство для вас, мадам, – море, фрукты, покой ...

Второй, жене рабочего, он посоветовал:

– Фрукты и покой ...

Жене же безработного было сказано:

– Свежий воздух, мадам, воздух и только воздух!

КАК ВЫИГРАТЬ НА СКАЧКАХ?

Биржевой консультант и брокер с Уолт-Стрит пошли на скачки.

Брокер предложил поставить на лошадь \$10000. Консультант скептически ответил, что он хотел бы сначала понять правила, понаблюдать за лошадьми, и т.д.

Брокер прошептал, что он знает секретный алгоритм для успеха, но не собирается убеждать консультанта. «Ты – слишком теоретичен» сказал он и поставил на лошадь. И эта лошадь пришла первой и принесла ему кучу денег.

Брокер, торжествуя, воскликнул: «я же сказал тебе, я знаю тайну!»

«И что это за тайна?» – спросил консультант.

«Это довольно просто. У меня двое детей, одному три, другому пять. Я складываю их возраст, и я ставлю на лошадь номер девять».

«Но, три и пять – восемь» возразил консультант.

«Я говорю тебе, ты слишком теоретичен, разве я только что не доказал тебе экспериментально, что мой подсчет верен?!»

ТЕМА 3. КОНКУРЕНЦИЯ, ТОВАР, ДЕНЬГИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В предыдущей теме, посвященной видам экономических систем, о рыночной экономике уже было сказано, дана была ее общая характеристика. Теперь мы поговорим о ней более подробно.

3.1. РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА И ЕЕ ПРЕДПОСЫЛКИ

Экономическую систему будем считать *рыночной*, если произведенная в ней продукция поставляется на рынок в расчете на получение экономической выгоды. Для одних людей выгода будет состоять в приобретении другого товара, а для других — в достижении прибыли. Сказанное означает, что именно на рынке находят ответы на самые жгучие экономические вопросы, как продавцы, так и покупатели. В связи с этим внимательно присмотримся к рынку глазами продавца и покупателя. При этом будем иметь в виду, что каждый из них стремится к собственной экономической выгоде.

Модели поведения продавца и покупателя. Модели поведения продавцов и покупателей состоят из двух ярко выраженных частей. Во-первых, они включают цели экономической деятельности субъектов в условиях рыночной экономики. А во-вторых, предполагают и вопросы, ответы на которые и приводят к получению экономической выгоды. Рассмотрим эти модели более подробно.

Модель продавца. Продавец товара в рыночной экономике нацелен на получение максимально возможного в данных условиях дохода. Для достижения этой цели он должен знать ответы на следующие вопросы:

- Что нужно покупателю?
- В каком количестве покупатель готов приобрести товар?
- По какой цене покупатель может купить данный товар?
- Для кого именно предназначен товар, поскольку покупателем может быть студент, учитель, предприниматель.
- Куда поставлять товар?

Есть и другие вопросы, но ответы на них продавец может получить, прежде всего, на рынке. Можно, конечно, попытаться производить продукцию, основываясь только на своем личном опыте, но вероятность совершить ошибку будет очень велика, так как экономика — наука точная.

Модель покупателя. У покупателя тоже есть своя выгода. Он стремится приобрести товар, или набор товаров и услуг, с наибольшей полезностью, хотя такое, естественно, случается не всегда. У него есть и вопросы, на которые он должен удачно ответить:

- Что именно покупать в данный момент времени?
- Каково качество товара? За более высокое качество товара, понятно, надо и платить больше. Но англичане говорят: «Мы не такие богатые, чтобы покупать дешевые вещи».
- В каком количестве покупать, например, сахара, муки, хлеба?
- Сколько стоит продукция, например, спортивная форма, мяч?
- Хватит ли на желанный товар денег или придется подождать еще?

Вопросов у продавца и у покупателя, видим, немало. Хорошо еще, если желания совпадают с возможностями, но, к сожалению, так ведь бывает не всегда. Хочется, например, купить видеомаягнитофон и персональный компьютер, а денег хватает только на микрокалькулятор и кроссовки. Рынок расставляет всех покупателей по покупательской

способности. Он выставляет и строгую оценку результатам труда производителей. Именно рынок заставляет продавца либо плакать, либо торжествовать победу.

Предпосылки рыночной экономики. Рыночная экономика, а, следовательно, и рынок, существуют при определенных предпосылках.

Первым такой предпосылкой является *разделение труда* между людьми, фирмами, отраслями, а то и целыми государствами. Без него обмен становится бессмысленной операцией. В самом деле, вообразите на мгновение, что вам «любое дело по плечу», т.е. вы способны произвести любую продукцию, какую только пожелаете. Однако это просто невозможно. Разделение труда позволяет увеличивать количество продукции, улучшать ее качество, добиваться разнообразия.

Разделение труда существует и в семье: кто-то стирает белье, кто-то готовит еду, кто-то выносит мусор. Разделение труда может происходить по разным признакам. Оно возможно *по профессии*: одни становятся инженерами, вторые – учителями, третьи – врачами. Различают и *отраслевое разделение* труда. Фирмы могут специализироваться, например, на производстве обуви и входить в обувную отрасль промышленности.

Выбор места в разделении труда для фирмы, а то и для государства, зависит от многих факторов. К их числу относятся природно-климатические условия, наличие полезных ископаемых, величина территории государства, численность населения и уровень его образования и профессиональной подготовки, географическое положение, научно-технический потенциал, национальные особенности. Так, природно-климатические условия Беларуси не позволяют специализироваться ей на производстве мандаринов и бананов, а скромные запасы нефти не удовлетворяют даже внутренние потребности. Вместе с тем преимуществами Беларуси являются ее географическое положение, высокий уровень образования и профессиональной подготовки работников.

Разделение труда выступает *необходимой предпосылкой* существования рыночной экономики, но недостаточной. История развития человеческого общества дает нам немало примеров государств с развитым разделением труда, но, тем не менее, с нерыночной экономикой. Да и в семье ведь существует разделение труда, но отсутствует обмен результатами труда, как на рынке. Можно представить себе и народное хозяйство государства в виде гигантской фабрики, продукция которой распределяется централизованно, без отношений обмена.

Второй предпосылкой существования рыночной экономики выступает *экономическое обособление производителей* друг от друга. Оно предполагает многообразие форм собственности и хозяйствования. Про собственность и ее разнообразие уже было сказано достаточно. Здесь же заметим, что различные типы и формы собственности обособливают производителей, а рынок выступает связующим звеном между ними.

Третья предпосылка рыночной экономики – *экономическая демократия*, или свобода выбора для производителей, продавцов и покупателей. Производители, например, самостоятельно отвечают на такие вопросы, как, что и каким способом производить. Продавцы озабочены тем, что продавать, в каком количестве и для кого. Есть вопросы и у покупателей — что покупать, в каком количестве, по какой цене. Названы, естественно, не все вопросы.

Экономическая обособленность и свобода выбора порождают важнейший элемент рыночной экономики — конкуренцию. Ее роль трудно переоценить. Можно сказать, что конкуренция — «живая вода» рыночной экономики. Само существование рыночной экономики без конкуренции невозможно так же, как нельзя научиться плавать без воды. Что же такое конкуренция?

3.2. КОНКУРЕНЦИЯ БЫВАЕТ СОВЕРШЕННАЯ И ...

Слово «конкуренция» в латинском языке означает столкновение, состязание. Можно дать ей и более широкое определение. **Конкуренция** — это соперничество между производителями, продавцами и покупателями за лучшие условия производства, реализации и приобретения ресурсов и результатов производства с целью достижения максимальной экономической выгоды.

Конкуренция для экономики – то же самое, что соревнование для спортсменов. На что рассчитывает спортсмен, участвуя в многочисленных соревнованиях? С одной стороны, он раскрывает себя как личность, забивая голы, прыгая в высоту, пробегая стометровку с быстротой молнии. С другой – спортсмен нуждается и в моральном и материальном вознаграждении, компенсирующем его физические и интеллектуальные усилия. Какую выгоду надеются получить продавцы и покупатели? Первые, реализуя товары, стремятся к максимуму дохода. Не будем сбрасывать со счетов и моральное удовлетворение. Однако конкуренция для продавца – не только пряник, но и кнут. Оба этих стимула заставляют товаропроизводителей снижать затраты на производство и реализацию. Кроме того, конкуренция побуждает улучшать качество продукции и постоянно увеличивать разнообразие предлагаемых на рынке товаров и услуг. Покупателю рынок предоставляет широкий выбор обуви, одежды, продовольствия ... Он быстро определяет, какие фирмы производят продукцию высокого качества, а какие нет. В данном случае речь идет о конкуренции добросовестной, направленной на удовлетворение потребностей покупателей.

Конкуренция играет и важную социальную роль, обеспечивая свободу выбора для покупателей и поощряя предприимчивость граждан. Различают совершенную и несовершенную формы конкуренции.

Совершенная конкуренция и ее признаки. Описывая достоинства конкуренции, мы имели в виду идеальную, или совершенную конкуренцию. Но что она собой представляет? Понятие «совершенная конкуренция» в экономической науке играет особую роль. Конкуренция считается *совершенной*, если ей присущи следующие основные признаки:

1. *На рынке много продавцов и покупателей определенного товара*, и при этом каждый из них продает или покупает небольшую долю общего объема товаров. Отдельный продавец или покупатель не способен повлиять на цену товара. Так, если на рынке 10 тыс. фермеров продают 1 млн т картофеля и один из них сократит производство на 10 т или вообще перестанет его выращивать, то на рынке это практически останется незамеченным. То же самое можно сказать и о покупателях, если их много, а объемы покупок каждого невелики. Отсюда следует важный вывод: выходя на рынок совершенной конкуренции, производитель приспосабливается к уже сложившейся там ситуации. Он может предложить столько товара, сколько хочет, но по цене, не выше сложившейся на рынке.

2. *Товар должен быть совершенно однородный* с точки зрения покупателей. Это простое, казалось бы, условие весьма редко выполняется на практике. Даже абсолютно идентичные товары могут быть неоднородными для покупателей в силу таких обстоятельств, как:

- географическое положение места продажи, например, сравните магазин в вашем доме с магазином, до которого полчаса езды;
- условия обслуживания, например, какой-то магазин вам нравится потому, что там к вам лучше относятся продавцы;
- реклама и упаковка, например, в косметической отрасли промышленности зачастую одинаковые по химическому составу вещества продаются под разными названиями и по разным ценам.

3. *Отсутствуют барьеры для вступления в отрасль нового производителя и возможности свободного выхода из отрасли.* В действительности же существуют различные барьеры:

- исключительное право заниматься данным видом деятельности, например, производить алкогольные напитки и табак. Назовем и такие юридические барьеры, как лицензирование экспорта, государственная регистрация видов деятельности;
- экономическое преимущество крупного производства. Есть отрасли народного хозяйства, где затраты существенно снижаются с увеличением масштабов производства или малое производство просто невозможно. В этом случае требуются большие затраты капитала на развитие производства. Не так просто организовать, например, если это возможно вообще, совершенную конкуренцию среди производителей космических кораблей;
- производство данного товара может быть защищено патентом;
- доступ к материальным ресурсам может быть закрыт в силу отсутствия их на свободном рынке. В этом случае возможны покупки по спекулятивным ценам, но такие сделки ставят производителей в разное положение по затратам на производство;
- зачастую таким барьером может стать и реклама, поскольку затраты на нее очень велики, например, в табачной отрасли и шоу-бизнесе.

Можно приводить и другие примеры барьеров, но все они, как правило, бывают двух типов: юридические и экономические. Первые часто непреодолимы, поскольку связаны с уголовным наказанием. Вторые не отличаются по отраслям и могут быть оценены.

4. *Полная информированность всех участников рынка о ценах и товарах.* Вспомните свое поведение на рынке, когда вы собираетесь приобрести какой-либо товар. Вы совершаете по рынку не один «круг», изучая экономическую информацию о нужной продукции.

5. *Независимость фирм в принятии решений:* ни одна из них не ограничивает конкуренцию путем сговора.

6. *Абсолютная мобильность материальных, трудовых и финансовых ресурсов.*

7. Предполагается также, что *поведение продавцов и покупателей на рынке является экономически рациональным.* Это значит, что каждый из них реализует свои экономические интересы. Покупатель стремится к своей выгоде: купить нужную продукцию по наименьшей цене. Продавец же добивается наибольшей выручки.

На рынке совершенной конкуренции достигает своих целей наибольшее количество, как продавцов, так и покупателей. Такая конкуренция является экономическим идеалом, к которому стремятся, но не достигают. Однако выводы, полученные при анализе совершенной конкуренции, позволяют нам понять суть несовершенной конкуренции.

Несовершенная конкуренция и ее виды. Конкуренция на рынке считается *несовершенной*, если очевидным является преимущество либо продавцов, либо покупателей. В связи с этим выделяют рынки продавца и покупателя.

На рынках продавца фирма-поставщик продукции способна повлиять на рыночную цену в сторону повышения. Различают рынки монополии, олигополии и монополистической конкуренции.

Монополист – это один продавец на рынке. Чистый монополист представляет на рынке всю отрасль. В Беларуси, если не учитывать ввоз продукции из других государств, монополистами были Минский тракторный, Бобруйский шинный, Брестский электроламповый заводы и Минский завод холодильников «Атлант». Есть монополисты и в небольших городах и поселках, например, хлебозаводы, молочные комбинаты, автопарки и т.п.

Монополисты могут быть, как естественными, так и искусственными. Какая разница между ними? Монополист считается *естественным*, если именно в условиях монополии обеспечивается минимум затрачиваемых ресурсов на производство и реализацию продукции. В г. Витебске, например, естественным монополистом на электрическом транс-

порте является «Трамвайно-троллейбусное управление» (ТТУ). Создавать ему конкурента просто бессмысленно. Другими примерами таких монополистов являются «Водоканал», «Витебскэнерго». Монополия может создаваться и в результате сговора с целью установления монопольно высокой цены и получения монопольно высокой прибыли. Это и есть *искусственная монополия*. С такими монополистами государство и должно бороться.

В современных условиях монополией может быть и продукт интеллектуального труда, например, *патент*. Он стимулирует интеллектуальную активность человека, дает изобретателю исключительное право на использование нового товара или новой идеи в течение многих лет. Правительство обеспечивает авторам оригинальных произведений *авторское право* – исключительное право продавать или тиражировать свои произведения. Авторское право действительно на протяжении жизни автора и в течение значительного периода после его смерти. Другим примером монополии на результаты интеллектуального труда являются *товарные знаки*. Они могут выступать в форме специальных рисунков, названий или символов, обеспеченных юридической защитой. И конкурентам запрещено использовать зарегистрированные товарные знаки, так как потребитель может смешать оригинал с фальсификатом.

Олигополия предполагает существование на рынке нескольких продавцов. Ее наиболее существенными признаками являются: небольшое количество крупных фирм, контролирующих производство и сбыт основной продукции в отрасли, и наличие барьеров для вступления в отрасль новых конкурентов.

Различают однородную и дифференцированную олигополию. Однородная имеет место в тех отраслях, где производится стандартизированная продукция, например, сталь, цемент, сахар, кофе. Дифференцированная же олигополия предполагает производство дифференцированной продукции одинакового назначения, например, автомобили различных марок, станки и оборудование, сигареты, самолеты.

Конкуренция считается *монополистической*, если на рынке большое количество продавцов предлагает покупателям дифференцированную продукцию. Так, существует множество производителей лезвий для бритвы, зубной пасты, стирального порошка. Однако продукция разных фирм отличается друг от друга по каким-либо признакам. Например, есть бритвы с одним лезвием и с двумя. Кроме того, фирмы могут предлагать покупателям продукцию более высокого качества, оказывать различные услуги, предоставлять гарантии.

Показывать свою «экономическую» силу могут не только продавцы, но и покупатели. Они могут повлиять на цены в сторону понижения. В этом случае покупатель получает дополнительную экономическую выгоду. Рынки с преимуществом покупателя называются **рынками покупателя**.

Рынки покупателя тоже бывают разные. Выделяют рынки монополии, дуополии и олигополии.

Монополия предполагает существование такого рынка, на котором на несколько производителей-продавцов приходится один покупатель. Под *дуополией* подразумевается такая ситуация на рынке, когда какой-то вид продукции закупается двумя покупателями. На рынке *олигополии* на множество продавцов приходится несколько покупателей.

Конкуренция может быть несовершенной не только по тем признакам, которые уже были рассмотрены. Выделяют и *недобросовестную конкуренцию*, под которой подразумевают:

- а) ложные утверждения, способные дискредитировать предприятие, товары, работы, услуги или предпринимательскую деятельность конкурента;
- б) указания или утверждения, способные ввести в заблуждение относительно характера, свойств, пригодности к применению или количества товаров, работ, услуг конкурента и т.д.

3.3. МИР ТОВАРОВ

Главным субъектом рыночного производства капиталистического типа является предприниматель. Именно ему принадлежит идея создания какого-либо продукта для продажи с целью получения прибыли. Для этого он приобретает соответствующие ресурсы, соединяет их в процессе производства и полученный результат пытается превратить в товар. Но что такое товар? И каковы его свойства? Какие товары можно выделить?

Товар и его свойства. В политикоэкономическом бестселлере под названием «Капитал», характеризуя капитализм, великий мыслитель К. Маркс писал: «Богатство обществ, в которых господствует капиталистический способ производства, выступает как «огромное скопление товаров», а отдельный товар – как элементарная ячейка этого богатства».

Первое же определение товара, которое приходит на ум, такое: это все то, что покупается или продается. В связи с этим возникает вопрос: все ли вещи, созданные трудом человека, становятся товарами? Ведь есть продукция, которая не находит сбыта и только занимает место на складах предприятий? Это могут быть холодильники, телевизоры, обувь. Какими свойствами должна обладать какая-либо вещь для того, чтобы превратиться в товар?

Первое свойство товара совершенно очевидно. Каждый человек стремится приобрести полезную для него продукцию. Бесполезная же вещь товаром не станет, и неважно, что кто-то производил ее для обмена или для продажи. Но если произведенная продукция не превращается в товар, то это может означать только одно: вложенный в нее труд был затрачен напрасно и, следовательно, нет никаких оснований тем, кто ее производил, начислять и заработную плату. Для каждого предприятия должен стать правилом принцип: *производить только то, что покупается*. Возьмем себе это на заметку. Итак, первое свойство товара – *полезность*, или *потребительная стоимость*, – это его свойство удовлетворять потребность общества или отдельного человека. Полезность вещей может быть разной. Ручка нужна для того, чтобы писать, молоток – забивать гвозди. Полезность одинаковых вещей тоже может отличаться, но об этом будет сказано чуть позже.

Вместе с тем не всякая и полезная вещь является товаром, например, вряд ли кто сомневается в полезности воздуха для жизни людей. И, тем не менее, если он используется для дыхания, то товаром не является. Что отличает его, например, от телевизора? Он дан нам природой, а не произведен человеком.

Вторым свойством товара является *стоимость*, или затраты ресурсов на производство и реализацию продукции. Различают два вида стоимости: индивидуальную и отраслевую. *Индивидуальная* – это затраты отдельного производителя, а *отраслевая* – средние затраты всех предприятий, производящих одинаковую продукцию.

Для превращения продукции в товар, оказывается, двух названных свойств – полезности и стоимости – тоже недостаточно. В домашнем хозяйстве, например, пекут для себя пироги, варят борщ, но трудно назвать все это товарами, хотя продукция и полезная. Надо еще, чтобы, во-первых, был ее продавец, а во-вторых, обязательно нашелся бы и ее покупатель.

Третье свойство товара – меновая стоимость, или цена. *Меновая стоимость* – это свойство товара обмениваться на другие товары в определенных пропорциях. Можно дать определение цены поконкретнее и попроще. *Цена* – это такое количество денег, за которое покупатель приобретает товар. Этим определением подчеркивается первостепенная роль покупателя на рынке.

Таким образом, продукция становится товаром тогда и только тогда, когда продавец получает за нее определенное количество денег либо другой товар. Заметим, что некоторые виды продукции не становятся товарами и при этом условии. Для стиральных машин, например, устанавливается гарантийный срок, и время превращения ее

в товар может отодвинуться. Ведь не исключено, что по вине производителя она перестанет работать.

В рыночной экономике цена товара со стоимостью может и не совпадать. Так, если пара туфель обошлась продавцу в 80 рублей, включая затраты и доход, а покупатель согласен купить ее за 60 рублей, то в данный момент времени это и есть цена одной пары туфель. На это вы можете возразить тем, что в таком случае продавец может потерпеть убытки, но тогда, как говорится, «неудачник плачет». Пусть подумает о том, как снизить затраты на производство и реализацию продукции. В экономической литературе, довольно часто, определяют цену как денежное выражение стоимости товара. Такая трактовка цены не совсем верная, так как цена не обязательно совпадает со стоимостью товара.

Теперь у нас уже вполне достаточно информации для того, чтобы дать более полное определение товара. **Товар** – это продукт труда, удовлетворяющий потребности покупателя и поступающий к нему посредством купли или обмена.

Виды товаров. В мире производится более трех десятков миллионов наименований продукции. Товары отличаются по разным признакам: цене, качеству, назначению, полезности ... В зависимости от критерия оценки, по которому сравниваются товары, можно выделить различные классификации их видов.

По способу существования все товары подразделяются на *материальные* и *нематериальные*. Материальные товары существуют физически, их можно накапливать, перемещать, хранить. К ним относятся, например, станки, книги. Нематериальные товары часто называют *услугами*. Они, как и всякий товар, обладают полезностью, стоимостью, определенным качеством и, следовательно, могут обладать и ценой. Однако их невозможно ощутить физически, накопить, перемещать. К ним относятся услуги, например, транспорта, культуры. Возьмем для иллюстрации спектакль в театре. Его потребление посетителями заканчивается сразу после того, как актеры перестают играть. Материальный же холодильник, переходя из рук продавца к покупателю, продолжает существовать длительный период времени.

По характеру потребления товары делятся на товары производственного назначения, или средства производства, и непроизводственного назначения, или предметы потребления. Предметы потребления, в свою очередь, подразделяются на предметы первой необходимости, массового спроса, роскоши.

К предметам потребления первой необходимости относятся такие товары, отсутствие которых ухудшает здоровье человека, а то и угрожает существованию его (например, хлеб, соль, лекарства). Предметами потребления массового спроса являются товары, которые пользуются спросом, но без них человек может и обойтись, например, детективная литература, услуги кинотеатров. Предметами роскоши, например, считаются драгоценности, антиквариат.

По характеру использования товары подразделяются на товары индивидуального, совместного, общественного и смешанного использования. Товары *индивидуального использования* – это такие товары, использование которых отдельным индивидом исключает их использование другими (например, продукты, одежда, обувь). В самом деле, один и тот же костюм сразу на двоих не оденешь. К товарам *совместного использования* относятся, например, услуги школ, поликлиники, общественного транспорта, некоторые спортивные сооружения (футбольные поля, баскетбольные площадки). Но есть товары, которые предполагают их использование всем обществом одновременно, например, услуги национальной обороны, мероприятия по охране окружающей среды. Отметим также товары *смешанного использования*, которые могут использоваться как индивидуально, так и совместно, например, холодильник, квартира.

По сроку использования выделяются товары длительного и краткосрочного использования. К числу первых, например, относятся дома, автомобили; к числу вторых – продукты, обувь.

Различают также **сопряженные друг с другом товары**. Среди них выделяют дополняющие и заменяющие виды продукции. К первым, например, принадлежат автомобили и бензин, а ко вторым – чай и кофе.

По степени готовности и конечному использованию продукция разделяется на конечную продукцию и промежуточную. К конечной продукции, например, относят книги, мебель, а к промежуточной – хлопок, металл, полуфабрикаты.

3.4. ДЕНЬГИ, ИХ ВИДЫ И ФУНКЦИИ

Деньги сопровождают рыночные отношения с момента их возникновения. Сами же они существуют лишь постольку, поскольку представляют товары. Если вы, вдруг, окажетесь на необитаемом острове, то самым бесполезным предметом для вас окажутся, скорее всего, именно деньги. Не так ли? Совершенствование отношений обмена вызывает появление и соответствующей формы денег.

Сущность и виды денег. Самое простое определение *денег* следующее: это все то, за что можно приобрести нужный товар. В качестве самостоятельного товара деньги появились не сразу, а на определенной стадии развития обмена товаров.

Более полное и научное определение денег формулируется следующим образом: *это абсолютно ликвидный товар-эквивалент, предназначенный для обмена на другие товары*. Непонятно, что такое ликвидность товара? Это его способность к обмену.

Виды денег. Видов денег насчитывается достаточно много, но, несмотря на это, их можно объединить в две группы: наличные деньги и безналичные.

К наличным деньгам относятся монеты и бумажные деньги. Деньги-монеты – это классические деньги, представляющие собой особый товар-эквивалент. В России и в начале XX века чеканились монеты номиналом в 5, 10 и 15 рублей. Последняя монета называлась *империалом*. Выпускался также и полуимпериал номиналом в 7 рублей 50 копеек. В 1923 году в СССР был выпущен червонец, который помог справиться с затяжным ростом цен.

Постепенно монеты стали вытесняться бумажными деньгами. Причин этому, как минимум, три. Во-первых, производство товаров росло намного быстрее добычи золота, и последнего стало просто не хватать. Во-вторых, золотые монеты в процессе обращения изнашивались и теряли в массе. В-третьих, часть золота шла и идет в настоящее время, на изготовление ювелирных изделий и промышленной продукции.

Бумажные деньги впервые появились в Китае еще в IX веке. О них упоминал известный венецианский путешественник Марко Поло, посетивший Пекин в 1286 году. В европейских странах они появились в XVIII столетии, а в России – в 1796 году при Екатерине II для покрытия расходов на войну с Турцией. В настоящее же время они функционируют во всех странах земного шара.

Что такое *бумажные деньги*? Это установленное государством платежное средство. В современных условиях между стоимостью золота и бумажными деньгами утрачена как прямая, так и опосредованная зависимость. Однако ценность золота как товара растет с каждым годом. Поэтому чем больше золота в резерве у государства, тем лучше.

Все виды денег объединяют такие свойства, как приемлемость, законность использования в качестве платежного средства и относительная редкость. *Приемлемость денег* означает, что люди берут деньги в обмен на реальные блага. Она поддерживается готовностью государства принимать их к уплате налогов и других обязательств по отношению к нему. Ценность денег определяется их *редкостью*. В самом деле, если выпуск бумажных денег был неограниченным, то они стали бы бесплатным благом. Редкость денег поддерживается государством, сохраняющим за собой монополию выпуска (эмиссии) денег и контроль за денежным обращением.

Экономическая практика показала, что для нормального обращения товаров одних наличных денег недостаточно. Можно себе представить, какие возникли бы труд-

ности, если бы все покупки совершались только с помощью наличных денег. Резко возросли бы издержки, связанные с их транспортировкой и хранением, замедлился бы обмен товаров. Кроме того, нет и необходимости во всех сделках использовать наличные деньги. Поэтому наряду с наличными деньгами все шире используются так называемые *безналичные деньги*.

Все безналичные деньги можно разделить на следующие группы:

- деньги на депозитах (вкладах) до востребования в рублях;
- деньги на срочных депозитах в рублях;
- деньги на специальных депозитах в рублях, например, на пенсионных, детских и т.д.;
- деньги на депозитах в иностранной валюте.

Деньги и научно-технический прогресс. Использование достижений НТП привело к появлению так называемых *пластиковых денег*. Среди них широкое распространение получили кредитные и дебетовые карточки.

Самым популярным видом пластиковых денег является *кредитная карточка* – именной платежно-расчетный документ, с помощью которого осуществляется заимствование денег или оплата приобретаемых товаров и услуг. Кредитные карточки выпускаются банками, промышленными и торговыми предприятиями, широко используются для предоставления потребительского кредита, поскольку практически не требуют времени для оформления покупки в долг. Кредитная карточка имеет вид пластиковой карточки в форме пластины с указанием имени владельца, присвоенного ему номера, или шифра, образца подписи, срока действия и т.п.

В действительности пластиковые деньги не принадлежат ни к одному из названных видов денег. В отличие от наличных денег, банковских депозитов и других форм денег, пластиковые карточки не могут использоваться в качестве средства накопления стоимости. Они, по сути, являются документами, которые облегчают их владельцам процесс получения ссуды. Когда вы приходите в магазин, предъявляете кредитную карточку и уходите с каким-либо товаром, вы еще не оплатили свою покупку. Вы сделали не что иное, как взяли ссуду банка, эмитировавшего вашу карточку. Одновременно с этим вы отдали банку распоряжение перечислить полученные вами займы средства на счет магазина, что банк и сделает несколько позднее, предоставив магазину чек либо кредитую его на указанную сумму. Это и будет платой за товар. Спустя некоторое время вы посылаете в банк деньги, чтобы покрыть разницу счета, на который вам предоставлена карточка.

В настоящее время все большее распространение получает такая форма пластиковых денег, как *дебетовая карточка*. Внешне она выглядит аналогично кредитной карточке, но принцип действия ее иной. Предъявляя свою дебетовую карточку продавцу, вы отдаете своему банку приказ непосредственно перечислить деньги с вашего банковского счета на счет в магазине. Если магазин связан с банком системой специальной компьютерной связи, то перевод может быть осуществлен немедленно. Если на вашем счете в этот момент отсутствуют деньги, то вы лишаетесь возможности использовать свою дебетовую карточку.

Таким образом, дебетовые карточки по существу похожи на чековые книжки, однако их действие является более оперативным. Не надо было быть большим пророком, чтобы предсказать им большое будущее.

Функции денег. Сущность денег раскрывается в их функциях. В развитой товарной экономике деньги выполняют функции меры стоимости, средства обращения и накопления, отложенного платежа и мировых денег.

Мера стоимости – это денежная единица, используемая для измерения и сравнения стоимости товаров и услуг. Функция меры стоимости является исходной. Суть ее состоит в том, что деньги выражают стоимость всех других товаров. В этой функции деньги выступают как мысленно представляемые, идеальные деньги. Для выражения меры стои-

мости товара не обязательно иметь наличные деньги. Товар можно мысленно приравнять к деньгам еще до обмена. Подобно тому, как расстояние измеряется в километрах, а масса — в килограммах, цена измеряется в денежных единицах, например, в долларах, евро, рублях, иенах. Рыночная стоимость товара, выраженная в деньгах, и составляет его *цену*.

Деньги выступают как *средство обращения* при покупке товаров и услуг. Для реализации этой функции используются монеты, бумажные деньги, чековые депозиты.

Деньги как средство накопления выступают в том случае, когда товарное обращение в силу различных причин прерывается вслед за первым актом по формуле $T_1 = D$, т.е. если за продажей товара не следует покупка, совершаемая по формуле $D = T_2$. Деньги перестают обращаться и уходят при этом в накопление. Это может происходить при уменьшении объемов производства и обращения товаров, при понижении спроса. С ростом потребностей рынка в деньгах часть их, находящаяся в форме накопления, поступает в обращение. Функцию средства накопления выполняют монеты, бумажные деньги и бесчековые срочные вклады.

Функцию *платежа* деньги выполняют в тех случаях, когда товары продаются в кредит, т.е. в долг. Необходимость отсрочки платежа может быть продиктована многими обстоятельствами. Например, могут не совпадать продолжительность периодов производства и обращения товаров, учтем также сезонный характер производства сельскохозяйственной продукции и т.д. Предположим, что на рынке есть трактор, в котором нуждается фермер, но расплатиться он сможет только тогда, когда реализует свою продукцию. Что делать? Фермер в обмен на трактор может передать его продавцу *вексель*, по которому обязуется уплатить указанную сумму в назначенный срок и с процентом. В обмен на частные векселя банки выпускают свои векселя, называемые *банкнотами*.

Деньги выполняют функцию средства отложенного платежа не только при оплате купленных товаров, но и при уплате налогов, квартирной платы, при получении заработной платы. Эту функцию выполняют и кредитные карточки.

Деньги выполняют функцию *мировых денег*, когда обслуживают международную торговлю. Длительное время эту функцию выполняло золото. Теперь для этой цели используется валюта самых развитых стран мира, например доллары, иены, евро. Такая валюта, которая свободно обменивается на денежные единицы других стран, называется *свободно конвертируемой (СКВ)*. Страны, валюта которых относится к СКВ, извлекают из этого обстоятельства большую выгоду, так как ее эмиссия превращается в устойчивый источник дохода государства. При этом формируются соответствующие валютные зоны. В итоге функцию мировых денег выполняют так называемые *резервные валюты* – официальные запасы иностранной валюты, предназначенные для внешнеэкономических и внутренних операций.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Рыночная экономика. Разделение труда. Конкуренция. Совершенная и несовершенная конкуренция. Рынки продавца и покупателя. Монополия, дуополия, олигополия, монополистическая конкуренция. Монополия, дуополия, олигополия. Недобросовестная конкуренция. Товар. Полезность, стоимость, меновая стоимость, цена. Товары индивидуального, совместного и общественного использования. Сопряженные товары. Товары-заменители и товары-дополнители. Деньги. Наличные и безналичные деньги.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Каковы условия существования рыночной экономики?
2. Какими признаками обладает совершенная конкуренция?

3. Почему совершенная конкуренция называется совершенной?
4. Почему монополистическая конкуренция называется монополистической?
5. Чем отличаются рынки продавца и покупателя?
6. Какие монополии являются естественными?
7. Какую конкуренцию называют недобросовестной?
8. Является ли товаром продукция, если она находится в торговой сети, но не покупается?
9. Что такое ликвидность?
10. Чем отличаются такие функции денег, как средство обращения и средство платежа?
11. Какие виды безналичных денег вы знаете?
12. Что собой представляют *электронные* деньги?
13. Какие виды *электронных* денег вы знаете?

ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Определите тип конкуренции, который характеризуется следующими признаками: в отрасли много фирм разных размеров, дифференцированная продукция, сравнительно несложный вход в отрасль, незначительный контроль над ценами, широкое распространение.

2. Определите понятия, выражающие средства производства и предметы потребления: 1. Металл. 2. Батон. 3. Деревообрабатывающий станок. 4. Пшеничная мука. 5. Сахар. 6. Велосипед. 7. Мясо. 8. Костюм.

3. Распределите приводимые примеры по соответствующим функциям денег: 1. Уплата налогов. 2. Покупка товаров. 3. Получение стипендии. 4. Кредитная карточка. 5. Белорусский рубль. 6. Продажа автомобиля. 7. Срочный вклад. 8. Доллар.

РЕШИМ ЗАДАЧУ

Предположим, что два телевизионных предприятия «Горизонт» и «Витязь» производят одинаковую модель телевизора. При этом стоимость одного телевизора на «Горизонте» составляет 400 руб., а на «Витязе» – 500 руб.

Определите цену одного телевизора, если она совпадает с отраслевой стоимостью, а на «Горизонт» приходится 60% произведенной продукции отрасли.

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

ЖЕРТВА КОНКУРЕНЦИИ

Разговаривают двое заключенных:

- Ты за что сидишь?
- Я – жертва конкуренции.
- Как это?
- Я изготавливал такие же деньги, как и государственный банк.

ИДЕЯ БОССА

Звонок в фирму по ремонту компьютеров:

- Мой принтер стал плохо печатать! Что мне делать?
- Вероятно, его надо просто почистить. Это стоит пятьдесят руб. Но для вас будет лучше, если вы прочтете инструкцию и выполните эту работу сами.

Клиент, удивленный такой откровенностью, спрашивает:

- А ваш босс знает, что вы, таким образом, препятствуете его бизнесу?

– На самом деле, это его идея. Мы получаем гораздо больше прибыли, когда позволяем нашим клиентам сначала самим попытаться что-то отремонтировать.

Репозиторий ВГУ

Раздел II

ЗАКОНЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ.

МОДЕЛИ И ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

ТЕМА 4. ЗАКОНЫ И ГРАНИЦЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Одной из главных задач любой науки, в том числе и экономической, является выяснение сути законов изучаемого объекта. Поведение покупателей и продавцов на рынке описывается при помощи таких ключевых понятий, как спрос и предложение. Иногда экономисты шутят: «Научите попугая говорить «спрос» и «предложение» — и перед вами экономист».

Что же такое спрос и что такое предложение? По каким законам они развиваются?

4.1. СПРОС И ЗАКОН СПРОСА

На рынке, как мы с вами уже знаем, люди, главным образом, играют две роли: продавцов и покупателей. Одни товар спрашивают, а другие его предлагают. Посмотрим на рынок сначала глазами покупателя и ответим на вопросы: что такое спрос, и каковы его виды?

Спрос и его виды. Прежде всего, заметим, что продавцу интересен не всякий потребитель, а только тот, кто может за товар заплатить. Сказанное означает, что рынок удовлетворяет не любую, а именно *платежеспособную потребность*. Завяжем себе этот узелок на память. И *спрос* – это желание и возможность потребителя купить товар на рынке. В учебниках по экономике между понятиями «покупатель» и «потребитель» часто ставят знак равенства. На самом деле это не совсем так – потребитель превращается в покупателя только в том случае, если приобретает способность покупать товар.

Виды спроса разнообразны. Это может быть, например, нерегулярный спрос, основанный на сезонной, почасовой потребности (незагруженность транспорта днем, перегруженность в часы «пик»). Нерациональный спрос – спрос на вредные для здоровья или антисоциальные товары (сигареты, наркотики, оружие). Есть и другие виды спроса, но нас главным образом будут интересовать спрос индивидуальный и рыночный.

Индивидуальный спрос – это спрос, предъявляемый на товар отдельным покупателем. *Рыночным* же будем считать спрос всех покупателей на товар на рынке. Для того чтобы перейти к сути закона спроса, нам еще следует разобраться в таких понятиях, как величина спроса и цена спроса. *Величина спроса* – это такое количество товара, которое хотят и могут приобрести покупатели на каком-либо рынке по определенной цене. *Цена спроса* – это максимальная цена, которую покупатель готов заплатить за определенное количество товара. Теперь уже можно перейти и к закону спроса.

Закон и линии спроса. Закон спроса выражает связь между величиной цены товара и количеством приобретаемого товара. Не надо быть, очевидно, ученым-экономистом, для того чтобы догадаться, что на большую часть товаров распространяется правило: чем дороже товар, тем меньше его покупают, и наоборот. Закон спроса можно вывести методом индукции. Не забыли? Это рассуждение от частного к общему. Если названное нами правило верно для товара № 1, товара № 2 и т.д., то оно является законом для большинства товаров. *Согласно закону спроса*, между величинами цены и спроса на товар существует обратная зависимость.

Попробуем пояснить эту мысль на самом элементарном примере. Допустим, что связь между величиной цены (P_D) и величиной спроса (Q_D) на телевизоры описывается следующим уравнением:

$$P_D = 400 - 50(Q_D - 1).$$

Данные, полученные с помощью уравнения, представлены в табл. 4.1.

Табл. 4.1. Величины спроса на телевизор в зависимости от величины цены телевизора

Q_D , порции	1	2	3	4	5	6	7
P_D , ден. ед.	400	350	300	250	200	150	100

Далее, по данным табл. 4.1 построим линию спроса на мороженое DD (рис. 4.1).

В нашем примере линия спроса DD имеет вид отрезка, направленного вниз слева направо, однако она может быть описана и с помощью кривой, вогнутой влево. Однако при этом возникает вопрос, чем объяснить направленность линий спроса вниз слева направо? Во-первых, сам «здравый смысл» нам подсказывает следующее правило: «меньше будет цена – больше купишь». Во-вторых, при уменьшении цены товара, если, разумеется, при этом не уменьшается величина дохода покупателя, возникает «эффект богатства» – при меньшей цене на одну и ту же сумму можно приобрести больше товара.

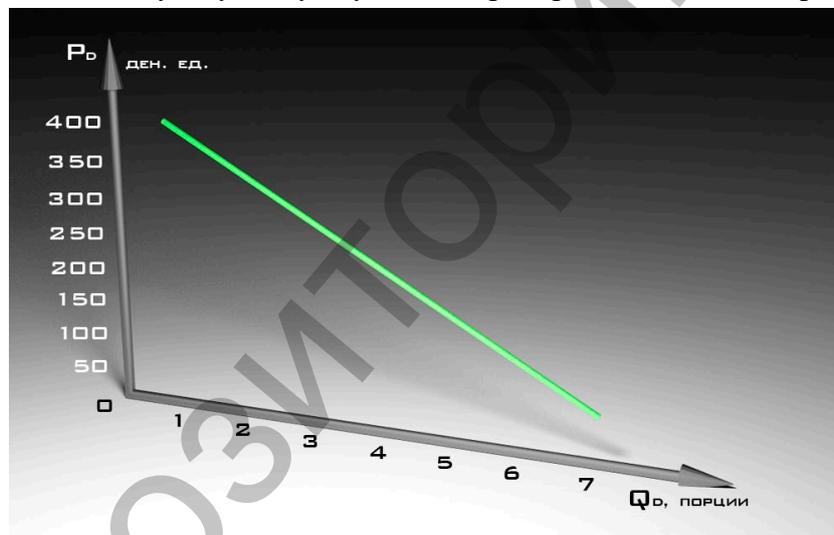


Рис. 4.1. Линия спроса на мороженое

Положение линии спроса определяют различные факторы. Их изменение сдвигает линию спроса вправо или влево. Что это за факторы?

В первую очередь заметим, что уровень спроса на товар зависит от цен на связанные товары – заменители и дополняющие товары. Если, например, повышается цена на сливочное масло, то домашние хозяйки больше будут покупать маргарин. Подорожание бензина вызовет уменьшение спроса на автомобили.

На уровень спроса влияют и неценовые факторы. Среди них выделим изменения в доходах покупателей. Если их величина возрастает, то линия спроса сдвигается вправо, поскольку увеличивается спрос на товары. Отметим также воздействие рекламы, ожидания покупателей, сезонные изменения и т.д.

Не все товары одинаково значимы для покупателя, а, следовательно, и изменения величины спроса на них в ответ на изменение цены и других факторов различно.

Эластичность спроса и ее варианты. Спрос на товары характеризуется и таким понятием, как эластичность. *Эластичность спроса* – это реакция величины спроса на изменение какого-либо фактора. В зависимости от того, какой из факторов вызывает изменение спроса, выделяются следующие виды эластичности спроса: по цене и доходу и перекрестную эластичность. Нас в первую очередь будет интересовать эластичность спроса по цене. Она характеризуется *коэффициентом эластичности* (E_D). Он показывает, насколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на товар на 1%. Его формула имеет следующий вид:

$$E_D = - \%Q_D / \%P_D, \quad (4.1)$$

где $\% \Delta Q_D$ и $\% \Delta P_D$ — процентное изменение спроса и цены.

Знак минус в формуле означает, что величины цены и спроса на товар меняются в противоположных направлениях. Запомним это обстоятельство, однако в дальнейшем будем пользоваться абсолютными величинами коэффициента эластичности.

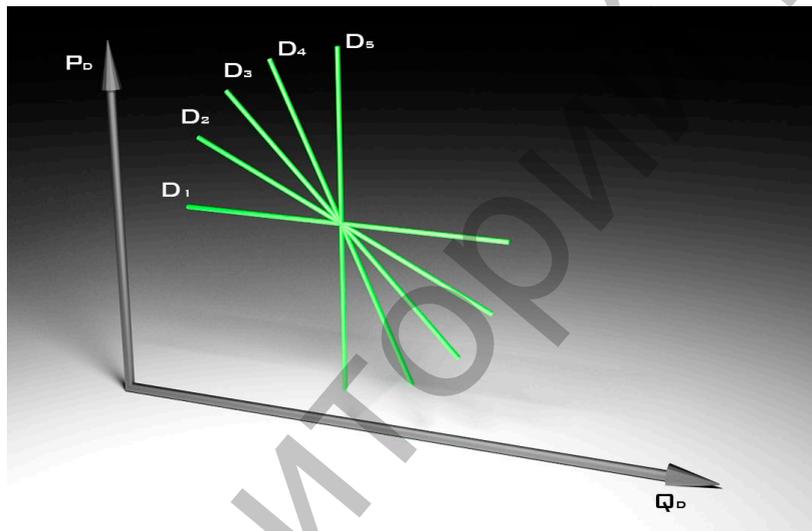


Рис. 4.2. Варианты эластичности спроса по цене

Теоретически можно выделить пять вариантов эластичности спроса по цене. Эти варианты иллюстрируются с помощью отрезков спроса, занимающих на плоскости пять положений (рис. 4.2).

В первом варианте спрос является совершенно эластичным, т.е. коэффициент $E_D = \infty$. Этот случай возможен лишь в условиях совершенной конкуренции, когда при прочих равных условиях по стабильной цене можно приобрести любое количество товара. Во втором — спрос эластичен, а коэффициент эластичности меняется в пределах $1 < E_D < \infty$, например, рост цены на турпутевки на 1% снижает величину спроса на 2%. В третьем — спрос обладает единичной эластичностью, т.е. $E_D = 1$, например, изменение цены на зонты на 1% вызвало уменьшение спроса на них тоже на 1%. Четвертый вариант демонстрирует неэластичный спрос, где $0 < E_D < 1$, например, рост цены на бензин на 20% обусловило уменьшение величины спроса на 5%. И в пятом варианте спрос совершенно неэластичен: $E_D = 0$. В этом случае мы имеем ситуацию, когда покупатели согласны приобрести товар по любой цене, например, некоторые лекарства имеют абсолютно неэластичный спрос.

Кроме эластичности спроса по цене, как уже отмечалось, выделяют также эластичность спроса *по доходу и перекрестную эластичность*. Первая показывает измене-

ние спроса на товар как реакцию на изменение дохода покупателей. Перекрестная же эластичность ставит изменение спроса на один товар в зависимость от изменения цены на другой товар. При этом возможны три случая. Если это товары взаимосвязанные, то рост цены на товар № 2 вызовет и увеличение спроса на товар № 1. Если товары дополняют друг друга, то рост цены на товар № 2 вызовет падение спроса на товар № 1. Если это независимые товары, то и спрос будет совершенно неэластичным.

Исключения из правила. Из всякого правила есть исключения. Так и закон спроса охватывается действием не все товары.

Исключение № 1 получило название *эффекта Гиффена*. Английский экономист XIX в. Роберт Гиффен, исследуя кварталы для бедноты в Лондоне, пришел к выводу, что потребление хлеба у бедняков возрастает с увеличением цены на него. И в современных условиях в странах с недостаточно высоким уровнем экономического развития бедняки поступают аналогичным образом, когда дело касается таких товаров, как хлеб, сахар, соль, а в Беларуси — и картофель.

Исключение № 2 относится к некоторым высококачественным предметам роскоши. При снижении цены на них спрос не растет, а снижается. Оказывается, что престижные товары покупают не только ради их потребительских свойств. Через их обладание стремятся подчеркнуть высокий индивидуальный статус (модель одежды, автомобиль, дорогой дом и т.д.). Снижение рыночной цены на подобные товары уменьшает их привлекательность для «снобов», их социальный имидж. Это *эффект сноба*, или *эффект Веблена* (по имени американского экономиста и социолога Торнстейна Веблена).

Исключение № 3 связано с аномальной реакцией спроса в кратковременном периоде, когда за ростом цены наблюдается и рост спроса. В этом случае срабатывает механизм потребительских ожиданий (завтра будет еще хуже), влияние цен на другие товары.

Со спросом в рыночной экономике тесно связано и предложение. Их, как магнитом, притягивает друг к другу.

4.2. ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Предложение и его виды. В рыночной экономике покупатели спрашивают какой-либо товар, а продавцы его предлагают. Что же такое *предложение*? Это материальная и нематериальная продукция, предназначенная для продажи.

По аналогии со спросом, можно выделить индивидуальное и рыночное предложение. Индивидуальное предложение – это предложение товара на рынке отдельным продавцом, а рыночное – это предложение товара всеми продавцами на определенном рынке.

Предложение, прежде всего, характеризуется такими понятиями, как величина предложения и цена предложения. *Величина предложения* – это количество товара, которое могут и хотят продать продавцы на рынке по определенной цене. *Цена предложения* – это минимальная цена, по которой продавцы согласны продавать определенное количество какого-либо товара.

Между величиной цены и величиной предложения существует связь, получившая название *закона предложения*.

Закон и линии предложения. В основе закона предложения лежит простое правило: чем выше цена на товар, тем больше его предлагают на рынке. Далее воспользуемся методом индукции. Если указанное правило верно для товара № 1, товара № 2, товара № 3 и т.д., то оно является верным для большинства товаров, т.е. оно – один из законов рыночной экономики.

Таким образом, согласно *закону предложения*, между величиной цены на товар и величиной его предложения существует прямая зависимость, т.е. с ростом цены товара увеличивается и объем предложения товара, и наоборот. Теперь поясним суть закона

предложения с помощью уже приведенного примера по спросу на телевизоры. Допустим, что связь между величиной цены (P_s) телевизора и величиной предложения телевизоров (Q_s) описывается уравнением $P_s = 100 + 50(Q_s - 1)$.

С помощью уравнения рассчитаем комбинации величин предложения и цены и поместим их в табл. 4.2.

Табл. 4.2. Величины цен и предложения телевизоров

Q_s , порции	1	2	3	4	5	6	7
P_s , ден.ед.	100	150	200	250	300	350	400

Затем по данным табл. 4.2 построим отрезок предложения мороженого (рис. 4.3). В нашем примере линия предложения SS представляет собой отрезок, направленный вверх слева направо. Но такое бывает не всегда, так как линия SS может быть изображена также с помощью кривой, вогнутой направо.

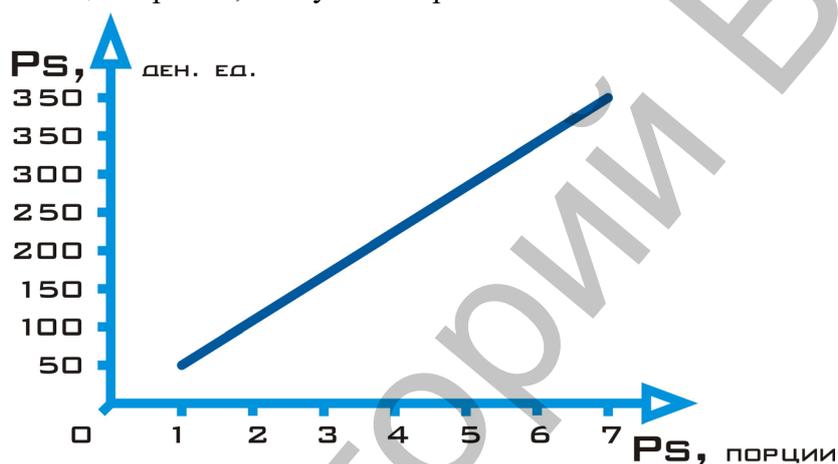


Рис. 4.3. Линия предложения мороженого

На положение линии предложения влияют различные неценовые факторы. Их изменение сдвигает линию предложения вправо или влево. Что это за факторы? Во-первых, выделим такой фактор, как **изменение цен на ресурсы**, используемые в производстве. Их уменьшение стимулирует рост производства продукции, и линия предложения сдвигается вправо, а в противоположном случае сдвиг происходит влево.

Во-вторых, на уровень предложения влияют и **изменения в технологии производства**. Они позволяют, например, производить продукцию с меньшими затратами, что увеличивает предложение и сдвигает линию предложения вправо.

В-третьих, большую роль играют **налоги и субсидии**. Рост налогового бремени приводит к увеличению издержек производства и уменьшает уровень предложения. *Субсидии же* – предоставляемые государством безвозмездные пособия – способствуют снижению издержек на производство продукции и увеличивают уровень предложения.

В-четвертых, уровень предложения определенных товаров также зависит и **от цен на другие товары**. Их увеличение, например, вызывает перелив ресурсов и выход фирм из отрасли, что уменьшает предложение. На уровень предложения влияют также ожидания и количество продавцов, природные условия (стихийные бедствия) и т.д.

Предложение различных товаров отличается и по эластичности.

Эластичность предложения. Эластичность предложения – это его реакция на изменение какого-либо фактора. Выделяют два вида эластичности предложения: по цене и перекрестную эластичность. Эластичность предложения по цене характеризуется *коэффи-*

коэффициентом эластичности (E_S). Он показывает, насколько процентов изменится величина предложения при изменении цены на 1 %. Его формула имеет следующий вид:

$$E_S = \% \Delta Q_S / \% \Delta P_S, \quad (4.2)$$

где $\% \Delta Q_S$ и $\% \Delta P_S$ — процентное изменение предложения и цены.

Возможные варианты эластичности представлены на рис. 4.4.

Коэффициент эластичности предложения по цене, в отличие от коэффициента эластичности спроса по цене, имеет положительные значения, так как величины цены на товар и его предложение меняются в одном направлении.

В первом варианте предложение *абсолютно эластично* и, следовательно, $E_S = \infty$. Такая ситуация реализуется на рынке совершенной конкуренции. Во втором — предложение является *эластичным*, а значения коэффициента эластичности находятся в следующих границах: $1 < E_S < \infty$. Это означает, например, что рост цены на товар на 1% вызывает, допустим, увеличение предложения на 2%.

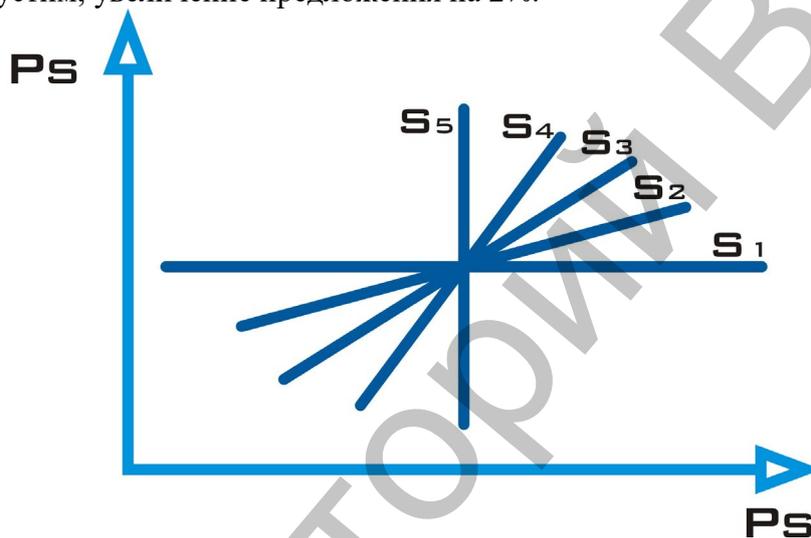


Рис. 4.4. Варианты эластичности предложения по цене

Третий вариант демонстрирует единичную эластичность предложения. В этом случае $E_S = 1$, например, увеличение цены на 5% вызывает аналогичное возрастание предложения. В четвертом — мы имеем неэластичное предложение с коэффициентом эластичности, расположенном в границах $0 < E_S < 1$. В этом случае рост цены опережает увеличение предложения. И в пятом — предложение совершенно неэластично и $E_S = 0$. Это значит, что предложение абсолютно не реагирует на любые изменения цены, например, предложение земли в мире не меняется, хотя цена на нее неуклонно повышается.

Перекрестная эластичность предложения показывает, как изменяется предложение одного товара в ответ на изменение цены другого товара.

Впервые ввел понятие эластичности и обосновал его применение на практике английский экономист *Альфред Маршалл* (1842–1924). Анализ данных об эластичности необходим при принятии решений по изменению цен, как на уровне отдельной фирмы, так и государства. Фирмы могут проанализировать, как изменятся объемы продаж при изменении цены на их продукцию, в каком случае выручка от реализации продукции будет для них наиболее выгодной. Понятие эластичности может быть использовано на практике и правительством при выработке мероприятий государственного регулирования. В этом случае важно знать, насколько изменение цен на различные товары отразится на уровне жизни населения страны.

Основные направления использования показателя эластичности на практике следующие:

- 1) анализ реакции потребителя на изменение цен;
- 2) подготовка производства к изменению спроса;
- 3) определение ценовой политики фирм;
- 4) принятие решений о маркетинговой политике фирмы;
- 5) разработка структуры налогообложения;
- 6) проведение различных операций на внешнем рынке (экспортно-импортные операции), на валютном рынке;
- 7) выработка мероприятий государственного регулирования экономики.

Не слишком ли много внимания уделено эластичности? Возможно, но мы еще раз хотели показать практическое значение экономической теории. Не зря иногда говорят: «Нет ничего практичнее хорошей теории».

4.3. ЗАКОН ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

До сих пор мы рассматривали спрос и предложение независимо друг от друга. В реальной же экономике они взаимодействуют и связаны между собой прочной нитью. Спрос и предложение, считал А. Маршалл, можно уподобить двум лезвиям ножниц. Отсюда, кстати говоря, проистекают образ и модель «ножниц Маршалла». Оба лезвия необходимы и образуют единое целое. Но подобно тому, как одно лезвие более активно в зависимости от того, как держать ножницы, так либо спрос, либо предложение могут играть более активную роль. Это зависит от периода времени. В краткосрочном периоде — именно изменения в спросе влекут за собой увеличение либо уменьшение цены. В долгосрочном же периоде определяющую роль играет предложение.

Равновесие и неравновесие на рынке. На рынке возможны три соотношения между спросом и предложением. Лучшее из них — для покупателей, разумеется, и продавцов — равновесие между спросом и предложением. От состояния равновесия на рынке возможны два отклонения. Во-первых, если спрос превышает предложение, то на рынке возникает дефицит товара. Во-вторых, в противоположном случае имеет место избыток товарной массы.

Проиллюстрируем изложенное нашим примером с телевизорами, доведем его до логического конца, а данные по спросу и предложению телевизоров сведем в табл. 4.3.

Табл. 4.3. Величины спроса и предложения и цены на телевизоры

Q _D , порции	7	6	5	4	3	2	1
P, ден. ед.	100	150	200	250	300	350	400
Q _S , порции	1	2	3	4	5	6	7

Теперь, учитывая величины спроса и предложения и их цены, построим линии спроса и предложения (рис. 4.7).

Обратим особое внимание на точку E — это точка равновесия. Ее координаты образуют цена равновесия (P_E) и равновесное количество товара (Q_E). Равенство спроса и предложения свидетельствует о том, что, во-первых, платежеспособная потребность покупателей удовлетворяется полностью, а во-вторых, удовлетворен и продавец — он реализовал весь товар по выгодной для себя цене. В нашем примере (P_E) и (Q_E) легко находятся по табл. 4.3: $P_E = 250$ ден. ед. и (Q_E) = 4. Координаты точки равновесия можно найти и иным путем, решив следующую систему уравнений:

$$\begin{cases} P_D = 400 - 50(Q_D - 1), \\ P_S = 100 + 50(Q_S - 1). \end{cases}$$

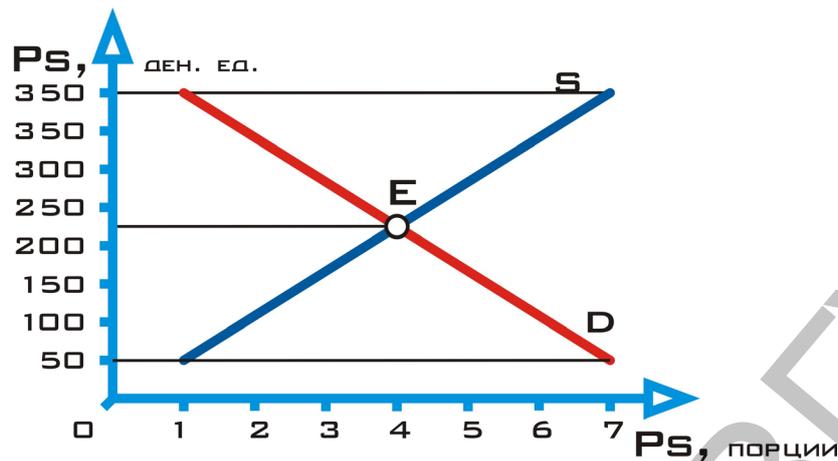


Рис. 4.5. Линии спроса и предложения мороженого

Далее возникает естественный вопрос: как рынок справляется с трудностями неравновесия?

Варианты и границы рыночного саморегулирования. Идеальным для покупателя является рынок совершенной конкуренции. На нем – при прочих равных условиях – цены стабильные, так как длительное время сохраняется равновесие между спросом и предложением.

Рынок успешно восстанавливает положение равновесия и в том случае, если коэффициент эластичности спроса по цене больше коэффициента эластичности предложения по абсолютной величине. Читатель может убедиться в этом сам, если начертит соответствующий график.

Первый тревожный звонок, свидетельствующий о неспособности рынка справиться с ситуацией и восстановить равновесие, раздается в том случае, если неравновесие на рынке возникает при равенстве коэффициентов эластичности спроса и предложения по цене.

Но еще хуже, когда на рынке эластичность предложения по цене выше эластичности спроса по абсолютной величине. Тогда амплитуда колебаний рыночной цены вокруг цены равновесия нарастает, как на виртуальных американских горках. Представьте себе, уважаемый читатель, дорогу, на которой глубина ямы становится все больше и больше. И если водитель автомобиля упрям, то в скором времени от транспортного средства могут остаться металлические рожки да ножки. Так и в рыночной экономике. В некоторых случаях вмешательство государства просто неизбежно, так как в противном случае может развиться экономический кризис.

Таким образом, *согласно закону взаимодействия спроса и предложения*, при превышении спроса над предложением цены на товар растут, а в обратной ситуации — уменьшаются. Этот закон — своеобразный экономический барометр, показывающий равновесие или неравновесие на рынке. Его еще называют *законом изменения цен*. Вместе с тем он не отвечает на вопрос, почему вообще и на какой основе происходит обмен товаров? Ответ на него вы найдете в следующем параграфе.

4.4. ЗАКОН ОБМЕНА ЭКВИВАЛЕНТОВ И ЕГО ФУНКЦИИ

Остается неясным, что же лежит в основе обмена товара на другие товары, либо на определенное количество денег. Ответ на поставленный вопрос и дают законы обмена эквивалентов (закон стоимости) и денежного обращения.

Закон обмена эквивалентов (закон стоимости) и его роль в рыночной экономике. Мы с вами уже знаем, что в основе рыночной экономики лежит обмен результатами производства. Но почему одни товары обмениваются на другие или же на определенное количество денег? С одной стороны, они, очевидно, должны отличаться друг от друга по потребительной стоимости. В противном случае сам обмен превращается в бессмыслицу. В самом деле, вряд ли человек в здравом уме будет обменивать, например, 1 кг сахара на точно такой 1 кг сахара. Из этого простого рассуждения вытекает вывод о том, что необходимым условием обмена товаров является их отличие по потребительной стоимости.

Но, с другой стороны, не удастся обменять, и, допустим, лопату на телевизор, хотя, понятно, каждый из этих товаров обладает определенной потребительной стоимостью. Обмен между этими товарами не может состояться по той причине, что они не равноценны по стоимости.

Таким образом, в основе обмена товаров на рынке лежат, по меньшей мере, два условия: 1) товары должны отличаться по потребительной стоимости; 2) быть равноценны по стоимости.

Обмен эквивалентов – это не только бартерные операции, но и обмен товара на деньги, и наоборот. Обмен можно выразить несколькими формулами. Бартерную сделку характеризует формула $T_1 = T_2$, покупку товара за деньги – $D = T$, продажу товара – $T = D$. Кроме того, можно также деньги одного государства обменять на деньги другого государства.

Итак, по закону обмена эквивалентов товары обмениваются на другие товары или на определенное количество денег тогда, когда они являются эквивалентами по стоимости, но отличаются по потребительной стоимости.

Функции закона обмена эквивалентов. Закон обмена эквивалентов в рыночной экономике выполняет функции, которые и дают право называть его основным законом рыночной экономики.

Во-первых, действие закона обмена эквивалентов *дифференцирует товаропроизводителей по стоимости продукции*. Проиллюстрируем эту и последующие функции названного закона следующим примером. Предположим, что в обувной отрасли три предприятия, и все они производят совершенно одинаковую мужскую обувь, а некоторые результаты их хозяйственной деятельности представлены в табл. 4.4.

Табл. 4.4. Стоимость и цена пары обуви на предприятиях отрасли; в руб.

Предприятие	Стоимость одной пары	Рыночная цена одной пары	Прибыль с одной пары обуви
1	40	50	+ 20
2	50		+ 10
3	60		- 10

О чем говорят данные таблицы? Они свидетельствуют о существенной дифференциации предприятий по стоимости одной пары обуви. При этом лучшим является первое предприятие, а худшим – третье. Причины дифференциации могут быть разные. Предприятия отличаются по оборудованию, по квалификации работников и другим параметрам. Первое предприятие, естественно, получает и наибольшую прибыль, второе – только среднюю прибыль, допустим, 10 руб, а третье несет убытки от реализации каждой пары обуви в размере 10 руб.

Во-вторых, этот закон *стимулирует предприятия к снижению стоимости единицы продукции*, так как в этом случае возрастет разница между рыночной ценой и

стоимостью продукции, а, следовательно, больше будет и прибыль с единицы реализованной продукции.

В-третьих, в условиях свободной конкуренции действие закона обмена эквивалентов приводит к *монополизации производства* в отрасли. Почему так происходит, тоже понятно. Обратимся еще раз к данным приведенной таблицы и немного пофантазируем. В следующем году, скорее всего, первое предприятие «съест» третье предприятие и захватит его рынок. Через год конкурировать уже будут первое и второе предприятия и, при прочих равных условиях, разумеется, первое будет первым и на экономическом финише.

Таким образом, свободно развивающаяся рыночная экономика со временем способна уничтожить сама себя. Фантазии? Нет. В конце XIX века капитализм уже был монополистическим. Каков же выход? Государство должно создавать условия для здоровой конкуренции между товаропроизводителями.

Частным случаев закона обмена эквивалентов является закон денежного обращения.

4.5. ЗАКОН ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ИНФЛЯЦИЯ

Закон денежного обращения и его формулы. Действие закона денежного обращения осознается многими людьми, даже если они и не изучали экономическую теорию. Совершенно очевидным является то обстоятельство, что выпуск денег в обращение наталкивается на определенные границы, которые зависят, в свою очередь, от количества товаров и услуг и их стоимости. Иначе говоря, **суть закона денежного обращения состоит в том, что количество денег должно соответствовать объему товаров и услуг в обращении.**

Роль денег в рыночной экономике, конечно, нельзя недооценивать, но вредна и другая крайность – переоценка их значимости. По мнению некоторых экономистов-монетаристов, «только деньги имеют значение». Но тогда возникает вопрос: «Хвост (деньги) должен вертеть собакой (товаром), или собака – хвостом»? Вопрос риторический. Плохо, понятно, когда денег в обращении не хватает, так как возрастает удельный вес бартерных операций и замедляется экономический кругооборот вообще. Однако гораздо хуже противоположная ситуация – избыток денег в обращении. Как же найти золотую середину и рассчитать нужное для обращения товаров количество денег? Экономисты-теоретики предлагают использовать вытекающие из закона денежного обращения различные формулы. В самом общем виде одна из них нами уже приводилась: $D = T$, где T – стоимость всех товаров в обращении; D – количество денег; необходимое для обращения товаров.

Американский экономист *Ирвинг Фишер* (1867–1947) в 1911 году вывел следующее уравнение обмена:

$$M \cdot V = P \cdot Q, \quad (4.3)$$

где M – количество денег в обращении; V – скорость обращения денег; P – средний уровень товарных цен; Q – количество проданных товаров.

Перепишем теперь это уравнение в следующем виде: $M = (P \cdot Q) / V$.

В результате такой операции мы получили формулу, которая описывает закон денежного обращения. **Согласно этому закону, количество денег в обращении прямо пропорционально уровню товарных цен и количеству проданных товаров и обратно пропорционально скорости обращения денег.**

В учебниках по экономической теории, как правило, эта формула и приводится и, казалось бы, приоритет И. Фишера в этом теоретическом разделе налицо. Но не все так просто. Дело в том, что К. Маркс в первом томе «Капитала» еще в 1867 году пред-

ложил формулу закона денежного обращения. В символике И. Фишера ее можно записать следующим образом:

$$M = (P \cdot Q - Kp - Bn + Пл) / V, \quad (4.4)$$

где Kp – сумма цен товаров, проданных в кредит; Bn – сумма взаимопогашающихся платежей; $Пл$ – сумма цен товаров, по которым наступил срок платежей.

Нетрудно заметить, что «знаменитое» уравнение обмена И. Фишера является частным случаем формулы К. Маркса, раскрывающей суть закона денежного обращения более глубоко.

Какое практическое значение имеют формулы закона денежного обращения? Во-первых, они показывают, что именно количество денег зависит от количества товаров и услуг в обращении, а не наоборот. А во-вторых, они позволяют ответить на вопрос: «Какое количество денег необходимо для полноценного функционирования обращения?».

Нарушение требований закона денежного обращения в проведении денежно-кредитной политике может привести к инфляции.

Инфляция и ее социально-экономические последствия. Слово инфляция произошло от латинского *inflatio* – вздутие. Она возникает тогда, когда объем бумажных денег в обороте превышает потребности товарного обращения, т.е. нарушается требование закона денежного обращения. *Инфляция* — это снижение покупательной способности денег, вызванное их избытком в обращении, и проявляющееся в росте цен на товары.

Инфляция – явление сложное и поэтому существует несколько классификаций ее видов. В экономической теории для выделения классификации видов инфляции используются различные критерии оценки.

По характеру протекания выделяют открытую и подавленную инфляции. *Открытая инфляция* проявляется в росте цен на товары вследствие падения покупательной способности денежной единицы. Этот вид инфляции искажает, но не нарушает механизм рыночной экономики. Рынок сам борется с инфляцией. *Подавленная инфляция* возникает тогда, когда правительство борется с ней неэкономическими методами, административными, например. Они могут сводиться, предположим, к замораживанию цен и доходов. Последствия такой политики общеизвестны: возникает дефицит товаров, снижается их качество, «вымывается» дешевый ассортимент, растут цены на теневом рынке. Примером такой ситуации может быть экономика СССР конца 80-х годов XX века.

По темпам роста цен различают умеренную («ползучую»), галопирующую и гиперинфляцию. Инфляция считается *умеренной*, если рост цен в стране достигает 10% в год. Такая инфляция экономике не страшна, деньги в ней продолжают выполнять свои функции. При *галопирующей инфляции* цены достигают до 200% в год, ее результатом является ускоренный перевод денег в товары, или «бегство от денег».

Наибольший вред экономике приносит *гиперинфляция*, когда рост цен в год превышает 200%. При такой инфляции деньги перестают выполнять свои функции. Для экономики становятся характерными бартер, разрушение сложившихся связей и натурализация производства. В качестве примера гиперинфляции обычно приводят Германию 20-х годов XX века, где пачки банкнот по 1000 марок служили игрушками для детей, а одно яйцо стоило около миллиона марок. В Боливии в 1985 году цены возросли в 80 раз, но вряд ли стоит ходить за примерами так далеко. В Беларуси за один 1994 год цены увеличились в 23,2 раза, и только в 2005 году инфляция стала умеренной (8%). Минимума рост цен в нашей стране достиг в 2006 году (6,6%).

По критерию ожидаемости инфляция бывает ожидаемой и неожиданной. *Ожидаемая инфляция* может прогнозироваться заранее, поэтому у продавцов и покупателей есть время встретить ее во всеоружии, скорректировать свое поведение и уменьшить возможные последствия. При *неожиданной инфляции* потери более значительные. Такая инфляция ведет к существенному перераспределению доходов населения,

например, в начале 90-х годов XX века обесценились вклады на всем постсоветском пространстве. Инфляция может быть неожиданной не только для простых обывателей... По прогнозу главы Правительства России Е. Гайдара, например, в 1992 году цены в стране должны были увеличиться в 3–4 раза, а на самом деле реальная экономика опрокинула этот прогноз, поскольку уровень цен вырос в 26 раз.

Происхождение инфляции объясняют по-разному. И в каждом рассуждении есть свое рациональное зерно. Главная причина очевидна: денег в обращении находится больше, нежели требуется по закону денежного обращения. Разница между фактическим количеством денег в обращении и необходимым по закону денежного обращения называется *инфляционной денежной массой*. Избыток денег в обращении приводит к превышению спроса над предложением, что, в свою очередь, уже согласно закону взаимодействия спроса и предложения, вызовет рост цен.

Причины появления инфляционной денежной массы разнообразны. Это может быть увеличение заработной платы, превышающее прирост производительности труда. В качестве второй причины можно назвать рост прибыли фирм не за счет снижения издержек производства, а из-за повышения цен. В-третьих, это могут быть безвозвратные кредиты различным субъектам хозяйствования. В-четвертых, укажем на пресс налогов, многие из которых увеличивают затраты на производство и реализацию продукции и т.д.

Каковы социально-экономические последствия инфляции?

Во-первых, обесцениваются личные сбережения граждан.

Во-вторых, снижаются реальные доходы населения и его благосостояние в целом. При этом наиболее уязвимыми оказываются работники с фиксированными доходами, например, ученые, учителя, врачи, пенсионеры.

В-третьих, при инфляции становится невыгодно копить и давать в долг, вследствие чего замедляется приток капитала в производство, морально и физически стареют средства труда, тормозится научно-технический прогресс.

Галопирующая инфляция и гиперинфляция, в конечном счете, разрушают экономику, вызывают рост безработицы и обнищание народа. Кроме того, инфляция – питательная среда коррупции; расстраивает финансовую систему государства; расширяется сфера натурального обмена и т.п.

Плохо от инфляции не всем. Недаром говорят: если кто-то теряет, то кто-то находит. В период инфляции выгодно занимать деньги, поскольку инфляция сама съедает часть долга. Выигрывают и те, кто вкладывает деньги в недвижимость, драгоценности.

4.6. РЫНОК В ЭКОНОМИКЕ: ФУНКЦИИ, ДОСТОИНСТВА, НЕДОСТАТКИ

До сих пор речь шла, главным образом, о рыночной экономике в ее чистом виде, где регулирующее воздействие законов рынка реализуется наиболее полно, что возможно в условиях совершенной конкуренции. Однако уже в экономике с несовершенной конкуренцией их действие начинает деформироваться. Примем во внимание и то обстоятельство, что в современной экономике всевозрастающую роль играет социальный фактор. Поэтому важно выяснить основные функции рынка, вытекающие из сущности его законов, и увидеть границы эффективности рыночного саморегулирования.

Функции рынка. Важнейшей функцией рынка является **соединение производства и потребления** и обеспечение непрерывности общественного производства. Он непосредственно объединяет обособленных производителей и потребителей. Через рынки от производителей к потребителям движутся огромные потоки различных товаров и услуг, а от потребителей к производителям направляются денежные средства, необходимые для продолжения процесса производства.

Рынок непосредственно **регулирует объемы производства продукции** в соответствии с соотношением между спросом и предложением: если спрос выше предложения, то объем производства растет, при обратной ситуации он снижается.

Рынок обладает также **ценообразующей функцией**, так как именно на рынке покупатели договариваются с продавцами относительно цен на приобретаемую продукцию.

Выше, в связи с действием закона обмена эквивалентов, уже были рассмотрены такие функции рынка, как **дифференциация товаропроизводителей по стоимости продукции, стимулирование снижения стоимости единицы продукции и монополизация производства.**

Выделим **информационную** функцию рынка. Рынок информирует производителей о потребностях покупателей, выполняя общественную оценку произведенной продукции. С одной стороны, реализация продукции превращает ее в товар и свидетельствует о том, что потребности покупателя удовлетворены. С другой – реализация товара по цене, возмещающей полную стоимость продукции, означает также, что покупатель признал необходимость возмещения затрат на производство и реализацию продукции. Цены на рынке служат той информацией, которая необходима и потребителям для принятия решения о способах удовлетворения своих потребностей. При высоких ценах на модную одежду, например, для потребителя может оказаться более выгодным ее пошив в ателье.

Рынок выполняет и **социальную функцию**, то есть расслаивает общество на классы по имущественному положению. В США, по мнению профессора Северо-Западного университета США Филипа Котлера, известного специалиста по маркетингу, существуют шесть общественных классов.

В *высший высший* класс (менее 1% населения) входит элита общества, живущая на наследуемое богатство. *Низший высший* класс (около 2%) составляют лица свободных профессий или бизнесмены, получающие высокие доходы в силу своих исключительных способностей.

Высший средний класс (12%) образуют делающие карьеру лица свободных профессий, управляющие, бизнесмены. Они проявляют заботу об образовании, духовной жизни, культуре и гражданских делах. Костяк *низшего среднего* класса (30%) составляют служащие, мелкие предприниматели, средний инженерно-технический состав предприятий.

Высший низший класс (35%) состоит из мелких служащих, квалифицированных и полуквалифицированных рабочих. И, наконец, на дне американского общества находится *низший низший* класс (20%), который образуют неквалифицированные рабочие, лица живущие на пособия.

У экономики, направляющей силой которой является рынок, есть несомненные достоинства, которые нельзя не учитывать в экономической политике государства.

Достоинства рыночной экономики. У рыночной экономики много достоинств. Среди них:

1. *Способность эффективно распределять ограниченные ресурсы.* Они направляются в первую очередь на производство той продукции, которая способна превратиться в товар, полезна покупателю.

2. *Ориентация на минимум затрат ресурсов на производство и реализацию продукции.* Рынок заставляет покупателя и продавца рационально использовать каждую денежную единицу.

3. *Высокая адаптивность к изменяющимся условиям.* В 70-е годы прошлого века, например, резко повысились цены на энергоносители, тогда в странах с современными рыночными отношениями были разработаны альтернативные источники

энергии, внедрены ресурсосберегающие технологии, введены режимы жесткой экономии энергоносителей. В результате чего была ослаблена зависимость от стран-экспортеров энергоресурсов. В наши дни наблюдается похожая ситуация.

4. *Оптимальное использование достижений НТП* в экономической деятельности. Товаропроизводители, стремясь получить максимум прибыли, повышают эффективность производства, идут на риск, разрабатывают новые товары, вводят новейшие технологии, что позволяет им иметь временные преимущества перед конкурентами.

5. *Нацеленность товаропроизводителей на удовлетворение разнообразных платежеспособных потребностей населения.* Фирмы, стараясь оставаться конкурентоспособными, стремятся расширить ассортимент, повышать качество продукции и т.д.

6. *Успешное функционирование при наличии ограниченной информации.* Во многих случаях субъекту рыночных отношений достаточно иметь данные о цене и затратах ресурсов на производство и реализацию продукции. Фермеру, например, производящему молоко, совсем не обязательно знать, сколько молока потребляют дети, сколько другие фермеры выращивают коров молочной породы, сколько денег покупатели тратят на молоко. Ему достаточно информации о ценах на молоко и корма, о затратах на различные породы скота, электроэнергию, рабочую силу.

7. *Свобода выбора для покупателей и продавцов.* Они независимы в принятии решений, заключении сделок и т.д. Тем самым рынок обеспечивает условия для развития экономической демократии.

Вместе с тем, как об этом свидетельствует история экономики, реформаторы часто не учитывают оборотной стороны медали рыночной экономики.

Границы рыночной экономики. Рыночная экономика наделена не только достоинствами, но и существенными недостатками. Она:

1) *не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов.* Предпринимателю, как носителю рыночных отношений, в принципе неважно, насколько лет у человечества осталось газа, нефти, угля – главное прибыль;

2) *не решает проблем окружающей среды.* Предприниматель, к примеру, добровольно не станет тратить деньги на создание дорогостоящих экологически чистых производств, поскольку снизится конкурентоспособность его продукции из-за возросших затрат. И только сила государства способна вынудить его сделать это;

3) *не регулирует использование ресурсов, принадлежащих всему человечеству,* например, рыбных богатств морей и океанов;

4) *не ограничивает производство товаров, вредных для здоровья людей,* снижающих продолжительность их жизни. При этом речь идет не только о наркотиках, оружии, сигаретах, алкогольных напитках. Некоторые компании развитых стран для хранения продовольствия используют консерванты, отрицательно влияющие на здоровье людей;

5) *не создает стимулов для производства товаров и услуг совместного пользования,* например, дорог, дамб, портов, общественного транспорта;

6) *не гарантирует права человека на такие социально важные блага,* как на труд и справедливое вознаграждение, отдых и досуг, образование и медицинские услуги, защиту от безработицы. Рыночная экономика воспроизводит социальное и имущественное неравенство;

7) *не обеспечивает фундаментальных научных исследований.* Почему? Все дело в том, что перспектива использования их результатов становится ясна не сразу и не дает немедленной отдачи.

Итак, не стоит смотреть на рыночную экономику сквозь розовые очки: она обладает и плюсами, и минусами. И правительство, проводя определенную экономическую политику, должно учитывать, как лицевую, так и оборотную стороны рыночной медали.

Современная экономика: рыночная или нерыночная? Часто современную экономику считают только рыночной, но это не совсем так. Двухзначная логика не дает правильного ответа на этот вопрос.

Рынок экономически эффективен, когда речь идет о *производстве товаров индивидуального потребления*. К ним, например, относятся продукты, одежда, обувь. Достаточно эффективно и рыночное *производство товаров смешанного потребления*, например, холодильников, телевизоров.

Вместе с тем эффективность рынка падает, когда речь заходит о товарах *совместного потребления*. К ним относятся, в частности, услуги учреждений образования и здравоохранения, общественного пассажирского транспорта. Городской пассажирский автобусный и электрический транспорт, как правило, дотируется за счет местных бюджетов. Это означает, что рыночным он является уже не полностью. Другое дело легковой пассажирский транспорт, который вполне может быть эффективным и в условиях рынка.

Если же полностью на рыночные отношения перевести такие отрасли народного хозяйства, как образование и здравоохранение, то на практике это будет означать, что получение их услуг будет поставлено в зависимость от толщины кошелька покупателя, а не от необходимости в них. Сколько детей в таком случае не смогут получить образование, остается только догадываться. Между тем один из основателей всемирно известной фирмы «Сони» Ибука, фанатик образования, в книге «Детский сад – это слишком поздно» подчеркивает, что образование должно начинаться с рождения и не заканчиваться до самой смерти. Доступными, очевидно, должны быть и услуги медицины, если возникает угроза здоровью человека. Сказанное вовсе не означает, что рыночный сектор не имеет право на существование в сфере образования и медицинского обслуживания. Наоборот: он должен развиваться достаточно быстро, поскольку тогда в этих отраслях народного хозяйства появится конкуренция и возникнет дополнительный источник их финансирования. Однако в любом случае должен быть реализован принцип доступности этих жизненно важных для населения услуг, если в них возникает необходимость.

И, наконец, в реальной действительности производятся также *общественные блага и услуги*. Они неделимы по своей природе, то есть в принципе не могут быть реализованы индивидуальным покупателям. Как, например, продать свет фонарей на освещенных улицах населенных пунктов, услуги, производимые для водного транспорта маяком, министерством обороны отдельному жителю государства?

В итоге можно сделать следующий вывод: современная экономика состоит из рыночного и нерыночного секторов, и задача каждого правительства состоит в том, чтобы найти оптимальное отношение между ними.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Спрос. Закон спроса. Эластичность спроса. Предложение. Закон предложения. Эластичность предложения. Закон взаимодействия спроса и предложения. Закон обмена эквивалентов. Закон денежного обращения. Уравнение обмена. Инфляция. Подавленная и открытая инфляций. Умеренная и галопирующая инфляций. Гиперинфляция. Рыночный и нерыночный сектора.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Чем отличаются спрос и величина спроса?
2. Какие неценовые факторы сдвига линии спроса вы знаете?
3. Какие факторы сдвига линии предложения вы знаете?
4. Что такое инфляционная денежная масса?
5. Какие категории населения страдают от инфляции больше других?
6. Чем отличаются рыночный и нерыночный сектора экономики?

ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Если повысится цена на свинину, то кривая спроса на говядину:
а) сдвинется влево; б) сдвинется вправо; в) ее положение не изменится.
2. Если вырастут цены на бензин, то линия спроса на микролитражные автомобили сдвинется: а) влево; б) вправо; в) ее положение не изменится.
3. Если увеличатся доходы населения, то кривая спроса на хлеб:
а) сдвинется влево; б) сдвинется вправо; в) ее положение не изменится.
4. Рост цен на удобрения сдвинет линию предложения пшеницы:
а) влево; б) вправо; в) сдвиг не произойдет
5. Если цена на товар возрастет на 10%, а предложение — на 5%, то предложение на товар по цене:
а) эластично; б) неэластично; в) совершенно эластично.
6. Если инфляция за год была 50%, то это была инфляция:
а) умеренная; б) галопирующая; в) гиперинфляция.

РЕШИМ ЗАДАЧИ

1. Допустим, что цена спроса на 1 кг картофеля (в коп.) на микрорынке описывается следующим уравнением $P_D = 80 - 3Q_D$, а цена предложения — $P_S = 20 + 2Q_S$.
Определите выручку от реализации картофеля, если он продается по цене равновесия.
2. Предположим, что в течение года стране было произведено и реализовано товаров и услуг на 100 трлн руб., 75% из них было продано по безналичному расчету, а 20% — в кредит. Платежи за предыдущие годы оцениваются в 3 трлн ден. ед. Скорость обращения денежной единицы в год равна 4. В обращении находится наличных денег на 4 трлн руб.
Определите величину инфляционной денежной массы в стране.
3. Количество денег за год в стране увеличилось на 50%, цены выросли — на 25%, а скорость обращения денег осталась неизменной.
Насколько процентов вырос реальный объем производства товаров и услуг в стране?

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

В МАГАЗИНЕ

- Покупатель жалуется директору магазина:
— Ваш продавец меня оскорбил! Я требую, чтобы он взял свои слова обратно!
— К сожалению, мы ничего не принимаем обратно! Можем только обменять на точно такие же.

ТЕМА 5. ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

5.1. ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО, ЕГО ФУНКЦИИ И СТРУКТУРА

Под домашним хозяйством впредь будем подразумевать хозяйство, которое ведет семья или отдельный индивид. В рыночной экономике, как об этом наглядно свидетельствует рис. 5.1, оно играет первостепенную роль.

Кроме того, именно домашние хозяйства «замыкают» кругооборот в рыночной экономике. Он, напомним, состоит из четырех стадий: производства (П), распределения (Р), обмена (О) и потребления (С) продукции.



Рис. 5.1. Схема кругооборота домашних хозяйств с фирмами и банками

Семья, по сути, является конечным потребителем продукции, производимой различными фирмами. И при этом неважно, о какой экономике идет речь: рыночной или нет. Человек поэтому и организует производство продукции, затем распределяет ее, обменивает, чтобы, в конце концов, ее потребить и тем самым удовлетворить свои потребности.

Нередко такие понятия, как «домашнее хозяйство» и «семейное хозяйство» отождествляют. В действительности это не совсем так. Понятие «домашнее хозяйство» по своему объему более широкое, нежели «семейное хозяйство». Дело в том, что вести хозяйство может как семья, так и отдельный человек.

В рыночной экономике каждый человек должен стараться вести себя рационально, поэтому можно дать и более широкое определение *домашнего хозяйства*. Это элементарная экономическая ячейка общества в составе одного человека или нескольких членов семьи, собственников ресурсов производства, стремящихся максимизировать удовлетворение потребностей.

Какие функции выполняют домашние хозяйства в современной экономике?

Основные функции домашнего хозяйства. Главная функция домашнего хозяйства, естественно, *репродуктивная*. Ее еще называют функцией деторождения и воспроизводства населения. В Беларуси, к примеру, на 1 января 2017 г. насчитывалось около 9 млн. 505 тыс. человек.

Вторая функция состоит в том, что именно в семье, главным образом, **воспроизводится важнейший экономический ресурс** – *рабочая сила*, или физические и интеллектуальные способности человека к производительной деятельности. В начале 2017 г. у нас в стране экономически активное население составляло 4 млн. 417 тыс. человек, или 46,5% всех жителей. Кроме того, в распоряжении или во владении некоторых семей находятся и средства производства.

На рынках ресурсов домашние хозяйства их продают и получают за это соответствующие доходы: наемные работники – заработную плату; предприниматели –

прибыль; владельцы земли, если они сдают ее в аренду, – арендную плату, собственники средств производства – процент.

Фирмы, в свою очередь, выступают на рынках ресурсов в качестве покупателей. При этом обратим внимание на то обстоятельство, что доходы домашних хозяйств в то же время являются расходами фирм. Это значит, что в рыночной экономике действует **закон равенства доходов и расходов**. Вам непонятно, о чем идет речь? Тогда приведем такой пример. Предположим, что в магазине вы купили продукции на 20 руб. Для вас эта сумма денег означает величину потребительских расходов, а магазин же получил, благодаря вашей покупке, 20 руб. дохода.

Третья функция домашних хозяйств заключается в том, что для фирм они являются еще **источником денежных средств** (рис. 5.1). Как это происходит?

Полученные от продажи ресурсов доходы домашних хозяйства могут использовать двояким способом. Большая их часть, естественно, предназначена для приобретения потребительских товаров, она составляет так называемые потребительские расходы (С). Оставшаяся часть доходов и образует сбережения (S). Располагаемый доход (РД), говоря другими словами, подразделяется на потребительские расходы и сбережения:

$$РД = С + S. \quad (5.1)$$

Люди сберегают деньги по-разному. Некоторые граждане хранят их дома. Однако пользы от такого сбережения денег нет ни себе, ни другим людям. Гораздо лучше положить деньги на вклад в коммерческий банк. Выгода в этом случае будет двойная. Во-первых, сам вкладчик получит доход в виде процента. А во-вторых, коммерческий банк сможет превратить сбережения граждан в кредитные ресурсы для фирм. Деньги, используемые для получения дохода, превращаются в капитал. В связи с этим *завяжем еще один узелок на память*: деньги, лежащие мертвым грузом, — не капитал, так как не приносят дохода.

Четвертая функция домашних хозяйств заключена в том, что **они покупают потребительские товары и, следовательно, являются потребителем № 1**.

Структура домашних хозяйств. Структура домашних хозяйств состоит, как минимум, из трех элементов:

- *Потребления продукции*, купленной на рынке, например, одежды.
- *Производства предметов потребления* из продукции, купленной на рынке, например, из муки, фарша и т.п. можно изготовить пельмени.
- *Производства предметов потребления* из продукции домашних хозяйств. В Беларуси на начало 2017 г. насчитывалось около 1 млн. владельцев личных подсобных хозяйств, а с использованием земли связано 83% населения. В подсобных хозяйствах производят 22% сельскохозяйственной продукции, в т.ч. 80% картофеля, 76% овощей, 25% яиц и 5% молока.

О том, насколько рациональным является поведение домашних хозяйств в целом, дают представление такие показатели, как семейный и минимальный потребительский бюджеты и прожиточный минимум.

5.2. СЕМЕЙНЫЙ И МИНИМАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ БЮДЖЕТЫ. ПРОЖИТОЧНЫЙ МИНИМУМ

Важнейшим показателем эффективности домашнего хозяйства является *семейный бюджет*, или баланс доходов и расходов семьи. Это своеобразный финансовый семейный «бассейн» с двумя трубами (рис. 5.2). В одну из них он наливается, заполняется доходами, а через вторую выливается, поскольку доходы превращаются в расходы на приобретение потребительских товаров.

Семейный бюджет дает достаточно полное представление об эффективности ведения домашнего хозяйства. Различают три его вида: сбалансированный, дефицитный и избыточный (профицитный). В первом случае расходы равны доходам. Во втором – расходы превышают доходы, если, например, семья купила квартиру и «залезла» в долги. Профицитным же считается такой бюджет, когда доходы превышают расходы. Этот случай является наиболее благоприятным для граждан, так как появляется возможность сберегать часть доходов и превращать их в кредитные ресурсы банков. В таком случае деньги граждан «работают» не только на них самих, но и на фирмы, и на государство.



Рис. 5.2. Модель финансового «бассейна» семьи

Под доходами семей будем подразумевать сумму денежных и материальных благ, полученных домашними хозяйствами за определенный период времени, например, за месяц. Доходы могут существовать не только в денежной, но и в натуральной форме, например, в виде овощей.

Более полное представление о структуре доходов и расходов домашних хозяйств дает таблица 5.1.

Основным источником доходов, очевидно, у большинства жителей нашей республики является заработная плата, но в последнее время в Беларуси существенно возросли поступления от предпринимательской деятельности. Это говорит о том, что в обществе быстро формируется слой экономически активного населения, который сам зарабатывает себе на жизнь.

Табл. 5.1. Примерная структура месячного семейного бюджета, в %

Доходы	%	Предполагаемые расходы	%
Заработная плата	50	Налоги и другие обязательные платежи	6
Доходы от предпринимательской деятельности	20	Питание	50
Социальные трансферты, например, пособия	18	Одежда, белье, обувь	15
От подсобного хозяйства	6	Предметы культурно-бытового и хозяйственного назначения	6
От ценных бумаг, например, дивиденды	0,5	Оплата жилья и коммунальных услуг	5

Проценты на депозиты в коммерческих банках	1	Бытовые услуги, транспорт, связь	5
От недвижимости, например, арендная плата	0,5	Предметы санитарии, гигиены, лекарства	2
Прочие доходы	4	Прочие расходы	11
Итого	100	Итого	100

Велика еще в семейном бюджете доля социальных трансфертов, или поступлений из государственного бюджета в виде стипендий, пенсий, пособий. Предоставление льгот наиболее незащищенным категориям граждан – важнейшая составляющая государственной социальной политики. Нуждаются в поддержке со стороны государства в Беларуси ветераны войны и труда, инвалиды, чернобыльцы, многодетные семьи и др. Для большинства из них компенсации расходов на транспорт, лечение, жилищно-коммунальные услуги зачастую не просто помощь, а непереносимое условие выживания.

В последние годы заметно возросла роль использования различных объектов собственности граждан для получения доходов, например, от сдачи в аренду жилых помещений, гаражей и т.д.

Вместе с тем пока еще явно недостаточен удельный вес доходов населения от ценных бумаг и депозитов в коммерческих банках, что главным образом объясняется недостаточным развитием рынка ценных бумаг.

Другой составной частью семейного бюджета являются расходы. Наибольший удельный вес в них занимают затраты на питание, одежду, белье, обувь, но явно недостаточно денег расходуется на приобретение предметов культурно-бытового и хозяйственного назначения.

Второй показатель домашних хозяйств — *минимальный потребительский бюджет (МПБ)*. Он представляет собой расходы семьи на приобретение наборов потребительских товаров и услуг для удовлетворения основных физиологических и социально-культурных потребностей человека.

МПБ разрабатывается для различных социально-демографических групп: в среднем на душу населения и на одного члена семьи различного состава. В Республике Беларусь стандартная величина МПБ рассчитывается один раз в квартал в средних ценах последнего месяца квартала. Структура расходов МПБ семьи из четырех человек в ценах декабря 2018 г. представлена в таблице 5.2. В основе определения МПБ лежит так называемая *потребительская «корзина» (ПК)*. Это научно обоснованный сбалансированный набор товаров и услуг, которые удовлетворяют потребности человека.

Табл. 5.2. Структура среднедушевого МПБ по статьям расходов семьи из четырех человек в Беларуси ценах декабря 2018 года; в %

Продукты питания	48,8
Одежда, белье, обувь	18,9
Жилищно-коммунальные услуги	8,5
Бытовые услуги, транспорт, связь	8,8
Мебель, предметы культурно-бытового назначения	9,1
Культурно-просветительские мероприятия и отдых	1,3
Взносы и платежи	2,2
Лекарства, предметы санитарии и гигиены	2,4

Ниже приводятся данные по минимальным потребительским бюджетам для различных социально-демографических групп населения, выраженные в денежных величинах (таблица 5.3).

Потребительская «корзина» включает в себя: хлеб и хлебопродукты; картофель, фрукты и овощи; мясо и мясопродукты; молоко и молочные продукты; рыбу и рыбопродукты; яйца; растительные и прочие жиры; сахар и кондитерские изделия; чай; соль и т.д.

«Ну и что, – спросите Вы, – плох он или хорош этот самый МПБ»? Да и вообще, какой должна быть структура расходов семьи? Оптимум структуры расходов определить не так-то просто, но про его прогрессивные изменения сказать можно. Дело в том, что еще во второй половине XIX в. прусский статистик Эрнст Энгель (1821–1896) сформулировал правило, согласно которому *с ростом доходов семьи уменьшается удельный вес расходов на питание, доля расходов на одежду, жилищно-коммунальные услуги практически не меняется, а доля расходов на предметы роскоши увеличивается.*

Табл. 5.3. Минимальные потребительские бюджеты для социально-демографических групп населения в Беларуси с 1 августа 2019 г.

№	Минимальные потребительские бюджеты в расчете на месяц для:	В руб.
1	Семьи из четырех человек	370
2	Трудоспособное население	474
3	Пенсионеры	369
4	Молодой семьи из трех человек	403

В таблице 5.4 приводятся данные по структуре расходов семьи горожан в некоторых высокоразвитых странах по данным за 2010 год. Попробуем сравнить эти данные со структурой МПБ для различных групп населения Беларуси (таблица 5.2). Легко заметить, что удельный вес расходов на питание в Беларуси в три раза превышает аналогичные расходы в развитых странах. Однако в этих странах выше затраты на транспорт и связь, на содержание жилья.

Табл. 5.4. Примерная структура расходов семей горожан Швеции, Японии и США, в %

Страна	Питание	Одежда, обувь	Жилье	Транспорт, связь	Обучение, лечение	Прочие расходы
Швеция	16	7	31	19	3	24
Япония	15	6	24	10	15	30
США	10	6	26	13	18	27

Третий показатель домашнего хозяйства рассчитывается на основе МПБ. Это *бюджет прожиточного минимума (БПМ)*. В Беларуси еще в 1998 г. был принят закон «О прожиточном минимуме». Согласно закону *прожиточный минимум* представляет собой минимальный набор материальных благ и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности человека и сохранения его здоровья. Он используется для расчета бюджета прожиточного минимума. Это стоимостная величина прожиточного минимума, а также обязательные платежи и взносы. В бюджет прожиточного минимума входят затраты на:

- 1) продукты питания, одежду, обувь, предметы общесемейного пользования;

- 2) лекарства, предметы санитарии и гигиены;
- 3) жилищно-коммунальные, бытовые и транспортные услуги;
- 4) услуги дошкольных учреждений.

Бюджет прожиточного минимума, как социальный норматив, предназначается для:

- анализа и прогнозирования уровня жизни населения;
- оказания государственной социальной помощи малообеспеченным гражданам (семьям);

- обоснования минимальных государственных социально-трудовых гарантий.

Так, например, с нанимателей удерживаются суммы по погашению задолженности по выплате заработной платы, соответствующие 1,5 размера бюджета прожиточного минимума;

- отнесения граждан к малоимущим группам населения, находящимся за «чертой бедности».

От минимального уровня потребления следует отличать *физиологический минимум потребления*, необходимый для физического существования человека.

Степень благосостояния семьи и отдельного человека оценивается такими показателями, как уровень и качество жизни.

5.3. УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ. «ЛУК» ЛОРЕНЦА

Уровень жизни – это степень обеспеченности населения материальными и духовными благами в соответствии со сложившимися потребностями. Для оценки уровня жизни, как правило, используется совокупность показателей: величина реальных доходов, потребление основных продуктов питания на душу населения, обеспеченность промышленными товарами (обычно в расчете на 100 семей), структура потребления, продолжительность рабочего времени, величина свободного времени и его структура, уровень развития социальной сферы и др.

Среди названных показателей важнейшим является показатель *реальных доходов населения*. В свою очередь динамика реальных доходов определяется следующими показателями: уровнем заработной платы во всех сферах народного хозяйства, размером доходов от предпринимательской деятельности и личного подсобного хозяйства, величиной выплат из общественных фондов потребления (социальных трансфертов), налоговой политикой государства, уровнем инфляции.

Среди показателей уровня жизни выделяют интегральные показатели. К ним, прежде всего, относят объем потребляемых благ и услуг и распределение населения по уровню доходов.

Различают функциональное (факторное) и вертикальное (персональное) распределение доходов. *Функциональным* считается распределение доходов по цене рабочей силы, предпринимательским способностям и объектам собственности (землей, недвижимостью, ценными бумагами, суммой денег).

Вертикальное распределение доходов среди семей показывает степень неравенства в обществе. Разница доходов между семьями определяется разными методами. Один из них получил название «лука», или *кривой Лоренца*. Наглядное представление о нем дает рис. 5.3.

На рис. 5.3 на оси абсцисс нанесено количество семей (в процентах от общего числа), а на оси ординат — доля в доходе общества. Отрезок биссектрисы ОН характеризует абсолютное равенство в распределении доходов, а кривая Лоренца ОВН, напоминающая боевой лук, показывает фактическое отклонение от него. Заштрихованная часть рисунка показывает степень неравенства в распределении дохода общества. Так, например, на 60% семей приходится 20% дохода. Если бы

фактическое распределение доходов было бы абсолютно одинаковым, то «лук» Лоренца бы исчез и превратился в биссектрису.

Для характеристики распределения дохода общества между семьями используется коэффициент Джини (Кдж). Он рассчитывается как отношение площади «лука» Лоренца OVH ($S_{овн}$) к площади треугольника ($S_{онм}$):

$$Кдж = S_{овн} / S_{онм} . \quad (5.2)$$

Из формулы ясно, что чем больше величина Кдж, тем больше и неравенство в распределении доходов населения в стране.

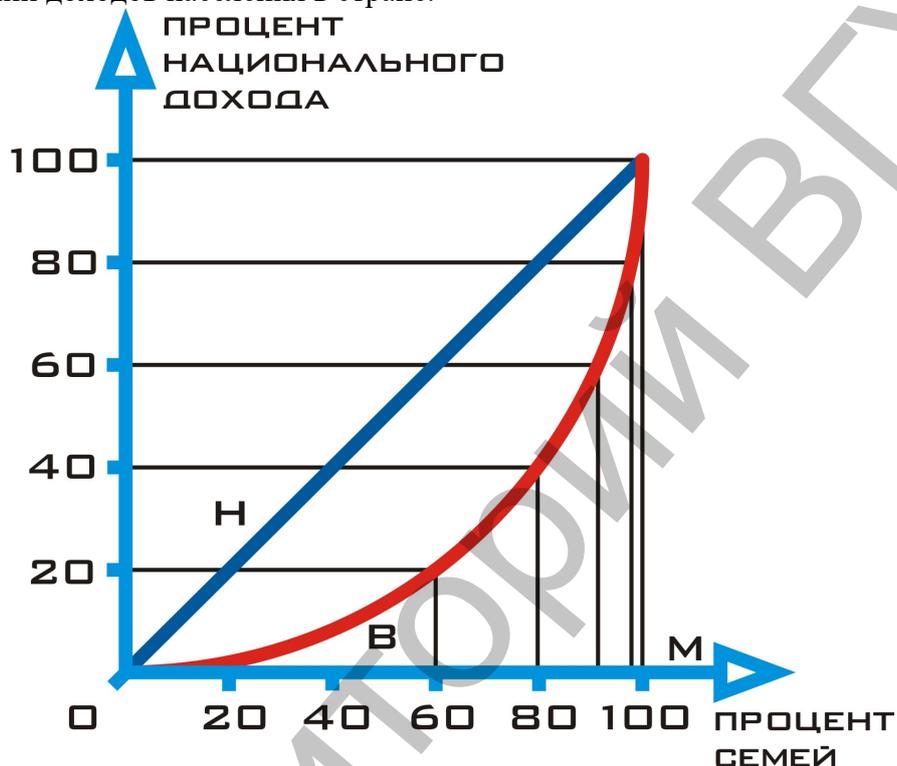


Рис. 5.3. «Лук» Лоренца

Для характеристики дифференциации доходов населения довольно часто используется децильный коэффициент, отношение между средними доходами 10% наиболее высокооплачиваемых граждан и средними доходам 10% наименее обеспеченных.

От уровня жизни следует отличать ее качество. К основным показателям качества жизни относятся: условия и безопасность труда, наличие и использование свободного времени; состояние экологии; здоровье и физическое развитие населения и др. В ООН для оценки качества жизни населения используется такой показатель, как индекс человеческого развития (ИЧР). С его помощью определяется уровень развития страны с учетом, *во-первых*, ожидаемой продолжительности жизни, *во-вторых*, уровня образования, и, *в-третьих*, скорректированного реального дохода на душу населения. По данным доклада ООН за 2018 год, например, в первую десятку по ИРЧП входили следующие страны: 1. Норвегия; 2. Швейцария; 3. Австралия; 4. Ирландия; 5. Германия; 6-Исландия; 7. Гонконг; 7. Швеция; 9. Сингапур; 10. Нидерланды. Республики же СНГ, включая, естественно, Беларусь, занимали такие места: 49. Россия; 53. Беларусь; 58. Казахстан; 70. Грузия; 80. Азербайджан; 83. Армения; 88. Украина; 105. Узбекистан; 108. Туркменистан; 112. Молдавия; 122. Киргизия; 127. Таджикистан. При этом особо отметим, что Беларусь вошла в группу стран с очень высоким ИЧР.

Уровень жизни отдельного физического лица или семьи в условиях современной экономики зависит главным образом от того, насколько эффективно домашнее хозяйство использует принадлежащие ему ограниченные ресурсы, как делает выбор. Обо всем этом далее и пойдет речь. При этом будем исходить из того, что покупатель может делать свой выбор на каждом из трех рынков: однородного товара; товаров-заменителей; разнородных товаров. Каждый из рынков имеет свою специфику, что выражается в необходимости соблюдать определенные правила рационального поведения.

Отправимся сначала на рынок однородного товара.

5.4. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ ОДНОРОДНОГО ТОВАРА

Цель рационального покупателя нами уже определена – *максимизация полезности приобретаемого товара, или набора товаров*. Но как ее достичь? Ответить на этот вопрос не так-то просто. Прежде, чем выяснить суть методики измерения полезности, выделим две группы товаров: однородные и разнородные. Первые друг от друга, предполагается, ничем не отличаются, как близнецы-братья, возьмем, к примеру, два совершенно одинаковых яблока. Что же касается вторых, то их, в свою очередь, тоже можно разделить на две группы. Первые могут быть разными, но удовлетворяют одинаковые потребности человека, например, из Минска в Москву можно добраться и поездом, и автобусом, и самолетом. Вторые предназначены для удовлетворения различных потребностей, например, в жилье, в одежде.

Еще в XIX веке известными экономистами Г. Госсеном (1910–1859) и У.С. Джевонсом (1835–1882) были сформулированы правила измерения полезности товаров. Большой вклад в теорию измерения полезности внесли в конце XIX – начале XX вв. представители австрийской школы К. Менгер (1840–1921) и Е. Бем-Баверк (1851–1919). В основу их теории была положена идея, согласно которой ценность товара определяется их полезностью для потребителя. Данный подход принципиально отличается от представлений классической школы, согласно которым стоимость товара определяется затратами труда. В теории же полезности приоритет отдается оценке конечного результата.

Центральным понятием теории полезности, естественно, является *полезность*. Под ней понимают удовлетворение, которое приносит благо потребителю. Полезность конкретного блага покупателя оценивают по-разному, например, ручка для студента ценнее, нежели для повара в столовой. Кому-то больше нравится молоко, а кому-то – чай. И, тем не менее, можно вывести и общие правила измерения полезности блага. При этом также будем иметь в виду, что полезность однородных и разнородных товаров измеряется разными методами. Начнем с товаров однородных. Как оценить их полезность?

Для измерения полезности однородных товаров используется метод, получивший название *количественного, или кардиналистского* (англ. *cardinal* – количественный). В его основе лежат три правила.

Согласно первому правилу по мере потребления однородного блага потребность человека насыщается, достигает максимума и затем уменьшается. Так, допустим, кому-то для полного удовлетворения жажды необходимо выпить апельсиновый сок из трех стаканов.

Согласно второму правилу полезность (англ. *utility*), которую приносит человеку потребление каждой последующей единицы однородного блага, имеет тенденцию к уменьшению. Вот оно, пожалуй, требует уточнения: в самом деле, неужели, уважаемый читатель, всегда первая ложка с супом полезнее второй? А если вы еще не распробовали? В этой ситуации, вернее сказать, полезность ложек с супом вначале возрастает, достигает максимума, а затем уменьшается. Другое дело, если в качестве

примера берутся сигареты. Ясно, что полезность второй для курильщика меньше, чем первой, но ведь и первая уже вредна для здоровья

Таким образом, с учетом уточнения **второе правило** можно сформулировать следующим образом: *по мере потребления однородного блага его полезность возрастает до максимума, а затем начинает снижаться*. Завяжем на память очередной узелок.

Суть **третьего правила** в том, что цена партии однородного товара определяется предельной полезностью, или полезностью последней единицы.

Динамику полезности потребляемого однородного блага можно измерить следующими показателями: единичной полезностью (U_i); общей полезностью, или полезностью суммы благ (TU); предельной полезностью, или полезностью последней единицы блага (MU).

Некто Голубович, например, может купить 6 бананов, полезность которых измеряется в баллах. И наша задача состоит в том, чтобы определить затраты Голубовича на приобретение бананов, как рационального покупателя. Допустим также, что один балл полезности оценивается в 20 коп.

Табл. 5.5. Единичная (U_i), общая (TU) и предельная (MU) полезности бананов; в баллах

№ банана	U_i	Количество бананов	TU	MU
1	9	1	9	
2	12	2	21	
3	8	3	29	
4	3	4	32	3
5	0	5	32	
6	-2	6	30	

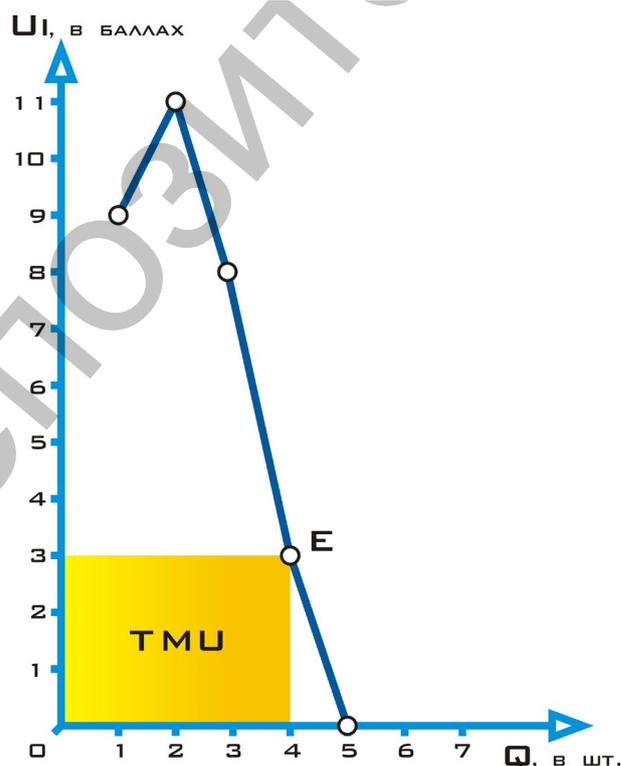


Рис. 5.4. Динамика единичной полезности и прямоугольник предельной общей полезности

Далее, по данным таблицы 5.6 мы построим ломаную линию, которая нам наглядно показывает динамику полезности каждого из располагаемых нами бананов и найдем, таким образом, величину общей предельной полезности бананов (MTU).

Предельной полезностью, как мы видим из таблицы 5.5 и рис. 5.4, является полезность четвертого банана, так как уже пятый потребляемый банан к общей полезности ничего не прибавляет. Это значит, что предельная полезность в нашем примере равна 3 балла. Из нее покупатель и будет исходить, покупая бананы. Предельная же общая полезность (MTU) четырех бананов рассчитывается по формуле:

$$MTU = Q \cdot MU, \quad (5.1)$$

где Q – количество бананов.

Общая предельная полезность в нашем примере равна 12 баллов, или 4·3. На рис. 5.4 она показана площадь прямоугольника ОЗЕ4.

На основе полученных данных легко вычислить и потребительские затраты (С) Голубовича на покупку четырех бананов: 20 коп.·12 баллов = 2 руб 40 коп. А формула для расчета потребительских затрат рационального покупателя имеет следующий вид:

$$C = P \cdot Q \cdot MU, \quad (5.2)$$

где P – цена одного балла полезности.

5.5. ПОТРЕБИТЕЛЬ НА РЫНКЕ РАЗНОРОДНЫХ ТОВАРОВ

Среди разнородных товаров выделим рынки относительно независимых товаров и товаров-заменителей, или субституттов.

На рынке независимых товаров. Для сопоставления полезности относительно независимых товаров используется *порядковый метод*, или *ординалистский* (англ. *ordinal* – порядковый). В основе этого метода лежит предположение о том, что разнородные блага, или их наборы, по полезности можно расположить в определенном порядке. Для Иванова, положим, на первом месте среди напитков находится томатный сок, на втором – молоко, третьем – чай и т.д. Такие предпочтения покупателей, ясное дело, должен учитывать и предприниматель, занимающийся реализацией напитков, в противном случае он может и “прогореть”.

Количественный и порядковый методы можно объединить в одной таблице. Впервые это удалось сделать представителю знаменитой австрийской школы экономистов К. Менгеру (1840–1921). Проиллюстрируем его идею своим примером. Предположим, что у нас имеются пять наборов пирожков с разными наполнителями и нам надо сопоставить их полезности (таблица 5.6). Номера наборов обозначим римскими цифрами, а номер одинакового пирожка – арабскими.

Табл. 5.6. Наборы пирожков с различными наполнителями

Пирожки с				
Мясом	Капустой	Картошкой	Яблоками	Повидлом
I	II	III	IV	V
5	4	3	2	1
4	3	2	1	0
3	2	1	0	
2	1	0		
1	0			
0				

Обратим внимание на правило **равной предельной полезности наборов благ**: полезности последних единиц наборов потребляемых благ равны.

На рынке товаров-заменителей. Некоторые виды потребностей человека можно удовлетворить с помощью различных наборов благ-заменителей, например, в качестве фруктов можно использовать и яблоки, и апельсины. Поведение рационального потребителя в этом случае сводится к тому, чтобы *при любых комбинациях этих благ сумма их полезности не менялась*. Именно в этом и состоит суть **правила равной полезности различных наборов благ**. А теперь рассмотрим конкретный пример.

В таблице 5.7 представлены четыре набора яблок и апельсинов с одинаковой полезностью для потребителя.

Табл. 5.7. Комбинации наборов яблок и апельсинов с одинаковой полезностью для потребителя

№ набора	Яблоки, шт.	Апельсины, шт.
I	6	2
II	4	3
III	3	4
IV	2	6

Данные таблицы 5.7 используем для построения кривой равной полезности наборов яблок и апельсинов (рис. 5.5).

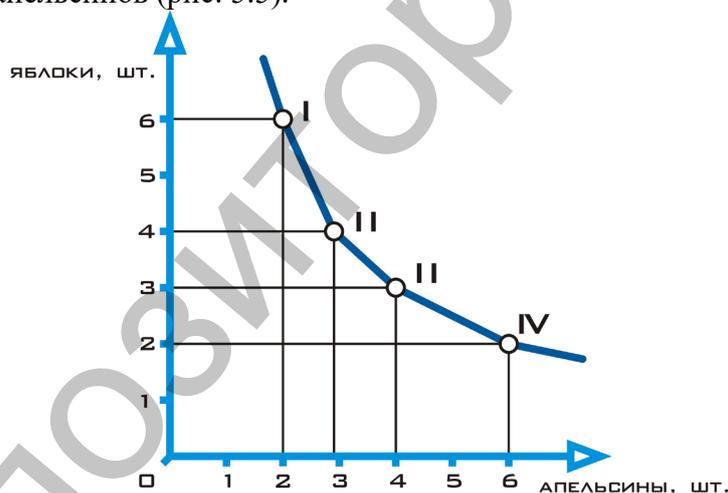


Рис. 5.5. Кривая безразличия наборов яблок и апельсинов по полезности

Кривая, которую вы видите на рис. 5.5, получила название кривой безразличия. Впервые такие кривые в экономическом анализе стали применяться еще в XIX веке Ф. Эджуортом. *Кривая безразличия* – это линия, точки на которой показывают разные наборы благ с одинаковой полезностью.

На рис. 5.5 обратим внимание на то обстоятельство, что площади всех четырех прямоугольников, символизирующих одинаковую полезность, равны по величине. Кроме того, кривые безразличия имеют отрицательный наклон. Объясняется это тем, что между количествами двух благ, в нашем случае это яблоки и апельсины, существует обратная связь. Это означает, что, двигаясь от комбинации I к комбинации IV, потребитель увеличивает полезность от апельсинов и уменьшает полезность от яблок. При переходе от набора I к набору II потребление яблок уменьшается на 2 ед., а

количество апельсинов увеличивается на одну ед. Норма замещения 2-х яблок в пользу одного апельсина: $- 2/1 = [2]$. Это значит, что в данной комбинации полезность приобретаемого апельсина оказывается выше полезности одного яблока. При перемещении из точки III в точку IV норма замещения становится равной 0,5 по абсолютной величине.

Итак, можно сделать вывод о том, что норма замещения при переходе от одной комбинации благ к другой убывает. Это объясняется тем, что готовность потребителя к замещению яблок апельсинами падает. Если вначале он ради одного апельсина был готов пожертвовать двумя яблоками, то, в конечном счете, полезность одного, от которого он отказывается, становится равной полезности двух апельсинов.

Кривые безразличия могут отличаться друг от друга по уровню полезности. Все множество кривых безразличия в пространстве двух благ образует *карту кривых безразличия или карту безразличия*.

Таким образом, карта безразличия в концепции порядкового измерения полезности выполняет ту же роль, что и таблица Менгера в теории количественного измерения полезности.

5.6. ХОЧУ ИМЕТЬ «МЕРСЕДЕС», НО ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ КУПИТЬ МОПЕД

На выбор потребителя оказывают влияние не только его желания, но и величина дохода и уровень цен на товары. У потребителя может быть желание иметь «Мерседес», но есть возможность купить мопед.

Тот доход, которым располагает потребитель, так и назовем: располагаемый доход (РД). Этот доход состоит из потребительских расходов покупателя на приобретение товаров (С) и сбережений (S). Сами же потребительские расходы зависят от величины цены товара (Р) и от количества приобретаемого товара (Q) и равны $P \cdot Q$. В конечном виде формулу располагаемого дохода по использованию можно записать:

$$РД = P \cdot Q + S . \quad (5.3)$$

Далее предположим, что у некоего гражданина сбережения равны нулю, а доходов, допустим, в талерах, хватает только на хлеб и молоко. Затем, на основе данных таблицы 5.8, построим линию бюджетных ограничений потребителя.

Табл. 5.8. Комбинации потребительских расходов на неделю на 20 талеров на хлеб ($C_x = P_x \cdot Q_x$) и на молоко ($C_m = P_m \cdot Q_m$)

№ комбинации	Хлеб			Молоко			РД; в неделю
	Q_x , кг	P_x , 1 кг	$Q_x \cdot P_x$	Q_m , л	P_m , 1 л	$Q_m \cdot P_m$	
I	0	2	0	5	4	20	20
II	2	2	4	4	4	16	20
III	4	2	8	3	4	12	20
IV	6	2	12	2	4	8	20
V	8	2	16	1	4	4	20
VI	10	2	20	0	4	0	20

Теперь по данным таблицы 5.8 построим линию бюджетных ограничений. При этом будем исходить из того, что весь недельный располагаемый доход (20 талеров) расходуется только на хлеб и молоко (рис. 5.6).

Бюджетная линия показывает различные комбинации двух благ, которые могут быть приобретены при фиксированных величинах дохода и цен.

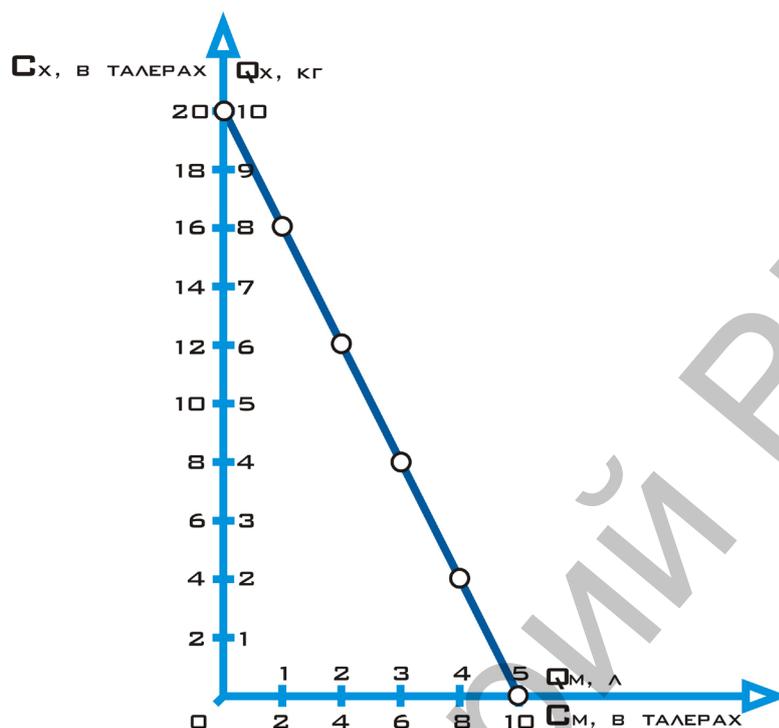


Рис. 5.6. Бюджетная линия потребителя

В общем виде линия бюджетных ограничений может быть описана следующим уравнением:

$$PД = Qx \cdot Px + Qm \cdot Pm . \quad (5.4)$$

Уравнение 5.4 отражает бюджетные ограничения потребителя, его возможности по приобретению наборов товаров двух наименований. Преобразуем это уравнение, поделив обе его части на Px . В результате получим следующее уравнение бюджетной линии:

$$Qx = aQm + v , \quad (5.5)$$

где $a = Pm / Px$; $v = PД / Px$.

Коэффициент a определяет наклон бюджетной линии, в нашем случае $a = 4 \text{ талера} / 2 \text{ талера} = 2$. Это означает предположение о том, что, приобретая 1 л молока, потребитель отказывается от двух кг хлеба.

Теперь пришла пора ответить на вопрос, какая из доступных комбинаций молока и хлеба является наиболее для него полезной. С этой целью, по данным таблицы 5.9, совместим на графике бюджетную линию хлеба и молока с картой безразличия (рис. 5.7).

Табл. 5.9. Комбинации хлеба и молока, образующие кривые безразличия по уровням полезности; в баллах

Набор	Qx_1	Qm_1	U_1	Qx_2	Qm_2	U_2	Qx_3	Qm_3	U_3
I	8	1	8	8	1,5	12	10	2	20
II	4	2	8	6	2	12	5	4	20
III	2	4	8	4	3	12	4	5	20
IV				3	4	12			

Далее, по данным таблицы, используя уравнение бюджетной линии 5.6, построим отрезок бюджетной линии и три кривых безразличия, отличающиеся по уровням полезности: $U_1 = 8$ баллов, $U_2 = 12$, $U_3 = 20$ (рис. 5.7).

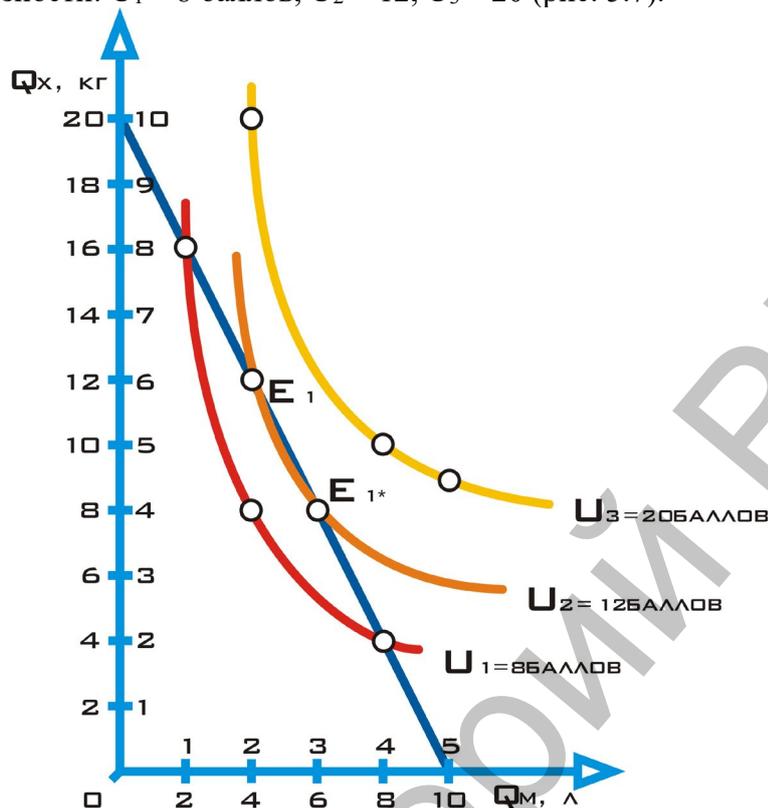


Рис. 5.7. Равновесие и неравновесие потребителя

Каков же выбор потребителя? Выбор, очевидно, любой комбинации на кривой безразличия U_1 свидетельствует о нерациональности поведения потребителя, поскольку это наименьшие по полезности наборы благ (8 баллов). Комбинации на кривой безразличия U_3 просто недоступны потребителю по финансовым соображениям. Остается кривая безразличия U_2 . Точку оптимума, в нашем случае, легко найти из следующей системы уравнений:

$$\begin{cases} Q_x = -a \cdot Q_m + b \\ Q_x \cdot Q_m = U_2. \end{cases} \quad (5.6)$$

Подставив в 5.6 соответствующие данные из таблиц 5.9 и 5.10, получим систему уравнений вида

$$\begin{cases} Q_x = -2Q_m + 10 \\ Q_x \cdot Q_m = 12. \end{cases} \quad (5.7)$$

Решение системы уравнений дает нам две точки равновесия $E_1(6;2)$ и $E_{1^*}(4;3)$. Точку оптимума можно определить и с помощью формулы

$$RS_{xM} = P_M / P_x, \quad (5.8)$$

где $RS_{xM} = -\Delta Q_x / \Delta Q_m = -(6 - 8) / (4 - 3) = 2$; $P_M / P_x = 4$ талера / 2 талера = 2.

Таким образом, в нашем примере не одна, а две точки равновесия. Бывает и такое.

Положение равновесия, очевидно, меняется в зависимости от динамики цен и доходов потребителя. Уменьшение, например, цены на молоко вдвое (с 4-х талеров до 2-х за 1 л) означает, что, и количество приобретаемого молока может увеличиться в два раза при прежних бюджетных ограничениях (недельном доходе потребителя в 20 талеров). Это

значит, что изменится и уравнение бюджетной линии, а ее точка пересечения с осью абсцисс сместится вправо и положения M_1 в положение M_2 (рис. 5.8).

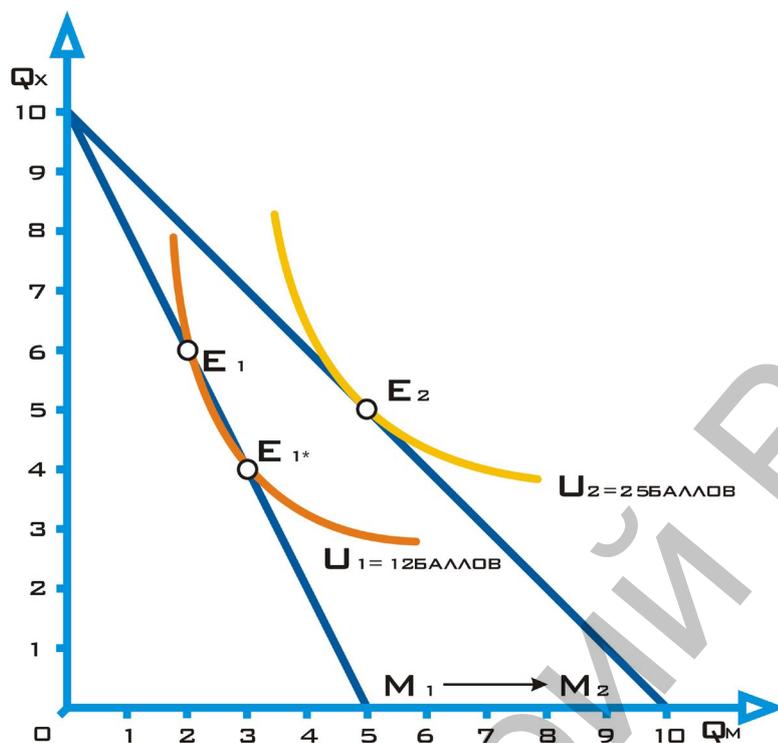


Рис. 5.8. Смещение вправо нижней точки бюджетной линии из положения M_1 в положение M_2

К чему такое смещение приведет? Во-первых, изменится уравнение бюджетной линии. Оно примет вид $Q_X = -Q_M + 10$. А во-вторых, сместится вправо в положение E_2 (рис. 5.8) и точка равновесия потребителя. Координаты точки E_2 легко найти, решив систему уравнений

$$\begin{cases} Q_X = -Q_M + 10, \\ Q_X \cdot Q_M = 25. \end{cases}$$

Выражаем Q_M через $25 / Q_X$ и в результате преобразований получаем следующее уравнение: $Q_X^2 - 10Q_X + 25 = 0$. Откуда находим, что $Q_M = 5$ и $Q_X = 5$. В результате чего получаем точку равновесия E_2 с координатами 5 и 5.

Располагаемый доход (РД) потребитель использует для потребительских расходов (С), а если он составляет достаточную величину, то часть его идет на сбережение (S).

Согласно закону Энгеля, с ростом доходов семьи доля расходов на питание уменьшается, но возрастает доля расходов на удовлетворение культурных и других потребностей.

Линия потребительских расходов может быть описана следующим уравнением:

$$C = Ca + Hn \cdot РД, \quad (5.9)$$

где С – потребительские расходы в определенном году; Hn – норма потребления или доля РД, которая идет на потребительские расходы.

Особо остановимся на автономном потреблении (Ca), которое осуществляется за счет накопленного личного имущества, непосредственно не связанного с величиной текущих расходов потребителя. Непонятно? Тогда поясним сказанное конкретным примером. Допустим, что ваше личное богатство оценивается в 60 тыс. руб. и каждый год Вы расходуете по 12 тыс. руб. (продаете имущество) на потребительские расходы.

За пять лет в таком случае от вашего богатства, если оно не будет пополняться, останутся “рожки да ножки”.

Динамику располагаемого дохода, потребительских расходов и сбережений, можно проиллюстрировать с помощью рис. 5.9.

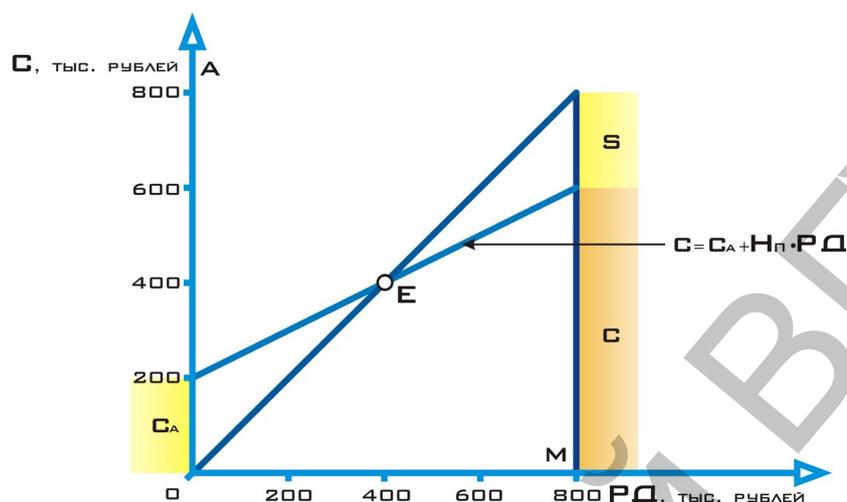


Рис. 5.9. Линия потребительских расходов

Отрезок ОВ, как видно из рисунка, представляет собой геометрическое место точек равенства доходов и потребительских расходов населения. В нашем примере потребитель, когда величина его располагаемого дохода превышает 400 тыс. руб., часть дохода оставляет на сбережения. Сам смысл уравнения 5.10 покажем на следующем примере. Предположим, что величина автономного потребления составляет 200 тыс. руб. в месяц, а норма потребления равна 0,8. Тогда при $PД = 800$ тыс. руб. величина потребительских расходов составит $200 \text{ тыс. руб.} + 0,8 \cdot 800 \text{ тыс. руб.} = 840 \text{ тыс. руб.}$ Что же касается величины сбережений, то в нашем примере они будут равны 160 тыс. руб.

Итак, у нас уже есть представление о том, что представляют домашние хозяйства, и как они ведут себя в условиях рыночной экономики. Теперь настала пора выяснить правила и законы поведения их «слуг» — предпринимателей и фирм, однако это уже будет сделано при ответе на вопросы следующей темы.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Домашнее хозяйство. Семейный бюджет. Минимальный потребительский бюджет. Прожиточный минимум. Бюджет прожиточного минимума. Уровень жизни. «Лук» Лоренца. Общая полезность. Предельная полезность. Кривая безразличия. Карта безразличия. Бюджетная линия. Равновесие потребителя. Эффект замены. Эффект дохода.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. В чем состоит отличие минимального потребительского бюджета (МПБ) от бюджета прожиточного минимума (БПМ)?
2. Какое практическое значение имеют показатели МПБ и БПМ?
3. Какие правила измерения полезности однородных товаров вы знаете?
4. Полезность какой единицы потребляемого блага считается предельной?

5. Каково практическое значение схемы К. Менгера?
6. В чем состоит правило максимизации полезности наборов потребляемых благ?
7. Что такое бюджетная линия?
8. Что такое автономное потребление?

ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. По правилу Энгеля с ростом доходов семьи удельный вес затрат на жилищно-коммунальные услуги в семейном бюджете:
 - а) практически не изменится; г) вырастет; в) уменьшится; г) такой связи нет.
2. Если ваш располагаемый доход 1,6 тыс. руб. в месяц, а потребительские расходы равны 1,2 тыс. руб., то норма сбережения будет равна:
 - а) 15%; б) 20%; в) 25%; г) 30%.
3. Предположим, что треугольник абсолютно справедливого распределения доходов населения по площади в 4 раза больше «лука» Лоренца, тогда коэффициент Джини будет равен:
 - а) 0,1; б) 0,15; в) 0,2; г) 0,25.
4. Предположим, что общая полезность яблок меняется следующим образом:

Количество яблок	1	2	3	4	5	6
TU; в баллах	8	14	18	20	20	18

Каковы будут затраты рационального потребителя на покупку яблок, если полезность одного балла оценивается в 20 коп.:

- а) 200 коп.; б) 100 коп.; в) 160 коп.; г) 120 коп.

РЕШИМ ЗАДАЧУ

По данным таблицы выделите сбалансированный, профицитный и дефицитный семейные бюджеты:

Доходы в месяц, в руб.	Семья			Расходы в месяц, в руб.	Семья		
	1	2	3		1	2	3
Заработная плата	900	1200	1800	Питание	900	900	900
Пенсии, пособия, стипендии	300	300	300	Одежда, белье, обувь	240	450	300
Доходы от подсобного хозяйства	90	180	120	Оплата жилья и жилищно-коммунальных услуг	150	150	300
Прочие доходы	60	120	30	Прочие расходы	210	300	300

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

КТО ЗАПЛАТИТ ЗА РЕМОНТ МАСТЕРСКОЙ

- Это звонят из мастерской по ремонту автомобилей. Ваша жена приехала, чтобы отремонтировать машину, но мы не знаем, кто будет платить.
- Все понятно, за ремонт автомобиля плачу я.
- Да не об этом я беспокоюсь. Я хочу знать, кто заплатит за ремонт мастерской.

Раздел III

МАКРОЭКОНОМИКА И ГОСУДАРСТВО

ТЕМА 6. МАКРОЭКОНОМИКА И ЕЕ ПОКАЗАТЕЛИ

6.1. МАКРОЭКОНОМИКА И ЕЕ СТРУКТУРА

Слово «макро» в переводе с латинского означает «большой». Но что имеется в виду? Экономике крошечного Люксембурга по сравнению с экономикой Германии большой никак не назовешь. Так вот, в понятие «**макроэкономика**» вкладывается двойкий смысл. С одной стороны, так называется раздел экономической теории, в котором дается представление об экономике страны как *системе процессов производства, распределения, обмена и потребления национального продукта на основе использования ограниченных ресурсов с целью удовлетворения потребностей общества*. С другой стороны, национальная экономика по отношению к конкретному гражданину существует как объективная реальность.

В макроэкономике, как минимум, выделяют три сектора. Какие? А что, интересно, мы можем наблюдать, например, под крылом самолета из экономики? В первую очередь в глаза бросаются здания и другие сооружения. Во-первых, это жилые дома, представляющие **домашние хозяйства**. Во-вторых, трудно не заметить и здания **фирм**. А в-третьих, своим видом отличаются и здания различных **государственных учреждений**. А если учесть, что макроэкономические системы в той или иной степени являются открытыми, то можно выделить и четвертый сектор: **иностраный**. В этом случае появляется необходимость соотносить между собой экспорт и импорт товаров и услуг.

С учетом сказанного уже можно дать и более конкретное определение **макроэкономики**. *Это наука об отношениях между домашними хозяйствами, фирмами, государством по поводу производства, распределения, обмена и потребления продукции на основе использования ограниченных ресурсов с целью удовлетворения потребностей населения страны.*

Ядром современной макроэкономики, как известно, является ее рыночная подсистема. Она включает в себя 4 основных элемента: рынки потребительских товаров, ресурсов, денег и ценных бумаг.

Структурировать макроэкономику, или классифицировать ее на подсистемы, можно по-разному. Признаками таких классификаций могут быть форма существования продукции, собственность на факторы производства, занимаемая экономикой территория, степень рыночности и т.д.

В основу первой классификации подсистем макроэкономики положена **форма существования** производимой продукции. По такому признаку все производство подразделяется на две сферы: материальную и нематериальную. В *материальном производстве* производится материально существующая продукция, например, хлеб, обувь. В этой сфере выделяют два подразделения:

- производство средств производства, например, ткани, станков;
- производство потребительской продукции, например, одежды, хлеба.

Сфера материального производства состоит из таких отраслей, как промышленность, строительство, сельское хозяйство и др.

В сфере *нематериального производства* производятся услуги. В ней также можно выделить два подразделения:

- производство услуг для материального производства, например, услуги грузового транспорта, связи;
- производство услуг для населения, например, услуги пассажирского транспорта, жилищно-коммунальные и т.д.

В сферу нематериального производства входят такие отрасли, как наука, образование, культура и искусство, здравоохранение и т.д.

В основе второй классификации подсистем макроэкономики лежит **собственность на факторы производства**. По этому признаку можно выделить сектора экономики, основанные на государственной, частной и коллективной формах собственности.

По территориальному признаку макроэкономика подразделяется на экономические регионы. В Республике Беларусь, например, это области, районы и т.д.

По степени **рыночности** макроэкономика подразделяется на рыночную и нерыночную подсистемы.

6.2. ПРОДУКТ МАКРОЭКОНОМИКИ И ЕГО ПОКАЗАТЕЛИ

Экономическая деятельность предприятия, как мы уже знаем, характеризуется такими показателями, как выручка, добавленная стоимость, прибыль, рентабельность продукции и т.д. Результаты макроэкономики также подвергаются количественной оценке. В первом приближении можно сказать, что основным макроэкономическим результатом является продукция, произведенная всеми субъектами хозяйствования. Совокупность всех материальных и нематериальных благ (услуг), говоря иначе, созданных в стране за определенный период времени и представляет собой **продукт макроэкономики**. Этот важнейший показатель характеризует экономику страны как единое предприятие. На его основе оценивают экономический потенциал страны, уровень жизни населения и т.д. и т.п. Попробуем сделать это вместе с вами.

Межотраслевая модель макроэкономики. Вообразим себе, что группа людей попала на необитаемый остров и организовала там макроэкономику из трех отраслей: рыбной ловли, производства рыбопродуктов и торговли рыбопродуктами. Результаты хозяйственной деятельности за год представлены в табл. 6.1. При этом под промежуточным продуктом (ПП) будем подразумевать продукцию, которая либо поступает в дальнейшую переработку, как рыба в нашем примере, либо приобретает для продажи конечному покупателю. Добавленная же стоимость (ДС) так называется потому, что добавляется к стоимости приобретенного на рынке ПП. В нее включают, например, заработную плату, прибыль, амортизацию и налог на добавленную стоимость. Сумма стоимости добавленной и стоимости промежуточного продукта образуют полную стоимость (ПС). Предположим также, что рыночная цена совпадает по величине с полной стоимостью.

В представленной таблице показан элементарный баланс макроэкономики. Обратите внимание на то, что данные столбца 4 по полной стоимости получены сложением данных столбцов 3 (ПП) и 4 (ДС). Данные таблицы позволяют нам определить два важнейших показателя макроэкономики: валовой общественный продукт (ВОП) и валовой внутренний продукт (ВВП). *ВОП* представляет собой продукцию и услуги всех отраслей макроэкономики. Для того чтобы получить его величину, надо сложить стоимость всего промежуточного продукта и всей добавленной стоимости: $80\text{ПП} + 70\text{ДС} = 150\text{ВОП}$.

Табл. 6.1. Межотраслевая структура производства и реализации рыбопродуктов; в млн талеров

Отрасль	Промежуточный продукт (ПП)	Добавленная стоимость (ДС)	Полная стоимость (ПС)
1	2	3	4
Производство рыбы	0	20	20
Производство рыбопродуктов	20	40	60
Торговля рыбопродуктами	60	10	70
Всего	80	70	150

ВОП дает нам наиболее полное представление о стоимостной структуре затрат всех отраслей макроэкономики на производство продуктов. В этом и состоит его важнейшее достоинство. Кроме того, он улавливает, если так можно выразиться, результаты деятельности всех отраслей макроэкономики. Но, наряду с достоинствами, у ВОП есть и существенные недостатки.

Во-первых, он включает повторный счет стоимости промежуточного продукта. В нашем примере его величина составляет 80 млн талеров. Имеет место повторный счет, например, стоимости рыбы. При этом чем выше уровень отраслевой специализации, тем больше и величина повторного счета.

Во-вторых, ВОП не дает представление о конечных результатах макроэкономики. В нашем примере таковыми являются реализованные рыбопродукты со стоимостью 70 млн талеров.

Конечный реализованный продукт в нашем случае, да и вообще, существует в двух формах. С одной стороны, если речь идет о закрытой макроэкономической системе, без учета международных экономических связей, то он выступает в виде **валового внутреннего продукта (ВВП)**. Под ВВП подразумевают всю произведенную и реализованную конечную продукцию и услуги на территории страны в течение определенного периода времени. Он состоит из рыбопродуктов и услуг торговли и равен по стоимости 70 млн талеров.

С другой стороны, если учтем внешние связи, тогда макроэкономику характеризует такой показатель, как **валовой национальный продукт (ВНП)**. Это конечная продукция и услуги, произведенные и реализованные отечественными предпринимателями как внутри страны, так и за границей.

Методы расчета ВВП и ВНП. Для расчета величины ВВП используют, по меньшей мере, три способа: производственный, по доходам и по расходам. При этом два из них представлены в таблице 6.1.

Производственный способ предполагает расчет ВВП как валового выпуска. Под ним подразумевается выпуск конечной продукции и услуг, произведенных и реализованных всеми хозяйственными единицами в стране за определенный период времени. Сюда включают производство промышленной и сельскохозяйственной продукции в стоимостном выражении, перевозку грузов, стоимость строительно-монтажных работ и т.д. В стоимость услуг входят услуги торговли, связи, здравоохранения, культуры, науки, общественных организаций, органов государственного управления, обороны, финансовых учреждений, пенсионное обеспечение и т.д. В предложенном примере конечной продукцией являются рыбопродукты, а услуги создаются в торговле.

Способ расчета по доходам предполагает расчет ВВП по добавленной стоимости, или по сумме доходов: $ВВП = \sum ДС$. Сюда включаются доходы всех хозяйствующих единиц и населения, амортизационные отчисления, косвенные налоги.

По расходам, или по конечному использованию, ВВП включает конечное потребление материальных благ и услуг и капвложения, прирост материальных оборотных средств. ВВП, иначе говоря, состоит из трех потоков затрат:

- Потребительских расходов на приобретение предметов потребления и услуг (С).
- Валовых частных внутренних инвестиций (I), или расходов частного предпринимательского сектора на прирост инвестиций и товаров, предназначенных для возмещения износа машин, приборов и т.п.
- Государственных закупок товаров и услуг (G). Совокупность потребительских и государственных закупок представляют собой конечное потребление. Расходы домашних хозяйств на конечное потребление включают:
 - затраты на приобретение товаров в торговле и потребительских услуг;

- квартплату и оплату коммунальных и бытовых услуг;
- покупку путевок в санатории, дома отдыха и пансионаты;
- оплату услуг транспорта и связи, юридических и финансовых услуг;
- стоимость продуктов, произведенных домашними хозяйствами для собственного потребления и т.д.

Итак, формула ВВП по расходам субъектов макроэкономики имеет следующий вид:

$$\text{ВВП} = \text{C} + \text{I} + \text{G}. \quad (6.1)$$

Валовой национальный продукт (ВНП), в отличие от ВВП, характеризует макроэкономику как открытую экономическую систему. В Беларуси, например, на экспорт приходится более половины ВНП. В состав ВНП входят конечная продукция и услуги, произведенные и реализованные отечественными предприятиями как внутри страны, так и за границей. Потому, собственно говоря, этот продукт и называется национальным.

По структуре затрат формула ВНП имеет следующий вид:

$$\text{ВНП} = \text{C} + \text{I} + \text{G} + \text{X}_n, \quad (6.2)$$

где X_n представляет собой величину чистого экспорта товаров и услуг, или разницу между экспортом и импортом.

Как рассчитывается четвертый компонент приведенной формулы? С одной стороны, часть товаров и услуг, произведенных в стране отечественными предпринимателями, вывозится в другие страны. Однако в национальном продукте она учитывается со знаком плюс, поскольку является результатом национального производства. С другой стороны, импортные товары и услуги были произведены предприятиями других стран. Поэтому их стоимость вычитается.

Номинальный и реальный ВВП и ВНП. В экономической литературе и в статистике различают также номинальный и реальный валовые внутренний и национальный продукты. Почему такое обстоятельство надо принимать во внимание? Дело в том, что оценка, например, ВВП за определенный период времени позволяет судить о динамике макроэкономики. Однако не всякое увеличение величины ВВП на 10% означает, что возросла на 10% и масса производимой продукции и услуг. ВВП — это стоимостной показатель макроэкономики, который, следовательно, зависит от уровня цен в стране. Поэтому и выделяют номинальный и реальный ВВП.

Номинальный ВВП рассчитывается в текущих ценах, т.е. сложившихся на момент его расчета. Он может увеличиться и за счет роста цен. Другое дело *реальный ВВП*. Он рассчитывается в неизменных ценах, скорректированных с учетом инфляции. Операция по снятию инфляции с номинального ВВП, или дефлирование, производится по следующей формуле:

$$\text{ВВП}_r = \text{ВВП}_n / \text{ИЦ}, \quad (6.3)$$

где ИЦ — индекс цен, ВВП_n — номинальный ВВП, ВВП_r — реальный ВВП.

Распределение ВНП и его показатели. Деятельность субъектов хозяйствования на уровне макроэкономики может быть охарактеризована и другими показателями, которые используются для оценки распределения валового национального продукта.

Первый из них получил название *чистого национального продукта (ЧНП)*. Он определяется как разница между величинами ВНП и той частью национального продукта, которая необходима для замены средств производства, изношенных в процессе выпуска продукции, или амортизацией.

Вторым таким показателем является *национальный доход (НД)*, или разница между ЧНП и косвенными налогами (Нкос.), уплачиваемыми предпринимателями. Национальный доход в этом случае выступает как совокупный доход собственников факторов производства. Он состоит из заработной платы, прибыли, ренты и процента.

Третий показатель распределения ВВП — *личный доход* (ЛД). Вычислить его величину можно следующим образом:

<i>ЛД</i>	=	<i>НД</i>	—	Отчисления в фонд социальной защиты населения	+	Социальные трансферты, например, пособия, пенсии
				Налоги на прибыль корпораций		
				Чистая прибыль корпораций		

Теперь возникает следующий вопрос: может ли гражданин располагать личным доходом по своему усмотрению? Пока нет. Поскольку он еще не заплатил подоходный налог, есть долги по кредитам и т.д. Поэтому очередной показатель макроэкономики получил название *располагаемого дохода* (РД). Он определяется как разница между величинами личного дохода (ЛД) и подоходного налога (Нп): $РД = ЛД - Нп$.

Располагаемым доходом гражданин может уже располагать по своему усмотрению. Это как? Часть РД он потратит, естественно, на покупку потребительских товаров (С), а оставшаяся часть дохода образует сбережения (S).

6.3. ПОТРЕБЛЕНИЕ И СБЕРЕЖЕНИЕ

Весь национальный доход, как мы с вами уже знаем, распадается на потребление и накопление. Потребление — основа жизни людей. Чем выше уровень потребления материальных благ и услуг, тем выше и уровень жизни. Поэтому мы и начинаем с потребления.

Потребление, его факторы и функция. Потребление в экономике играет очень важную роль. Во-первых, как мы знаем, оно замыкает систему макроэкономического кругооборота (производство, распределение, обмен и потребление). А во-вторых, как об этом свидетельствуют данные статистики, на его долю приходится до 80% произведенного национального дохода.

Потребление — это объем материальных благ и услуг, приобретенных и потребленных населением в течение определенного времени, например, года. Различают индивидуальное и совместное потребление. Уровень потребления определяется внешними и внутренними факторами.

К внешним относят объективные факторы. Таковыми, например, являются уровень получаемых доходов и цен, величины кредитных и депозитных ставок и т.д. Основным внешним фактором потребления является величина дохода. Еще в XIX веке прусский статистик Э. Энгель исследовал зависимость потребительских расходов от величины дохода потребителя. В результате чего он, в частности, пришел к выводу о том, что бедные семьи в основном тратят доходы на питание, а в семьях с большими доходами эта доля значительно ниже. Добавим также, что у них выше и доля сбережений.

Внутренними (субъективными) факторами потребления являются психологические склонности людей к потреблению произведенных материальных благ и услуг. Они измеряются с помощью таких показателей, как средняя и предельная склонности человека к потреблению. Что это такое?

Средняя склонность к потреблению (АРС) выражается отношением потребления (С) к величине располагаемого дохода (РД):

$$АРС = С / РД. \quad (6.4)$$

Предельная склонность к потреблению (МРС) представляет собой отношение прироста потребления (ΔC) к величине прироста располагаемого дохода ($\Delta РД$):

$$МРС = \Delta C / \Delta РД. \quad (6.5)$$

Предельная склонность к потреблению показывает, какая часть дополнительного дохода идет на увеличение потребления.

Между величиной потребления и величиной располагаемого дохода, естественно, существует прямая зависимость: чем выше доход, тем больше средств направляется на потребление. Такая зависимость впервые была исследована Дж. Кейнсом. Она описывается следующей формулой:

$$C = C_a + MPC \cdot PD, \quad (6.6)$$

где C_a – величина автономного потребления.

Линия этой функции показана на рис. 6.1.

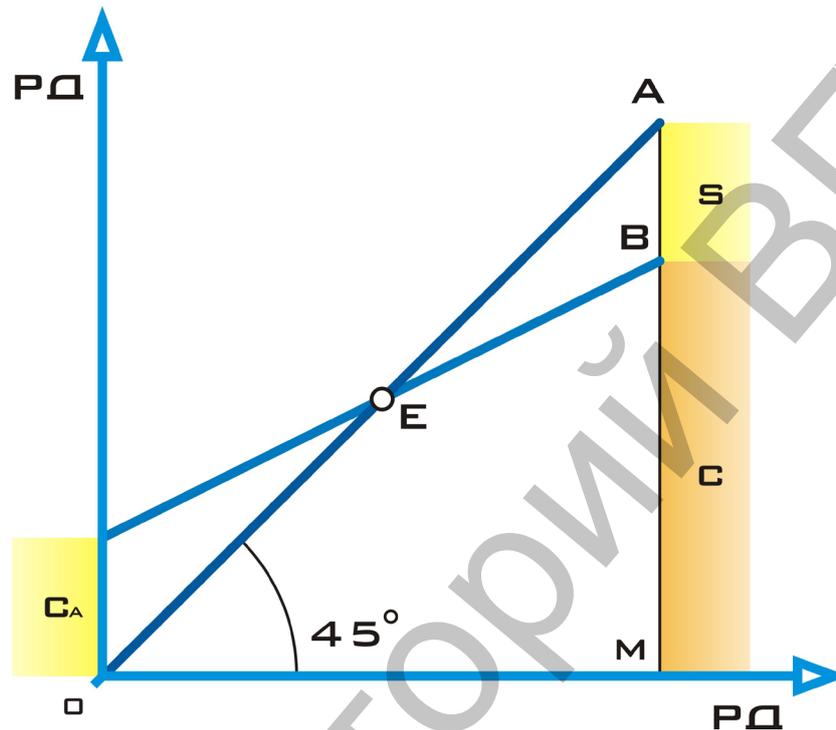


Рис. 6.1. Функция потребления

Согласно уравнению 6.6, если ваши сбережения в месяц приносят доход в 100 руб., а месячная заработная плата 600 руб. и $MPC = 0,8$, то потребительские расходы равны 820 руб. (100 руб. + 900 руб. \cdot 0,8).

Сбережение, его факторы и функция. Сбережение — это часть располагаемого дохода, предназначенного для удовлетворения потребностей в будущем, или отложенное потребление.

Величина сбережения определяется как разница между величинами располагаемого дохода (PD) и потребления (C):

$$S = PD - C. \quad (6.7)$$

Сбережения делают не только домашними хозяйствами, но и фирмам. Фирмы сберегают средства для инвестирования – на расширение производства и увеличение прибыли. Домашние же хозяйства делают сбережения на существование после выхода на пенсию, накопления средств для покупки земельных участков, недвижимости, предметов потребления длительного использования.

Формы сбережений различны: накопление наличных денег; вклады в банках; облигации займов; акции; страховые полисы и т.д.

Величина сбережения, как и потребления, определяется внешними и внутренними факторами. Основным внешним фактором является доход. Среди внутренних факторов выделим склонность индивида к сбережению. Выделяют среднюю и предельную склонности к сбережению.

Средняя склонность к сбережению (**APS**) выражается отношением величин сбережения и располагаемого дохода:

$$APS = S / PD . \quad (6.8)$$

Предельная склонность к сбережению (**MPS**) представляет собой отношение прироста сбережения (ΔS) к приросту располагаемого дохода (ΔPD):

$$MPS = \Delta S / \Delta PD . \quad (6.9)$$

Из того обстоятельства, что $PD = C + S$ и $\Delta PD = \Delta C + \Delta S$, легко сделать вывод о том, что $APC + APS = 1$ и $MPC + MPS = 1$.

Зависимость сбережения от величины располагаемого дохода представляет собой функцию сбережения (рис. 13.2). Она описывается следующей формулой:

$$S = (PD - PD_{\min})MPS, \quad (6.10)$$

где PD_{\min} – располагаемый доход, обеспечивающий прожиточный минимум.

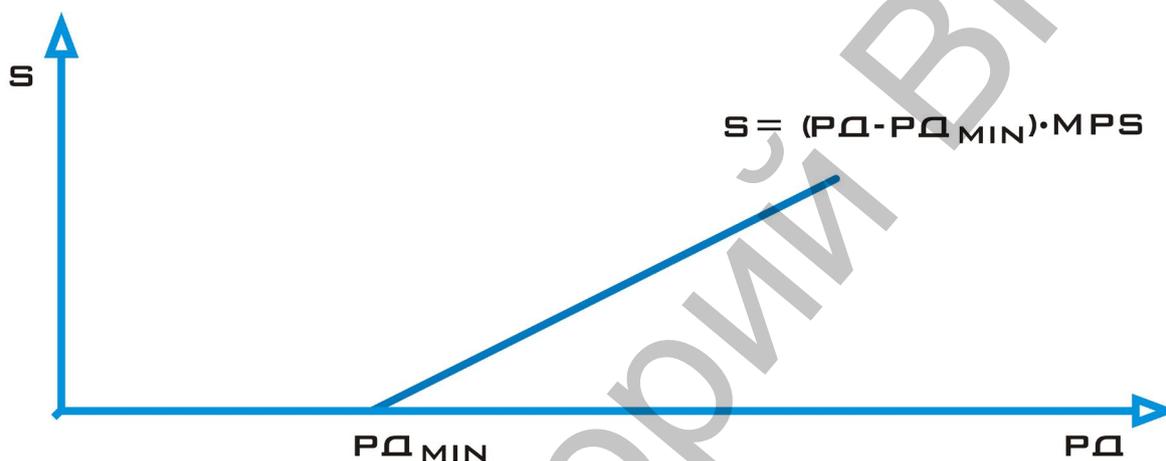


Рис. 6.2. Линия сбережения

Уравнение 6.10 показывает, что сбережения могут появиться только в том случае, если располагаемый доход позволяет удовлетворять потребности сверх прожиточного минимума. Покажем расчет сбережения на примере. Допустим, что $PD_{\min} = 200$ руб., $MPS = 0,2$, а $PD = 600$ руб. Тогда величина сбережения будет равна 80 руб.

К сбережениям люди относятся по-разному. Одни хранят их дома, но в том случае деньги не работают. Поэтому лучше превратить их в инвестиции. Поговорим об этом более подробно.

6.4. ИНВЕСТИЦИИ И ИХ ФАКТОРЫ

Важной составной частью совокупного спроса, как известно, являются **инвестиции**. Это долгосрочные вложения, осуществляемые с целью увеличения и совершенствования факторов производства.

Инвестиции помогают отличить затраты на производство от приобретения ценных бумаг, образующего «неинвестиционные сделки». Дело в том, что осуществление инвестиций связано с товарным рынком, тогда как купля-продажа акций и облигаций – с рынком ценных бумаг. В развитых странах инвестиции составляют 15–16% совокупных расходов.

Спрос на инвестиционные товары зависит от внешних и внутренних факторов. К **внешним факторам** относятся доходы предприятий и издержки по приобретению инвестиционных товаров. **Внутренние же факторы** определяются склонностью и желанием приобретать такие товары.

Роль инвестиций в экономике трудно переоценить. Во-первых, они являются важным фактором экономического роста. Во-вторых, от них зависит величина производительного капитала общества. И, в-третьих, они непосредственно влияют на объем производства и занятость. Какие бывают инвестиции?

По направлениям использования выделяются инвестиции:

- а) в производительный капитал предприятий, например, в оборудование;
- б) в жилищное строительство;
- в) в запасы, например, сырья, материалов и т.д.

По форме собственности различают инвестиции в частном и общественном секторах.

Классифицируют инвестиции и *по составу*. Во-первых, это валовые инвестиции, или вся сумма капиталовложений за определенный период времени. Во-вторых, это чистые инвестиции ($I_{ч}$), или разница между валовыми инвестициями ($I_{в}$) и величиной амортизационных отчислений (АО):

$$I_{ч} = I_{в} - АО. \quad (6.11)$$

В современных условиях возрастает роль **инвестиций в человека** – это затраты на укрепление здоровья, повышение уровня образования и профессиональной подготовки населения.

На величину инвестиций влияют следующие факторы:

- величина дохода и сбережений населения;
- затраты и ожидания предприятий;
- налоговая нагрузка, изменения в технологиях и т.д.

Непосредственно же величина инвестиций зависит главным образом от двух факторов: *ожидаемой нормы чистой прибыли*, или рентабельности вложений капитала в производство, и *величины кредитной процентной ставки*, или цены денег. Различают два случая действия этих факторов.

В первом случае инвесторы берут деньги в займы под определенный процент. Этот процент впредь будем называть кредитной процентной ставкой, или ценой денег. В каком случае инвестиционный проект окажется выгодным для предпринимателя? Это, очевидно, произойдет тогда, когда норма прибыли будет превышать кредитную процентную ставку. Если же норма прибыли, допустим, составила 10%, а кредитная ставка — 15%, тогда проект убыточен.

Второй случай предполагает, что у вас деньги есть и вы сравниваете различные альтернативы их применения. Какие при этом могут быть варианты? Во-первых, можно вложить деньги, допустим, в строительство нового предприятия. Во-вторых, положить их на срочный вклад в коммерческий банк, ориентируясь на определенную депозитную ставку. И, в-третьих, не исключено, что вы отдадите их в кредит. Различают номинальную и реальную процентные ставки. **Номинальная ставка** – это текущая цена, которую платят инвесторы, получая ссуду, или кредит. **Реальная ставка** – это дефлированная номинальная ставка, или скорректированная на величину инфляции. Если, например, номинальная годовая кредитная ставка равна 15%, а инфляция — 10%, то реальная ставка составит 5%. Между реальной кредитной ставкой ($R_{кр.}$) и объемом инвестиций (I) существует обратная связь (рис. 6.3).

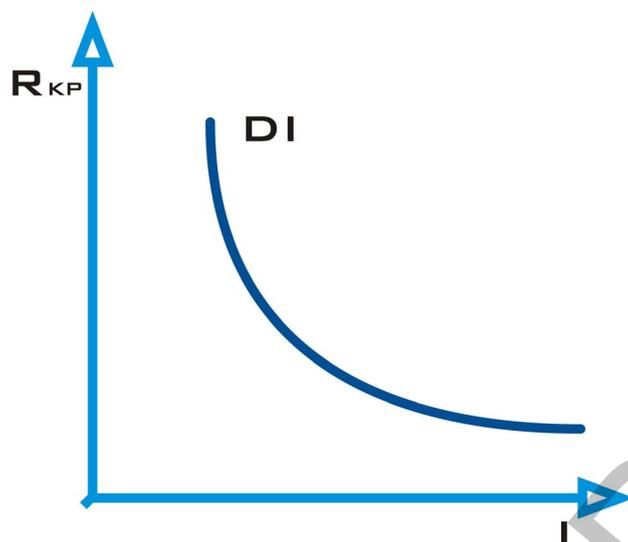


Рис. 6.3. Кривая спроса на инвестиции (DI)

Кривая спроса на инвестиции, проще говоря, свидетельствует о том, что чем дороже становятся деньги, тем меньше желающих превратить их в инвестиции, и наоборот.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Макроэкономика. Валовой внутренний продукт (ВВП). Валовой национальный продукт (ВНП). Номинальный и реальный ВВП и ВНП. Потребительские расходы домашних хозяйств (С). Инвестиционные расходы фирм (I). Государственные закупки (G). Чистый экспорт (Xп). Чистый национальный продукт (ЧНП). Национальный доход (НД). Личный доход (ЛД). Располагаемый доход (РД). Потребление. Сбережение. Инвестиции.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Какими способами можно предельно уменьшить величину ВВП?
2. В чем состоит различие между ВВП и ВНП?
3. Чем отличаются между собой личный доход и располагаемый доход?
4. Какая разница между валовыми и чистыми инвестициями?
5. Какая зависимость существует между величиной кредитной процентной ставки и величиной инвестиций?

ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. ВНП по расходам включает:
 - а) потребительские расходы и государственные закупки;
 - б) валовые внутренние инвестиции;
 - в) чистый экспорт;
 - г) все ответы верны.
2. Национальный доход равен разнице между:
 - а) чистым национальным продуктом (ЧНП) и личным доходом;
 - б) ЧНП и амортизационными отчислениями;
 - в) ЧНП и косвенными налогами;
 - г) правильного ответа нет.
3. В период инфляции:
 - а) реальный ВВП растет быстрее номинального;
 - б) номинальный ВВП растет быстрее реального;
 - в) номинальный и реальный ВВП увеличиваются одинаковыми темпами.

РЕШИМ ЗАДАЧИ

1. По данным таблицы, где ПП, ДС и ПС измеренные в ден. ед. стоимость промежуточного продукта, добавленная стоимость и полная стоимость, определите величины ВОП, ВВП и стоимости конечной продукции.

№	Отрасль	ПП	ДС	ПС
1	Охотничье хозяйство	0	5	
2	Производство мясопродуктов		25	
3	Торговля мясопродуктами		10	

2. Двумя способами определите величину ВВП по следующим данным (в трлн руб.): импорт – 60; амортизационные отчисления – 6; экспорт – 50; заработная плата – 40; процент – 2; арендная плата – 2; валовые внутренние инвестиции – 20; косвенные налоги на бизнес – 20; прибыль – 30; потребительские расходы населения – 60; закупки правительства – 30.

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

ИЗ РАЗГОВОРА В МАГАЗИНЕ

Продавец: – Эти рубашки чрезвычайно прочные! Никакая стирка им не страшна. Они просто смеются над стиральными машинам!

Покупатель: – Это я знаю. Несколько таких моих рубашек уже лопнули от смеха.

ТЕМА 7. ЧТО И КАК ПРОДАЮТ НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

Национальный рынок представляет собой форму организации отношений обмена товарами и услугами между производителями, продавцами и покупателями на уровне страны. Структурировать этот рынок на подсистемы можно по разным признакам: объекту купли-продажи, доле национального рынка, наличию продукции, законности функционирования и т.д.

По объекту купли-продажи выделяют рынки потребительских и инвестиционных товаров, трудовых и природных ресурсов, финансовый рынок, интеллектуальной продукции. Начнем с рынков потребительских и инвестиционных товаров.

7.1. РОЗНИЧНАЯ И ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ

Большая часть товаров на национальном рынке реализуется в *торговле*. Это сфера экономической деятельности, где совершается обмен результатами производства между предприятиями, организациями, отдельными людьми.

Различают две основных формы торговли: розничную и оптовую.

Розничная торговля предлагает товары покупателям поштучно или небольшими партиями. Предприятия розничной торговли можно разделить на магазинные, посольные и торговлю с доставкой на дом.

Магазинная торговля предлагает для продажи товар производителя в неизменном виде или с небольшой предпродажной подготовкой, например, с подарочной упаковкой, расфасовкой. Форм магазинной торговли множество. Это небольшие магазинчики в малых населенных пунктах. Специализированные магазины, где продаются товары ограниченного ассортимента (обувь, продукты, мебель). Разновидность таких магазинов – *бутик* – магазин особо модных товаров. *Специальный магазин* — магазин одного товара (кофе, шляпы, рыба), предлагающий большой выбор. *Универсальные магази-*

ны – это крупные предприятия, предлагающие разнообразные товары. Рынок потребителей (*супермаркет*) – построен по принципу самообслуживания. Это большие торговые залы, просторные парковки для автомобилей, широкий ассортимент часто обновляемых товаров. Все это создает атмосферу большого рынка. Относительно недавно появились *дисконтные дома*. Они получили свое название от слова “дисконт” – скидка. Это магазин без индивидуального обслуживания покупателей, особого оформления и сервиса. Его ассортимент ограничивается ходовыми потребительскими товарами, продажа которых осуществляется прямо из ящиков или картонных упаковок.

Посылочная торговля – форма организации розничной торговли, при которой покупатель делает свой выбор на основании присланных каталогов и проспектов и получает его на дом. Бурно развивается и *торговля с доставкой на дом*, где заказ товаров происходит по телефону или через компьютерную сеть. Примерами такой торговли являются телемагазины и интернет-магазины.

Оптовая торговля – это продажа товаров партиями, агентам по перепродаже, крупным потребителям или, если речь идет о сырье, – их переработчикам. Оптовая торговля, как правило, является промежуточным звеном между производителем продукции и розничной торговлей. Формы ее организации различны. Существует *оптовая торговля с доставкой товаров*, когда продавец снабжает товарами розничных продавцов и предоставляет им сервисные услуги. Практикуется также торговля с получением товара у поставщика, когда клиент – розничный продавец – сам забирает товар.

В настоящее время получила признание и *система “Cash-and-Carry”* – оптовая торговля по методу самообслуживания. В ней осуществляется продажа товаров профессиональным потребителям (розничным торговцам, владельцам ресторанов), которые сами комплектуют свои заказы на складах. Товар при этом оплачивается за наличные (*cash*), а клиент сам осуществляет погрузку и вывоз товара (*carry*). По такой системе работают магазины сети “Метро”.

Значительная часть оптовой торговли приходится на *товарные биржи*, или рынки, на которых в определенное время встречаются коммерсанты для того, чтобы заключить торговые сделки на отсутствующие пока товары. В отличие от обычной розничной торговли, на бирже товары не представлены, а купля-продажа происходит заочно.

Существуют товарные биржи общего типа для сельскохозяйственной продукции, например, Франкфуртская хлебно-товарная биржа, и специальные биржи для определенного вида товара, например, в Гамбурге – кофе, в Бремене – хлопка, в Чикаго – зерна, в Лондоне – цветных металлов.

Виды цен. Многообразие цен велико и классифицировать их можно по разным признакам. По степени рыночности выделяются рыночные и нерыночные. Рыночные цены формируются целиком и полностью под влиянием спроса и предложения. В этом случае между покупателем и продавцом нет никаких посредников.

Нерыночными (административными) считаются цены, которые формируются под влиянием государства. Это могут быть фиксированные и предельные цены. Такие цены, в первую очередь, устанавливаются на социально значимые товары. К ним относятся:

- продовольственные товары – хлеб и хлебобулочные изделия, мука, сахар, молоко и молочные продукты, мясо и птица, яйца, соль, сахар и т.д.;
- непродовольственные товары – отечественное хозяйственное и туалетное мыло, отечественные ткани, спички, лекарственные травы, товары для детей, твердое топливо и сжиженный газ.

Регулируются государством и цены на продукцию монополистов.

По форме существования товаров различают цены на физически существующую продукцию, например, на телевизоры, холодильники, и услуги, например, тарифы транспортные, связи, услуги парикмахерских и т.д.

По субъекту использования товаров выделяют розничные цены и оптовые. По розничным ценам продается продукция потребительского назначения, предназначенная для населения, конечного потребителя. По оптовым ценам товар продают либо предприятия-производители, либо предприятия оптовой торговли. Цена, по которой продает продукцию предприятие-производитель называется *оптовой ценой предприятия*. Предприятия же оптовой торговли продают товар по *цене оптовой торговли*. Названная система и структура цен представлена в табл. 7.1.

Табл. 7.1. Система и структура розничной и оптовых цен

Издержки бухгалтерские	НДС	Прибыль	Наценка оптовой торговли	Розничная наценка
Оптовая цена предприятия				
Цена оптовой торговли				
Розничная цена				

Обе торговые наценки, указанные в таблице, включают в себя соответствующие издержки, прибыль и налоги.

По отрасли выделяют цены промышленности, сельского хозяйства (закупочные), строительства и др. отраслей.

Виды цен можно классифицировать и по объему занимаемого рыночного пространства. По такому критерию выделяют цены на товары на региональных рынках, национальных и мировом.

Функции цен. На основе сказанного можно уже определить и функции цен. Первую функцию можно назвать *мерой стоимости*. Это значит, что цены показывают величину стоимости затраченных на производство и реализацию продукции ресурсов. Вторая функция – *мера полезности*. Вполне понятно, что цена зависит не только от стоимости затраченных ресурсов, но и от полезности товара для покупателя. За бесполезную вещь он не заплатит ничего. Третья функция цены *стимулирующая*. Суть ее состоит в том, что цены стимулируют рациональное использование ресурсов предпринимателем и улучшение потребительских качеств товара. За качество продукции тоже надо платить. Пятая функция – *регулирующая*. Величина цены, это значит, может способствовать переключению производителя с выпуска одного товара на другой. Шестая – *информационная*. Цена также является источником информации о товаре. И, наконец, в социально ориентированной экономике цена выполняет и *социальную функцию*. Суть ее состоит в том, что государство часть издержек на социально значимые товары может взять на себя, и такие товары станут доступнее широким слоям населения.

7.2. РЫНОК ТРУДА И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА

Рынок трудовых ресурсов, его специфика и структура. Рынок трудовых ресурсов – это рынок, на котором посредством спроса и предложения устанавливается определенный уровень занятости населения и величина оплаты труда.

Рынок трудовых ресурсов имеет ряд особенностей, отличающих его от рынков других ресурсов. Во-первых, специфичен сам товар – рабочая сила работника. Это связано непосредственно с личностью самого работника, обладающего не только определенными способностями к труду, но и другими качествами – психическими,

физическими, социальными, культурными. Все это оказывает существенное влияние на интересы, мотивы трудовой деятельности работников и отражается на состоянии рынка трудовых ресурсов. Кроме того, цена рабочей силы отражает определенный уровень жизни, социальный престиж, благополучие работника и его семьи.

Во-вторых, спрос на рынке трудовых ресурсов, как и на любой ресурс, является производным от спроса на товары, производимые фирмой.

В-третьих, цена рабочей силы, или заработная плата, призвана обеспечивать воспроизводство рабочей силы, иначе пострадает и само производство.

В-четвертых, именно трудом работников, включая рабочих, управленцев, предпринимателей, создается новая стоимость – источник всех доходов.

Основными элементами структуры рынка трудовых ресурсов являются: субъекты рынка; конъюнктура; конкуренция; инфраструктура; система социальных выплат и гарантий работникам и безработным.

Какие **субъекты** вступают на рынке трудовых ресурсов в экономические отношения? К ним относятся:

- работодатели, наемные работники, безработные;
- организации, выражающие их интересы: профсоюзы, ассоциации предпринимателей, безработных и т.д.;
- государственные учреждения, разрабатывающие трудовое законодательство, контролирующее его соблюдение и регулирующие спрос и предложение на рынке трудовых ресурсов — министерство труда, биржи труда, центры занятости и т.д.

Вторым элементом структуры рынка трудовых ресурсов является **конъюнктура**, или соотношение спроса и предложения рабочей силы. Если спрос и предложение совпадают, то конъюнктура рынка считается равновесной. Различают также трудодефицитную и трудоизбыточную конъюнктуру рынка.

Спрос на рабочую силу отражает объем и структуру потребностей общества в рабочей силе, представленных на рынке и обеспеченным соответствующим фондом заработной платы.

Предложение труда характеризуется численностью и составом людей, способных к труду и желающих трудиться на условиях найма. Структуру предложения определяют лица: ищущие работу; намеревающиеся сменить работу; желающие трудиться в свободное от работы или учебы время.

Спрос и предложение рабочей силы определяются различными факторами. *Спрос на рабочую силу* зависит от уровня и структуры экономики, состояния производства, качества рабочей силы, величины спроса на товары. *Величина предложения рабочей силы*, в свою очередь, определяется такими факторами, как численность трудоспособного населения, соотношение занятого и незанятого населения, производительность и условия труда и т.д.

Соотношение между спросом на рабочую силу и ее предложением непосредственно воздействуют на цену рабочей силы, которая колеблется в зависимости от цен на товары.

Третий элемент рынка трудовых ресурсов – **конкуренция**. С одной стороны, она проявляется в форме соперничества между работодателями – за привлечение работников. С другой стороны, — между работниками за размещение вакантных мест. Кроме того, за условия трудового соглашения и оплаты труда конкурируют работники и работодатели.

Четвертый элемент рынка трудовых ресурсов – его **инфраструктура**. Она включает в себя государственные и негосударственные структуры содействия занятости, кадровые службы предприятий, общественные организации и фонды, соответствующую нормативно-правовую базу. Посредством инфраструктуры рынка осуществляется взаимодействие между спросом на рабочую силу и ее предложением.

Каждый работающий по найму получает доход, который называется заработной платой. Что она собой представляет?

Заработная плата, ее формы и системы. *Заработная плата* – доход, компенсирующий затраты рабочей силы, и обеспечивающий определенный уровень жизни работника и членов его семьи. Можно дать и чисто рыночное определение – это цена рабочей силы. Различают номинальную и реальную заработную плату. *Номинальная заработная плата* – это начисленная работнику заработная плата. *Реальная заработная плата* – это ее покупательная способность, или товары и услуги, которые работник может приобрести на номинальную заработную плату.

Важную роль в регулировании трудовых отношений играет *минимальная заработная плата*, обеспечивающая прожиточный минимум.

Заработная плата существует в двух формах: сдельной и повременной. *Сдельная заработная плата* – это оплата труда в зависимости от количества произведенной продукции. Заработная плата в таком случае рассчитывается как произведение количества продукции на расценку за единицу. *Повременная заработная плата* – это оплата труда в зависимости от количества отработанного работником времени. При этом должна поддерживаться заданная интенсивность труда и выполняться требуемое количество работ. Повременная заработная плата может быть почасовой, недельной, месячной.

Оптимальным вариантом повременной заработной платы является недельная заработная плата. В ее защиту можно привести следующий ряд аргументов. Во-первых, сама неделя представляет собой элементарный экономический цикл, который состоит из двух частей – рабочих дней и выходных. Основная экономическая функция выходных дней – воспроизводство рабочей силы работника. Важнейшим источником воспроизводства является заработная плата. Во-вторых, в условиях инфляции снижается покупательная способность месячной оплаты труда. И поэтому, очевидно, следует соблюдать правило: «раньше получишь заработную плату, больше купишь товаров». Существует множество систем заработной платы. Рассмотрим некоторые из них.

По количеству показателей системы оплаты труда подразделяются на:

- однофакторные, или простые (простая сдельная, простая повременная заработная плата);
- многофакторные, или премиальные (сдельно-прогрессивная, повременно-премиальная, участия в прибыли т.д.).

По формам выражения оценки результатов труда выделяют следующие системы оплаты труда:

- коллективные (основанные на оценке коллективного труда, например, с применением коэффициента трудового участия (КТУ));
- индивидуальные системы, в основе которых лежит оценка результатов труда отдельного работника.

Чем руководствуется работник, распределяя время на труд и досуг? Выбор между ними определяется не только субъективными предпочтениями человека, но и границами рабочего дня – физическими и социальными. *Физические границы* заключаются в том, что человек физически в состоянии работать достаточно интенсивно лишь определенное время. Он должен иметь время для отдыха, приема пищи, удовлетворения других потребностей, связанных с восстановлением израсходованной жизненной энергии. *Социальные границы* рабочего дня работника состоят в том, что работнику необходимо удовлетворять культурные, интеллектуальные и др. потребности.

7.3. РЫНКИ ССУДНОГО КАПИТАЛА И ЦЕННЫХ БУМАГ

Ссудный капитал и его источники. Во многих случаях для обновления и увеличения производительного капитала предпринимателю своих денежных средств не хватает. Поэтому приходится брать деньги в долг или в ссуду. С одной стороны, это означает, что возникает потребность в привлечении денежных средств извне, а с другой стороны, — существуют свободные денежные средства, которые могут быть предоставлены в ссуду. Каковы, возникает вопрос, источники ссудного капитала?

В первую очередь, к ним относятся *амортизационные отчисления*. Если, например, фирма приобрела станок за 5000 ден. ед. и его предполагаемый срок службы 5 лет, то за первый год эксплуатации станка амортизационные отчисления составят 1000 ден. ед., за два года – 2000 и т.д. Эти временно свободные средства можно предоставить в ссуду.

Кроме того, такими источниками могут быть фонд заработной платы, часть прибыли фирмы и, наконец, сбережения населения.

На основе сказанного можно дать и определение *ссудного капитала*. Это денежный капитал, предоставляемый в ссуду под определенный процент.

Спрос и предложение на рынке ссудного капитала. Деньги, как и любой товар, имеют цену. Цена, уплачиваемая за пользование деньгами, называется *ссудным процентом*. Отношение дохода от ссуды (D_c) к величине ссудного капитала (K_c), выраженное в процентах, называется *ставкой ссудного процента* (R_c):

$$R_c = D_c 100\% / K_c. \quad (7.1)$$

Ставка ссудного процента и есть *цена ссудного капитала*. Ставки ссудного процента, в конечном счете, определяют величины спроса и предложения на рынке ссудного капитала. Рыночный *спрос на ссудный капитал* – это сумма денег, на которые есть спрос при определенной ставке ссудного процента.

Отсюда ясно, что и спрос на ссудный капитал будет тем больше, чем ниже ставка ссудного процента. Предложение же, напротив, связано с величиной ставки ссудного процента прямо пропорциональной зависимостью. Точка пересечения кривых спроса на ссудный капитал и его предложения определяет равновесную ставку ссудного процента (рис. 7.1), при которой величина предлагаемого ссудного капитала равна спросу на него.

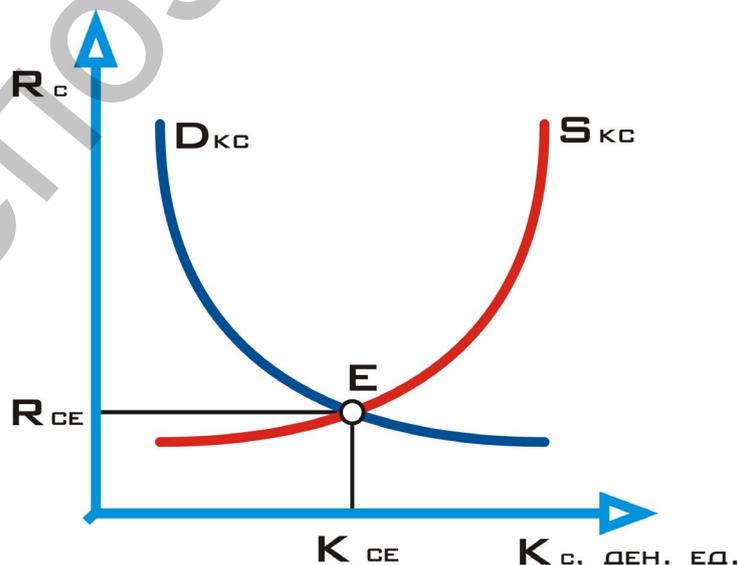


Рис. 7.2. Равновесие на рынке ссудного капитала

Рыночная ставка ссудного процента играет большую роль при принятии инвестиционных решений. Дело в том, что заемщик всегда будет сравнивать ожидаемый уровень дохода на капитал с текущей ценой ссуды, то есть с процентной ставкой. Предприниматель, например, предполагает вложить в дело 1 млн долл. и получить через год доход в 200 тыс. долл. Ожидаемая норма прибыли пусть будет равна 20% (200 тыс. долл. · 100% / 1 млн. долл.).

При ставке ссудного процента в 10% предприниматель еще может взять ссуду, так как его чистая прибыль составит 100 тыс. долл. (200 тыс. долл. — 100 тыс. долл.). А если она, к примеру, будет равна 20%, тогда чистый доход будет равен нулю.

Различают номинальные и реальные ставки процента. Если, например, процентная ставка равна 10%, а инфляция – 4%, то реально она достигает лишь 6%. *Реальная процентная ставка* – это номинальная ставка, то есть объявленная банком, за вычетом инфляции. Допустим, берется ссуда в 100 ден. ед. под 10% годовых, следовательно, в конце года надо вернуть уже 110 ден. ед. Однако из-за инфляции в 4% покупательная способность каждой из 110 ден. ед. будет на 4% меньше. Это значит, что рыночная стоимость выплаченных в конце года денежных единиц составит 106 единиц.

Рынок ценных бумаг. Потребность предпринимателя в деньгах удовлетворяется не только банками, но и другим путем. Фирмы для привлечения денежных средств населения выпускают ценные бумаги, главным образом акции и облигации. Выпустив облигации, к примеру, они могут получить деньги на длительный период времени, или даже вообще в бессрочное пользование, если выпускаются акции.

Спрос на капитал создается фирмами и государством. Фирмы и правительство на рынке ценных бумаг выступают чистыми заемщиками. Чистым же кредитором является та часть населения, у которой доходы превышают расходы, имеются сбережения. Тот, кто выпускает ценные бумаги, называется эмитентом, их владелец – *инвестором*. На рынке ценных бумаг происходит перелив сбережений по цене, которая устраивает обе стороны. Такая цель достигается с помощью посредников – брокеров и дилеров. Какая разница между ним?

Брокер сводит продавца ценных бумаг с покупателем, за что получает оплату в виде процента от величины продаж ценных бумаг (около 0,1%). Поэтому он заинтересован только в объеме продаж, но не в повышении или понижении цены. **Дилеры** же покупают ценные бумаги на свое имя и за свой счет, чтобы потом их перепродать. Выручка от перепродажи и образует прибыль дилеров. В отличие от брокеров у дилеров есть прямой интерес к повышению цен на ценные бумаги.

Функции брокеров и дилеров выполняют как отдельные лица, так и целые фирмы. Они называются по-разному: инвестиционные банки, инвестиционные дилеры, инвестиционные дома и т.д.

Различают первичный и вторичный рынки ценных бумаг. На первом рынке ценные бумаги эмитируются, то есть выпускаются в обращение впервые, и размещаются среди инвесторов. Фирма, нуждающаяся в капитале, обычно выпускает ценные бумаги, а их распределение поручает банкам и различным частным финансовым организациям. В некоторых случаях фирмы это делают сами. Первичная продажа ценных бумаг первым покупателям и происходит на *первичном* рынке. В дальнейшем ценные бумаги неоднократно меняют своих владельцев, но это уже происходит на *вторичном* рынке.

На развитом рынке ценных бумаг обращается множество различных видов ценных бумаг. Основными из них являются акции, облигации и производные от них ценные бумаги.

Акция — это ценная бумага, свидетельствующая о внесении определенной доли средств в капитал корпорации и дающая право ее владельцу на получение ежегодного

дохода и участие в управлении. По своей сути акции – это бессрочный кредит для выпустившей их компании, так как обратно они этой компанией не выкупаются. Владелец акции может продавать их лишь другому лицу. Фактически они бессрочны, так как действительны, пока существует выпустившая их компания.

Держатели акций являются совладельцами предприятия. Доход на акцию называется *дивидендом* (d). Акция имеет номинальную стоимость, то есть денежную сумму, обозначенную на ней. Цена, по которой она фактически продается и покупается, называется *курсом акции*. Курс акции, как мы уже знаем, можно рассчитать по следующей формуле:

$$K_a = d100\% / R_d, \quad (7.2)$$

где d – дивиденд; K_a – курс акции; R_d – депозитная процентная ставка.

В формуле 7.2 дивиденд соотносится с депозитной процентной ставкой потому, что владелец определенной суммы денег всегда сравнивает доход от вложения своих денег в акции с доходом, который он получил бы, положив эту сумму на депозит в банк.

Различают *привилегированные акции и простые*. По первым сумма дивидендов фиксирована и составляет определенный процент от номинальной цены. Привилегированные акции, как правило, не дают права голоса на собраниях акционеров. Простые (обыкновенные) акции не имеют гарантированного дохода, а сумма дивидендов зависит от величины прибыли корпорации и решения Совета директоров компании. Фирма может некоторое время, например, в период реконструкции, вообще не выплачивать дивиденды. Владелец простых акций имеет право голоса на собраниях акционеров.

Облигации выпускаются как корпорациями, так и правительством. Это ценная бумага, свидетельствующая о внесении их владельцем денежных средств и дающая право на получение дохода по фиксированной процентной ставке. Тот, кто выпускает облигации, обязуется выплатить в определенный срок и саму стоимость облигации, и процент по ней (5–14% от номинальной стоимости). Обычно срок погашения облигации – от 5-ти до 20-ти лет.

Депозитный сертификат – это ценная бумага, свидетельствующая о помещении денежных средств на хранение в финансово-кредитные учреждения на определенных условиях. На депозитный сертификат выплачивается доход в виде процента, величина которого дифференцирована в зависимости от срока вклада.

Опцион – это документ, удостоверяющий право его владельца на покупку или продажу ценных бумаг.

Фьючерс – это биржевой контракт, оговаривающий будущую дату поставки или получения определенного количества материального или нематериального продукта. Сделки на срок используются в бизнесе в качестве страхования от неблагоприятных изменений в цене спекулянтами-биржевиками.

Самым надежным видом ценных бумаг считаются государственные облигации, так как они гарантируются всем состоянием государства. За ними следуют частные облигации и привилегированные акции, затем обыкновенные. **«Золотое правило» инвестирования** гласит: доход от вложений в ценные бумаги должен быть пропорционален риску, на который готов идти инвестор ради получения дохода.

Сделки с ценными бумагами свершаются на *фондовой бирже*. В настоящее время главными объектами сделок являются акции и облигации, долговые обязательства государства, банков и др. субъектов. Сводными показателями движения курса ценных бумаг являются индексы акций, наиболее известным из которых является индекс Доу-Джонса. В качестве примеров крупнейших фондовых бирж можно привести Нью-Йоркскую, Лондонскую, Токийскую, Франкфуртскую и Парижскую.

На каждой фондовой бирже есть две группы спекулянтов: те, кто играет на понижении курсов акций (*«медведи»*), и те, кто играет на повышении (*«быки»*). Поэтому, кстати говоря, символом многих бирж являются гнувший книзу медведь и бык,

пытающийся поднять противника на рога. Как «зарабатывает» свой доход «бык», ясно: купил акции подешевле, а затем продал их подороже. Игра «медведя» является более тонкой: он берет определенное количество акций в долг, а возвращает их спустя какое-то время. И если они стали стоить меньше, то он выигрывает, а в противоположном случае проигрывает.

Борьба быка и медведя отражает игру спроса и предложения, что приводит к некоему выравниванию ситуации. Если игрок, прогнозирующий падение курсов акций, начинает продавать их «по-медвежьи», то обязательно найдется покупатель акций, который поступает, как «бык». Иначе сделка просто не состоялась бы. Причины повышения и понижения курсов акций компаний могут быть разные. Так, использование новых технологий фирмой может привести к повышению курса акций.

С конца XIX века в экономике возрастает роль интеллектуальной продукции. В настоящее время результаты интеллектуального труда определяют перспективы развития экономики, да и общества в целом. Важную роль на рынке ресурсов, а, следовательно, и в предпринимательской деятельности играют интеллектуальные продукты. Однако о том, что они собой представляют, нами уже было сказано в 9-й теме.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Розничная и оптовая торговля. Заработная плата. Номинальная и реальная заработная плата. Ссудный капитал. Ставка ссудного процента. Ценные бумаги. Акции. Курс акции. Дивиденд. Облигации.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Предположим, что вы стоите перед выбором: нанять одного работника или купить робота. Какими достоинствами и недостаткам они обладают?
2. При каком условии реальная заработная плата будет расти быстрее номинальной?
3. Каким, на ваш взгляд, должно быть соотношение между минимальной заработной платой и величиной прожиточного минимума?
4. Являются ли капиталом деньги, которые хранятся у вас дома?
5. Кто такие «быки» и «медведи» и как они зарабатывают доход?
6. Каким ноу-хау должен обладать «медведь» для игры на фондовой бирже?

ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Если номинальная заработная плата увеличилась за год на 80%, а цены на потребительские товары — на 20%, то реальная заработная плата, при прочих равных условиях, возросла на: а) 40%; б) 50%; в) 60%.
2. Если на рынке труда ставка заработной платы выше равновесной, то имеет место:
 - а) дефицит рабочей силы;
 - б) избыток рабочей силы;
 - в) величина ставки заработной платы на занятость работников не влияет.

РЕШИМ ЗАДАЧУ

Предположим, что на 500 тыс. руб. вы купили 500 акций.

Какую сумму дивидендов вы получите, если по окончании года курс акции понизился на 20%, а депозитная процентная ставка равна 15%?

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

ЧТО ЛУЧШЕ: СЕЙЧАС ИЛИ ЛЕТ ЧЕРЕЗ 15-20?

Бизнесмен стоял на пирсе и наблюдал за рыбаком. Тот поймал огромного тунца. Бизнесмен поздравил рыбака с удачей и спросил, сколько времени требуется, чтобы поймать такую рыбу.

– Пару часов, не больше, – ответил рыбак.

– Почему же ты не останешься у моря дольше и не поймаешь еще несколько таких рыбок? – удивился бизнесмен.

Одной рыбы достаточно, чтобы моя семья прожила завтрашний день, – ответил тот.

– Но что ты делаешь остальное время дня? – спросил бизнесмен.

– До обеда я сплю, затем иду на пару часов порыбачить, играю с своими детьми, после мы с женой устраиваем себе сиесту, затем я иду в деревеньку прогуляться, пью вечером вино и играю со своими друзьями на гитаре. Вы видите – я наслаждаюсь жизнью, – объяснил рыбак.

– Я – выпускник Гарварда, – и помогу тебе, ты все делаешь не так. Ты должен весь день рыбачить и купить себе большую лодку.

– И что потом? – спросил рыбак.

– Потом ты будешь ловить еще больше рыбы и сможешь купить себе несколько лодок, даже кораблей, и в один прекрасный день у тебя будет целая флотилия. Вместо того, чтобы продавать рыбу посреднику, будешь привозить ее прямо на фабрику и, увеличив прибыль, ты откроешь собственную фирму.

Потом ты оставишь эту богом забытую деревушку и переедешь в большой город и, быть может, однажды сможешь открыть огромный офис и быть там директором.

– И сколько все это займет времени?

– лет 15–20.

– И что потом?

– А потом, – рассмеялся бизнесмен, – наступит самое приятное. Ты сможешь продать свою фирму за несколько миллионов и стать очень богатым.

– Ты сможешь перестать работать, переедешь в маленькую деревушку на побережье, будешь спать до обеда, немного рыбачить, играть с детьми, устраивать сиесту с женой, прогуливаться по деревне, пить вино по вечерам и играть со своими друзьями на гитаре...

– А сейчас, что я делаю? – сказал рыбак.

ТЕМА 8. БАНКИ И КРЕДИТ

8.1. БАНКИ, ИХ ФУНКЦИИ И ОПЕРАЦИИ

В рыночной экономике большую роль играют банки. В развитых странах система банков двухуровневая: первый уровень образует центральный банк, а второй – коммерческие банки.

Особое место занимает, естественно, **центральный банк**, не зря он так и называется. В Беларуси такую роль играет Национальный банк. В большинстве стран центральные банки являются государственными учреждениями, например, в Германии, в России, в Беларуси. Есть страны, в которых они организованы как акционерные общества, например, в США, в Швейцарии. В США Федеральную резервную систему (ФРС), выполняющую функции центрального банка, образуют 12 банков.

Главная задача Национального банка – управление эмиссионной, кредитной и расчетной деятельностью. Основные его функции его таковы:

- разработка и реализация денежно-кредитной политики;
- эмиссия и изъятие денег;
- хранение золотовалютных резервов страны;
- выполнение кредитных и расчетных операций для правительства;
- оказание услуг коммерческим банкам, например, хранение обязательных резервов, предоставление ссуд;
- контроль за деятельностью кредитных учреждений.

Такие банки не ставят перед собой цель получать максимальную прибыль и не конкурируют в сфере бизнеса с коммерческими банками. Они, как правило, не обслуживают население и предприятия. Эти функции выполняют коммерческие банки. Национальный банк хранит резервы коммерческих банков, выделяет срочные ссуды, осуществляет безналичные расчеты.

Второй уровень банковской системы образуют коммерческие банки. Основные функции их следующие: привлечение денежных средств на расчетные (текущие) счета и срочные вклады; предоставление ссуд; осуществление расчетов. Все операции коммерческих банков подразделяются на пассивные, активные и посреднические.

Пассивные операции связаны с аккумулярованием денежных средств населения и организаций.

Об основных направлениях деятельности коммерческих банков дает представление примерный баланс коммерческого банка (табл. 8.1).

Пассивные операции, как видно, связаны с аккумулярованием свободных денежных средств населения и организаций. Денежные средства банков представляют собой совокупность собственных и заемных средств. Источником собственных средств являются взносы учредителей, продажа акций и облигаций, отчисления от текущей прибыли в резервный фонд, нераспределенная прибыль. Однако наибольший удельный вес составляют заемные средства: вклады (депозиты) клиентов и межбанковские ссуды.

Табл. 8.1. Примерный баланс коммерческого банка, в млн. руб.

Активы		Пассивы	
1. Кассовая наличность	1000	1. Депозиты до востребования	25000
2. Вклады на счетах Национального банка	5000	2. Сберегательные депозиты	5000
3. Ссуды	80000	3. Срочные вклады	50000
4. Ценные бумаги правительства	4000	4. Прочие пассивы	10000
5. Векселя, облигации, акции корпораций	6000	5. Всего пассивов	90000
6. Другие активы	5000	6. Капитальный счет	20000
7. Всего активов	110000	7. Пассивы и капитальный счет	110000

Таким образом, пассивные операции формируют дополнительные источники привлечения ресурсов.

Депозиты представляют собой все срочные и бессрочные вклады клиентов банка. Особенностью пассивных операций является то, что не клиент предлагает денежные средства, а банк привлекает деньги по собственной инициативе. Именно поэтому их называют привлеченными средствами. Сама же депозитная ставка дифференцируется в зависимости от срока и размера вклада.

Активные операции – это операции банка по использованию денежного фонда с целью получения прибыли. Эти операции связаны в основном с выдачей кредита. Кредитные операции классифицируются по разным признакам:

- в зависимости от **обеспечения** выделяют ссуды без обеспечения и имеющие обеспечение;
- **по срокам погашения** различают: ссуды до востребования, краткосрочные (до года), среднесрочные (от года до пяти лет) и долгосрочные (свыше пяти лет) ссуды;
- **по характеру погашения** различают ссуды, погашаемые единовременным взносом и в рассрочку.

Коммерческие банки, предоставляя ссуду, естественно, получают процент. *Процент за использование кредитного ресурса* – это цена, которая уплачивается за ссудный капитал кредитору, или кредитная ставка.

К активным операциям относят и инвестиционные операции. Они заключаются в покупке ценных бумаг, в результате чего происходит инвестирование производства. Банк может покупать ценные бумаги с целью получения дохода в виде дивидендов. Кроме того, он пытается “заработать” на купле-продаже на фондовой бирже.

Коммерческие банки выполняют и *посреднические функции* (операции). Так, например, они оказывают финансовые и биржевые услуги, связанные с управлением пакетами акций, консультациями и т.д.

Коммерческие банки могут быть как универсальными, так и специализированными. Они, в свою очередь, подразделяются на универсальные и специализированные.

Универсальные банки осуществляют практически все виды банковских операций, обслуживают всех субъектов хозяйствования.

Специализированные же либо обслуживают определенную отрасль, сферу хозяйствования, группу клиентов, либо выполняют небольшое число операций. Так, например, **инвестиционные** банки специализируются на аккумуляции денежных средств на длительные сроки и предоставлении долгосрочных ссуд. **Ипотечные** банки осуществляют кредитные операции по привлечению и размещению средств на долгосрочной основе под залог недвижимости. **Кооперативные** банки обслуживают кооперативы, выделяя им ссуду, главным образом, под залог имущества. К специализированным кредитно-финансовым институтам относят сберегательные учреждения, страховые компании, пенсионные фонды, инвестиционные и лизинговые компании и т.д.

Важнейшими из небанковских кредитных учреждений являются **страховые компании**. Их денежные средства образуются за счет взносов за страхование жизни, имущества, выплат на медицинское страхование и т.д. Компании используют их для покупки ценных бумаг корпораций, государственных облигаций, тем самым предоставляя долгосрочные кредиты.

Пенсионные фонды включают средства, предназначенные для пенсионного обеспечения, которые отчисляются предпринимателями и наемными работниками. Избыток накопленных средств над пенсионными выплатами вкладывается в государственные облигации и акции надежных компаний. Инвестиции пенсионных фондов, как правило, долгосрочные, ибо деньги в них накапливаются десятилетиями.

Инвестиционные компании (фонды) специализируются на привлечении средств путем выпуска собственных акций. Собранные при этом средства используются для покупки ценных бумаг других компаний, государственных облигаций. Доходы, полученные на них, распределяются между акционерами.

Лизинговыми называются компании, которые предлагают в долгосрочную аренду технические средства: оборудование, самолеты, автомобили, суда и т.д. Этот способ финансирования инвестиций имеет сходство с кредитом, предоставляемым для покупки оборудования.

Итак, специализированные кредитно-финансовые учреждения (институты) функционируют в относительно узких сферах рынка ссудного капитала, выполняют небольшое число операций и по сути дополняют деятельность коммерческих банков.

8.2. КРЕДИТ И ЕГО ФОРМЫ. КАК БАНКИ СОЗДАЮТ ДЕНЬГИ?

Кредит, его функции и формы. Источником кредитных средств являются свободные средства, возникающие время от времени у различных субъектов хозяйствования. С одной стороны, у одних субъектов они появляются, причем не обязательно в виде денег. А с другой – есть субъекты хозяйствования, которые в них нуждаются. Основными поставщиками временно свободных средств в рыночной экономике являются домашние хозяйства, а их пользователями (потребителями) – фирмы, предприятия, которые производят для них товары и услуги.

Взаимодействие субъектов по поводу кредита осуществляется через посредников: коммерческие банки, страховые и инвестиционные компании. Именно они аккумулируют свободные финансовые средства и размещают их среди покупателей ссудного капитала. Система экономических отношений по поводу формирования, распределения и использования временно свободных средств и называется **кредитом**. При этом заметим, что кредит может выдаваться не обязательно в денежной форме.

Основные функции кредита следующие:

- **перераспределительная** – деньги, материальные ресурсы перераспределяются между субъектами хозяйствования;
- **ускорение развития производства и повышение его эффективности** – кредит в основном используется для расширения производства, внедрения новой техники, технологий;
- **замещение наличных денег** кредитными деньгами и операциями (безналичными расчетами).

Кредит позволяет ускорить оборот средств предприятий, является важным источником формирования их основных и оборотных средств. Кроме того, замещение наличных денег кредитными уменьшает затраты на организацию денежного обращения в стране, ускоряет оборачиваемость денег, упрощает расчеты между субъектами хозяйствования.

На каких условиях можно получить кредит? Для того чтобы лучше понять суть кредитной политики и ее роль в экономике, остановимся на основных принципах предоставления кредита. Они таковы:

- **Платность.** За все в рыночной экономике надо платить. “Бесплатный сыр, говорят, бывает только в мышеловке”. За полученные в ссуду деньги платят процент.
- **Возвратность** кредита тоже очевидна. Она вытекает из самой сущности ссудного капитала, ведь он – объект чужой собственности и отдается только на время.
- **Срочность.** Кредиты предоставляются, ясное дело, на определенный срок, по истечении которого должны быть возвращены.
- **Целевой характер.** Никто не дает денег в пустоту. Кредитор должен знать на что идут его деньги. Его интересует законность использования кредитных ресурсов и эффективность.
- **Материальная обеспеченность.** Бомж, скорее всего, кредит не получит, так как материально не обеспечен. Рисковать в условиях конкуренции не хочется никому. Поэтому размер кредита, как правило, ставится в зависимость не только от цели использования кредита, но и от размеров имущества клиента.

Формы кредита. Формы кредита в условиях современной экономики разнообразны. Их можно классифицировать по ряду признаков.

По сроку предоставления различают кредиты:

- **онкольный** – выделяется на небольшой период и погашается по первому требованию;

- **краткосрочный** – до года;
- **среднесрочный** – от года до пяти лет;
- **долгосрочный** – свыше пяти лет.

По составу (субъекту) кредиторов и заемщиков выделяют банковский, коммерческий, государственный, потребительский, международный и лизинговый кредиты.

Банковский кредит предоставляется главным образом в виде денежных ссуд предпринимателям и населению. В зависимости от обеспечения различают гарантированные (обеспеченные) и негарантированные (необеспеченные) ссуды. Обеспеченными называются ссуды, выдаваемые под залог. В качестве залога могут выступать ценные бумаги, недвижимость и т.д. Кредит, выдаваемый под залог недвижимости, называется ипотечным. *Необеспеченная ссуда* – это ссуда, выделяемая без залога.

По срокам погашения ссуды бывают срочные, отсроченные и просроченные. Срочные – это ссуды, срок погашения которых наступил. Отсроченные – ссуды, срок погашения которых отнесен банком на более поздний период (продолженные ссуды). Просроченные – ссуды, не возвращенные в установленный срок.

По характеру погашения различают ссуды, погашаемые единовременным взносом и в рассрочку.

Коммерческий кредит — это кредит, предоставляемый субъектами хозяйствования друг другу с отсрочкой платежа. Необходимость в таком кредите возникает вследствие несоответствия времени производства и обращения отдельных товаров. Так, например, фермер может в кредит приобрести весной трактор, а расплатиться осенью после реализации полученного урожая.

Государственный кредит имеет место в том случае, когда заемщиком выступает государство, а кредиторами – банки, население, предприятия. Для заимствования денежных средств государство может выпустить и продать ценные бумаги: казначейские векселя, облигации. Покупая их, субъекты хозяйствования и население кредитуют государство.

Потребительский кредит связан с предоставлением населению ссуд на приобретение товаров длительного пользования. Такие ссуды погашаются в рассрочку, по частям. К потребительскому относят и кредит ломбардов. Он выдается под залог движимого имущества, например, драгоценных камней и металлов, сроком до трех месяцев в размер от 50 до 80% стоимости закладываемого имущества. Если ссуда в срок не погашается, тогда заложенные вещи продаются, а вырученные средства идут на покрытие долга.

Лизинг-кредит предполагает предоставление в долгосрочную аренду машин и оборудования, транспортных и др. средств при сохранении на них права собственности за арендодателем. Он подразделяется на финансовый и оперативный. В первом случае техническое средство предоставляется на весь срок их амортизации, а во втором – срок соглашения короче срока службы арендованного средства.

Международный кредит выдается государствами, международными финансово-кредитными институтами и частными фирмами. Он имеет в основном денежную форму, хотя может предоставляться и в товарной. Долгосрочные кредиты, выдаваемые в денежной форме, получили название внешних займов. Международный коммерческий кредит часто выступает в виде фирменного кредита, когда фирма-экспортер одной страны предоставляет импортеру другой страны отсрочку платежа.

Как банки создают деньги? Мы с вами уже знаем, что правом эмиссии наличных денег обладает только Национальный банк страны. Но, оказывается, и коммерческие банки способны создавать деньги, не нарушая при этом закон. Дело в том, что коммерческие банки, другие кредитные учреждения, должны иметь в установленном законом порядке обязательные резервы. Их размеры определяются Национальным банком

ком: он указывает, какой процент своих активов коммерческий банк должен иметь либо в виде вкладов в Национальном банке, либо в виде кассовой наличности. Этот процент называется *резервной нормой* (R_r). Остальные денежные средства сверх этой нормы банк может использовать для увеличения денег. Непонятно о чем идет речь? Тогда попробуем рассмотреть этот процесс на конкретном примере. Пусть некто Петрович положил в банк на год 500 млн. руб. при норме обязательных резервов в 20% в банк № 1. Тогда балансовый отчет банка № 1, в котором пусть отражаются только изменения, будет иметь вид:

Активы		Пассивы	
Резервы	+ 500 млн. руб.	Депозиты	+ 500 млн. руб.

Фактические резервы банка № 1, как видно из таблицы, составляют 500 млн. руб., в том числе обязательные резервы – 20% от 500 млн руб., или 100 млн руб. Избыточные резервы банка, следовательно, равны 400 млн руб. (500 млн руб. – 100 млн руб.). Банк № 1 имеет право и возможность отдать в ссуду 400 млн. руб. Допустим, что он дал в заем эти деньги фирме № 1. Тогда его балансовый отчет будет иметь следующий вид:

Активы		Пассивы	
Обязательные резервы	+ 100 млн. руб.	Депозиты	+ 500 млн. руб.
Ссуда	+ 400 млн. руб.		

Таким образом, на счету банка № 1 значатся депозиты на 500 млн руб. и ссуда в 400 млн руб. Следовательно, из поступившей суммы депозитов в 500 млн руб. банк № 1 создал 400 млн руб. дополнительных кредитных денег. Но это еще не все. Предположим, что фирма № 1 использовала ссуду в 400 млн руб. для оплаты приобретенного у фирмы № 2 оборудования. Фирма № 2, в свою очередь, переведет полученные деньги в банк № 2. Этот банк, получив вклад в 400 млн руб., тоже оставит обязательный резерв в 20% от 400 млн руб., а остальные деньги в размере 320 млн руб. отдаст в ссуду фирме № 3. Его балансовый отчет будет следующим:

Активы		Пассивы	
Обязательные Резервы	+ 80 млн. руб.	Депозиты	+ 400 млн. руб.
Ссуда	+ 320 млн. руб.		

Банк № 2 создает уже сумму денег в 320 млн руб. и передает ее в ссуду фирме № 4. Она на эти деньги приобретает сырье у фирмы № 5. Фирма № 5 перечисляет в банк № 3 сумму в 320 млн руб. Балансовый отчет банка № 3 будет иметь вид

Активы		Пассивы	
Обязательные Резервы	+ 64 млн. руб.	Депозиты	+ 320 млн. руб.
Ссуда	+ 256 млн. руб.		

Процесс этот, теоретически, будет продолжаться до тех пор, пока вся сумма вклада не будет использована в качестве обязательных резервов. А сколько, интересно, вообще может быть создано денег?

В нашем случае, было сделано три шага и общая сумма денег (в млн. руб.), созданная тремя банками, оказалась равна $500 + 400 + 320 = 500 + 500(1 - 0,2) + 500(1 - 0,2)^2 = 1220$.

Теперь допустим, что количество коммерческих банков, занятых производством денег есть n . Тогда общая сумма созданных банками денег будет равна $500 + 500(1 - 0,2) + 500(1 - 0,2)^2 + \dots + 500(1 - 0,2)^{n-1} = 500 / 0,2 = 2500$ млн руб., или 2,5 млрд руб. Нетрудно заметить, что полученная сумма — это сумма членов геометрической прогрессии.

Сумму членов геометрической прогрессии можно записать в следующем виде:

$$M = M_0 + M_0(1 - Rr) + \dots + M_0(1 - Rr)^{n-1} = M_0/Rr, \quad (8.1)$$

где M_0 — первоначальное количество денег, положенных вкладчиком на депозит; Rr — норма обязательных резервов; M — общая сумма денег, в том числе и созданных банками.

В нашем случае, как было рассчитано, теоретически вся система банков при $n \rightarrow \infty$ создала бы 2 млрд руб. (2,5 – 0,5).

Величина $1 / Rr$ получила название денежного мультипликатора (M). Его формула, следовательно, имеет вид

$$M = 1 / Rr. \quad (8.2)$$

Национальный банк Беларуси, например, изменяя величину нормы обязательных резервов, может либо увеличивать, либо уменьшать предложение денег в обращении, влияя на объем производства, инфляцию и уровень безработицы в стране.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Банк. Национальный банк. Эмиссия денег. Коммерческие банки. Процентная ставка. Номинальная процентная ставка. Реальная процентная ставка. Депозит. Кредит. Кредитная процентная ставка. Депозитная процентная ставка. Банковский, государственный, коммерческий и потребительский кредиты. Лизинг-кредит. Денежный мультипликатор. Денежно-кредитная политика. Норма обязательных резервов.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Чем реальная процентная ставка отличается от номинальной ставки?
2. Каковы основные функции Национального банка Беларуси?
3. В чем заключается отличие между активными и пассивными операциями коммерческих банков?
4. Какие экономические отношения являются кредитными?
5. Какой кредит считается коммерческим?

ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

Функциями Национального банка являются:

- а) эмиссия денежных знаков;
- б) организация денежного обращения;
- в) организация расчетов и платежей;
- г) кредитование предприятий материального производства;
- д) надзор за деятельностью коммерческих банков.

РЕШИМ ЗАДАЧУ

1. В коммерческий банк на депозит поступило 4 млн руб. Определите прирост кредитных денег, который может теоретически создать система банков в стране, если норма обязательных резервов равна 0,2.
2. Допустим, что вы взяли в кредит сроком на два года 2,4 млн бел. руб. под 12% годовых.

Определите сумму возврата денежных средств, если ежемесячный комиссионный сбор равен 1%.

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

КРЕДИТ ПОД ЧЕСТНОЕ СЛОВО

В банке.

- Ваш банк дает кредит под честное слово?
- Да, без проблем.
- А если я не верну?
- Вам будет стыдно, когда вы предстанете перед Всевышним.
- Ну, когда это еще будет...
- Вот если пятого не вернете, то шестого как раз предстанете.

ТЕМА 9. КАК ГОСУДАРСТВО УПРАВЛЯЕТ ЭКОНОМИКОЙ

9.1. ГОСУДАРСТВО И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ

Управлять экономикой можно по-разному. Экономика бывшего СССР получила название *централизованно управляемой*. В ней многие решения, связанные с производством и распределением продукта, принимались централизованно и выполнялись по командам сверху. “Наверх” же шли отчеты о выполнении директив. Рынку при этом отводилась недостаточная роль, поскольку продавцы и покупатели продукции часто определялись заранее. “Сверху” устанавливались и цены, например, на сковородке была выбита цена 2 руб. 50 коп. Такие цены были нерыночными, поскольку определялись до встречи покупателя с продавцом. Сказанное однако вовсе не означает, что государство вообще не должно управлять экономикой. Все дело в том, что преобладают должны экономические, а не командные, методы управления.

Какие же функции возлагаются на государство в современных условиях?

Вопрос о том, чем государство должно заниматься в сфере экономики, а чем нет, не такой простой, как кажется на первый взгляд. Но, тем не менее, попытаемся на него ответить. При этом основное внимание уделим функциям государственного экономического управления.

Первой функцией государства является *целеполагание*, т.е. постановка соответствующих целей. Именно с определения целей и начинается всякое управление. Не зря ведь говорят: “если капитан корабля не знает куда плыть, то для него нет попутного ветра”. Основными целями экономической политики на современном этапе являются:

- *Увеличение продолжительности и качества жизни населения на основе устойчивого экономического роста.*
- *Достижение высокой и эффективной занятости экономически активного населения.*
- *Минимизация роста уровня цен.*
- *Социально справедливое распределение доходов.*
- *Проведение эффективной внешнеэкономической политики.*
- *Создание условий для развития экономической демократии и социального партнерства, максимально возможного привлечения работников к управлению экономикой.*
- *Рациональное воспроизводство природной и окружающей среды.*

Вторая функция государства получила название *хозяйственно-правовой*. В чем она состоит?

Государство, в первую очередь, является координатором субъектов хозяйственной деятельности. Именно государство разрабатывает “правила игры”, обязательные для всех граждан, предприятий и организаций. В самом центре свода законов, регламентирующих и направляющих развитие общества, находится, естественно, Конституция (Основной Закон) государства. Непосредственно же экономику регулирует хозяйственное законодательство. В него входят, например, законы о налогах, собственности, предпринимательской деятельности, предприятиях, банках.

Однако мало разработать “правила хозяйственной игры”, надо также контролировать их соблюдение. А если они все-таки нарушаются, то наказывать виновников. Для этого и существует карающий меч государства, или *судебная власть*, хозяйственный суд в том числе. Так, например, государство собирает налоги и в лице налоговой инспекции следит за тем, чтобы они исправно и в срок поступали в казну.

Третья функция – организация производства и потребления социально значимых для населения благ, например, услуг образования, медицины и т.д.

Четвертая функция – *воспроизводство денег, необходимых для эффективного развития экономики*. Именно государство является монополистом в производстве наличных денег, причем естественным. Производство же фальшивых денег преследуется по закону.

Пятая функция – *непосредственное управление государственным сектором экономики*. В современных условиях государство является как крупным собственником ресурсов производства, так и активным субъектом хозяйствования. Можно, конечно, спорить о границах предпринимательской деятельности государства, однако не заметить это обстоятельство невозможно.

Государственное предпринимательство, как правило, осуществляется в отраслях, где хозяйствование либо противоречит природе частных фирм, либо требует огромных вложений капитала и риска. Государственные предприятия часто доминируют в таких отраслях, как энергетика, черная металлургия, транспорт, связь. Доля государства в ВВП варьируется от страны к стране и составляет от 12 до 60%. В России, например, доля государственного сектора составляет около 20%, а в Беларуси – 50%. Доля государства в экономике может меняться, однако в любом случае ясно, что она должна складываться естественно с учетом не только экономической, но и социальной эффективности.

Шестая функция – *регулирование экономики*. Государственное экономическое регулирование является естественным элементом управления.

Каковы основные направления регулирования экономики?

- *Воспроизводство добросовестной конкуренции между субъектами рыночной экономики*. Именно государство должно поддерживать конкуренцию на определенном уровне. Дело в том, что со временем «акулы бизнеса» могут съесть мелкую рыбешку, и экономика станет монополистической. Поэтому в Беларуси действует закон «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции».

- *Проведение антициклической стабилизационной политики*. Ее нужно проводить для того, чтобы не допускать наступления кризисов, смягчать спады в объемах производства, но и не допускать «перегрева» экономики.

- *Социальное управление экономикой*, например, установление минимальной заработной платы, определение прожиточного минимума, индексация доходов с учетом инфляции, выдача пособий.

- *Регулирование внешнеэкономических отношений*.

Седьмая функция – обеспечение безопасности страны и граждан. Имеется в виду безопасность продовольственная, энергетическая, технологическая, экологическая, защита прав потребителей и т.д. «Надейся на рынок, скажем, да сам не плошай».

Управление экономикой реализуется преимущественно посредством планирования, прогнозирования и программирования.

Методы планирования. В планировании используются множество разнообразных методов. Рассмотрим некоторые из них.

Программно-целевой метод предполагает разработку *целевых комплексных программ*. Это документы, в которых отражаются цели планирования и комплекс научно-исследовательских, производственных, социальных и других мероприятий, направленных на решение народнохозяйственных проблем, увязанных по ресурсам, исполнителям и срокам осуществления.

Балансовый – означает увязку общественных потребностей и производства продукции, обеспечение пропорциональности в развитии различных отраслей, производств, территорий, соответствия между материально-вещественными и финансовыми потоками. Он реализуется путем разработки системы балансов, включая материальные, финансовые и трудовые балансы.

Нормативный – состоит в экономическом обосновании планов и программ с использованием норм и нормативов. *Нормы* – это показатели расхода ресурсов, например, сырья, топлива, материалов на производство единицы продукции. *Нормативы* – это показатели, характеризующие эффективность использования ресурсов продукции. К ним относятся, например, нормативы рентабельности, отчисления от прибыли в бюджет, налоговые ставки.

9.2. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА ГОСУДАРСТВА

Финансы и их функции. Сам термин «финансы» происходит от латинского слова «financia», что значит платеж, доход. Впервые в этом значении финансы стали использоваться в XIII–XV вв. в Италии. В дальнейшем этот термин получил международное признание и сейчас используется для обозначения отношений, связанных с формированием, распределением и использованием денежных фондов.

Под **финансовыми отношениями** подразумевают шесть видов отношений, которые возникают между:

- *предприятиями* по поводу платежных обязательств поставщиков и покупателей, штрафных санкций за их нарушение и т.д.;
- *государством и предприятиями*, охватывающие платежи в государственный бюджет, отчисления в различные фонды и организации;
- *предприятиями и банками* в связи с получением и возвратом кредитных средств;
- *предприятием и его структурными подразделениями и работниками* по поводу оплаты труда;
- *органами государственного управления* различных уровней по поводу финансирования экономических и социальных программ и т.д.;
- *государством и населением* по поводу получения выплат и льгот из общественных фондов потребления и т.д.

На основе сказанного уже можно определить объем категории «финансы». **Финансы** – это отношения по поводу формирования, распределения и использования денежных фондов.

Объектом финансовых отношений, например, являются чистый доход, амортизационные отчисления, налоговые платежи, финансовые резервы и т.д.

Финансы выполняют четыре основные функции: распределительную, контролируемую, фискальную и управляющую.

Распределительная функция состоит в том, что финансы опосредуют распределение и перераспределение ВВП. Реализация этой функции позволяет формировать денежные фонды домашних хозяйств, фирм и населения.

Контролирующую функцию осуществляют: органы государственной власти и управления (министерство финансов, налоговые инспекции); финансовые службы фирм, организаций и учреждений; аудиторские фирмы и т.д.

Фискальная функция состоит в формировании дохода государства.

Управляющая функция заключается в том, что финансы – один из основных инструментов управления экономикой. Эту функцию, прежде всего, выполняют государственные финансы.

Структура финансовой системы. Финансовую систему образуют финансовые отношения между различными субъектами хозяйствования и соответствующие им учреждения.

Различают финансовые учреждения в узком и в широком смысле этого слова. К финансовым учреждениям в узком смысле относятся национальные и коммерческие банки, финансово-кредитные учреждения и финансовые небанковские посредники. В их число в широком смысле включают и финансовый аппарат: министерства финансов, отраслевых министерств, ведомств и фирм.

Финансовая система включает в себя следующие звенья:

- государственный бюджет и местные бюджеты;
- фонды социального, имущественного и личного страхования;
- валютные резервы государства;
- денежные средства фирм, учреждений и организаций и т.д.

Финансовая система состоит из централизованных (государственных) и децентрализованных финансов.

Централизованные финансы включают бюджеты различных уровней государственной власти и внебюджетные фонды. Во внебюджетные фонды включают фонды пенсионный, социального страхования, государственный фонд занятости, фонды обязательного медицинского страхования, кредитные средства.

Под **децентрализованными** финансами подразумевают:

- финансы предприятий — фонд накопления, амортизационные отчисления, фонд потребления и фонд резервов;
- финансы отраслей, организаций и учреждений;
- семейные бюджеты.

Государственный бюджет. В системе государственных финансов особое место занимает государственный бюджет. Правительство использует его как инструмент перераспределения национального дохода и управления экономикой.

Государственный бюджет, его функции и структура. *Бюджет* (от французского «бужетт» – кожаная сумка, мешок) – это фонд финансовых ресурсов, который формируется на определенный период времени и существует в виде баланса денежных доходов и расходов страны, региона, или отдельной организации.

Госбюджет – один из главных инструментов финансовой политики государства. Он, как правило, используется для преодоления кризисных явлений в экономике, снижения инфляции, проведения социальной политики. По внешней форме *госбюджет* представляет собой ежегодно составляемую смету доходов и расходов государства, его основной финансовый план. Сущность бюджета наиболее полно проявляется в четырех его основных функциях.

Перераспределение национального дохода. Через госбюджет происходит перераспределение более половины национального дохода и около 75% денежных средств.

Осуществление социальной политики, направленной на реализацию принципов социальной справедливости.

Обеспечение внутренней и внешней безопасности страны.

Содержание аппарата государственного управления.

Структура бюджета определяется государственным устройством. В унитарных государствах, в Беларуси например, консолидированный бюджет включает республиканский бюджет и местные бюджеты (рис. 17.1). Система местных бюджетов соответствует административно-территориальному делению страны.

Среди бюджетов разных уровней ведущую роль играет центральный бюджет, в котором аккумулируется значительная часть финансовых ресурсов государства.

Организацией работы по формированию и исполнению государственного бюджета, как правило, занимается Министерство финансов. Рассмотрение и утверждение бюджетов входит в основные функции законодательной ветви государственной власти. Бюджет государства составляется на один год. В некоторых странах бюджетный и календарный годы не совпадают. В Великобритании, Японии, Канаде, например, он начинается с 1 апреля, а в США — с 1 октября.

Государственный бюджет состоит из доходной и расходной частей.

Как формируются доходы государственного бюджета? Доходы государственного бюджета в количественном выражении представляют собой долю государства в валовом внутреннем продукте (ВВП). В Беларуси, например, в 2006 году доходы консолидированного бюджета, где суммируются республиканский и местные бюджеты, составили 47,6% от ВВП.



Рис. 9.1. Бюджетная система Республики Беларусь

В табл. 9.1 представлена примерная структура доходов госбюджета Республики Беларусь.

Табл. 9.1. Примерная структура доходов республиканского бюджета Республики Беларусь

№	Вид доходов
1.	Налоговые доходы: на доходы и прибыль; на фонд заработной платы; на товары и услуги; от внешнеэкономической деятельности и т.д.
2.	Взносы на государственное социальное страхование
3.	Неналоговые доходы: от использования госимущества; предпринимательской и иной деятельности; административные штрафы.
	Всего

Основным источником поступления доходов являются налоговые поступления. При этом большая часть доходов приходится на налог на добавленную стоимость (НДС), на прибыль и акцизы, от внешнеэкономической деятельности. Большую роль в формировании доходов также играют и взносы на государственное социальное страхование.

На что идут деньги из государственного бюджета? Ответ на поставленный вопрос дает примерная структура расходов в Республике Беларусь (табл. 9.2).

Табл. 9.2. Примерная структура расходов республиканского бюджета Республики Беларусь

№	Виды расходов
1.	Общегосударственные расходы
2.	Национальная оборона
3.	Правоохранительная деятельность и обеспечение безопасности
4.	Национальная экономика
5.	Охрана окружающей среды
6.	Жилищные и коммунальные услуги
7.	Здравоохранение
8.	Физическая культура, спорт, культура и средства массовой информации
9.	Образование
10.	Социальная политика
	Всего

Больше всего бюджетных средств в Беларуси затрачивается на содержание и развитие социальной сферы, проведение сильной социальной политики. Это затраты на пенсионное обеспечение, социальную защиту и помощь, проведение молодежной политики, содержание государственного фонда содействия занятости и фонда социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь и т.д.

Структура расходов в госбюджете имеет свои особенности, однако везде действуют тенденция к возрастанию доли расходов государства в ВВП. На существование такой тенденции обратил внимание немецкий экономист А. Вагнер еще в XIX веке. По его мнению, в национальной экономике действует «закон возрастающей государственной активности», по которому государственные расходы промышленно развитых стран должны расти быстрее объемов национального производства и дохода. Имеются в виду, прежде всего, инвестиции в человека. Для обоснования этой тенденции он приводил целый ряд доводов.

Во-первых, развитие экономики сопровождается трениями и конфликтами между субъектами хозяйствования. Поэтому государство должно увеличивать средства на содержание судов, оказание юридической помощи населению, т.е. создавать и поддерживать условия эффективного развития экономики.

Во-вторых, появление новой техники и технологий требуют больших инвестиций. Они могут быть обеспечены только акционерными обществами и государственными корпорациями. Новые технологии приводят к образованию монополий, что также обуславливает возрастание роли затрат государства. По мере развития экономики государство будет все больше тратить средств на образование и здравоохранение.

А теперь поговорим о налогах вообще и о налоговой системе страны. Без налогов, как об этом знает каждый из нас, не будет и государства.

9.3. «ЗАПЛАТИ НАЛОГИ И ...»

Для выполнения возложенных на государство функций требуются не просто деньги, а большие деньги. Поэтому нужны и налоги. Вопрос лишь в том, какие они должны быть по величине и по виду.

Налоги и их функции. Принципы налогообложения. *Налоги* – это обязательные платежи физических и юридических лиц в доход государства. Они выполняют четыре важнейшие функции: фискальную, управляющую, социальную и контролирующую.

Фискальная функция состоит в том, что налоги являются источником поступлений денег в казну государства с целью финансирования расходов.

Управляющая функция налогов реализуется через систему дифференцируемых налоговых льгот. С помощью налогов можно либо стимулировать, либо сдерживать развитие отраслей народного хозяйства и видов деятельности.

Социальная функция налога предполагает перераспределение доходов от богатых к бедным. Государство, например, устанавливая льготы на благотворительную деятельность предпринимателей, привлекает их к решению социальных задач. Перераспределение доходов осуществляется и посредством дифференцированного налогообложения.

Финансисты выделяют и **контролирующую** функцию налогов. Ее смысл состоит в том, чтобы количественно отразить налоговые поступления и сопоставить их с потребностями государства в финансовых средствах. Она позволяет также оценить эффективность налогового механизма, контролировать движение финансовых ресурсов, вносить коррективы в налоговую систему и политику.

Совокупность налогов, принципов и методов их построения и взимания образует *налоговую систему* государства.

В большинстве стран используется двухзвенная налоговая система, в том числе и в Беларуси. В соответствии с такой системой налоги подразделяются на общегосударственные и местные. Однако, например, в России, Германии, США, функционирует трехзвенная система налогов, где выделяют общегосударственные, региональные и местные налоги.

Каковы современные **принципы налогообложения?**

Социальная справедливость. В теории налогообложения выделяют *горизонтальную и вертикальную справедливость*. В первом случае предполагается, что налогоплательщики в равном экономическом положении должны уплачивать и одинаковые налоги. Во втором – налогоплательщики, находящиеся в неравных условиях, должны уплачивать и различные налоги.

Всеобщность означает охват налогами всех физических и юридических лиц, располагающих доходами, имуществом.

Обязательность – все лица, облагаемые налогами, обязаны уплачивать их в срок и в полной мере.

Однократность, или «не стричь одну овцу дважды». Не брать с объекта налогообложения более одного раза.

Простота и доступность для восприятия налогоплательщика.

Система налогообложения состоит из ряда элементов. Каковы они?

Субъект налога – плательщик налога, например, предприниматель.

Носитель налога – лицо, фактически уплачивающее налог. Выделение этого элемента связано с тем, что иногда бремя налога перекладывается с субъекта налогообложения на покупателя продукции через механизм цен, например, при уплате налога на добавленную стоимость.

Объект налога – это любое благо, с которого взимается налог. Объектами налогообложения, например, являются прибыль, имущество, добавленная стоимость и т.д.

Источник налога – это доход субъекта налогообложения, за счет которого уплачивается налог, например, прибыль, заработная плата, рента.

Единица налогообложения – единица измерения величины налога, например, рубли, метры, гектары.

Ставка налога – величина налога на единицу обложения объекта.

Какие бывают налоги? Каких только налогов не знает история мировой экономики! В Византийской империи, например, существовали налоги на оружие для солдат, на взвешивание продуктов. В России изобретательность чиновников тоже была через край. Достаточно вспомнить налог на дым, в результате чего часть населения топила избы «по-черному». При Петре I был налог на бороду.

Теперь попытаемся как-то упорядочить многообразие налогов и классифицировать их по определенным признакам.

По величине процентной ставки налоги подразделяются на прогрессивные, пропорциональные и регрессивные.

При прогрессивном налоге, чем больше доход плательщика, тем выше процентная ставка налоговых отчислений. По прогрессивной шкале устанавливается подоходный налог в многих странах, например, в Швеции, Голландии, Дании, Германии.

При пропорциональном налоге устанавливается единая налоговая ставка независимо от величины дохода. В Беларуси и в России, например, ставка подоходного налога составляет 13%.

Есть еще и **регрессивная налоговая ставка**. Она фактически тем меньше, чем выше доход. «Неужели и такое возможно?» – спросите Вы. Бывает, к сожалению, и так. Примерами регрессивных налогов являются все косвенные налоги, которые фактически уплачиваются покупателями. О них разговор еще впереди. Такие налоги устанавливаются как фиксированный процент от цены. Свообразие таких налогов состоит в следующем. С одной стороны, они пропорциональны цене товара. Но с другой – они регрессивны, поскольку оплачивает их покупатель из своих доходов. Объясним сказанное на примере. Пусть, допустим, граждане Иванов и Адамович решили приобрести по кофемолке за 100 руб. каждую. В ее цену включим косвенный налог в 20% или 20 руб. Для Иванова с его месячным доходом в 400 руб. такая сумма составит 5% дохода, а для Адамовича с доходом в 2000 руб. – 1%.

Таким образом, при регрессивном налоге и, в меньшей мере, при пропорциональном большую часть налогов уплачивают мало – и среднеобеспеченные налогоплательщики, а при прогрессивном – значительная тяжесть налогового бремени ложится на наиболее обеспеченные семьи.

Величина прогрессивного налога тоже имеет свой предел. Во всем, ясное дело, надо знать меру. Но какова она, эта мера? Американский экономист А. Лаффер пришел к выводу, что величина ставки подоходного налога не должна превышать 50%. Но в Нидерландах она – 60%, в Дании – 58, Швеции – 56. Нельзя, следовательно,

“стричь всех под одну гребенку”. Предельная величина ставки подоходного налога зависит от многих факторов: состояния экономики, ее социальной ориентации, традиций и т.д. Величина налогового бремени, очевидно, не должна расти быстрее величины располагаемого дохода плательщика налога.

По объекту обложения выделяют налоги прямые и косвенные. *Прямые налоги* – это налоги на доходы физических и юридических лиц или на объекты имущества. В этом случае лицо, чей доход или имущество облагается налогом, и лицо, уплачивающее налог, совпадают. Прямые налоги обладают рядом достоинств. Во-первых, они выплачиваются из дохода и, следовательно, более справедливы. Во-вторых, здесь четко обозначен круг плательщиков, каждый из которых знает, когда и какую сумму должен уплатить. Примерами прямых налогов являются налог на прибыль, подоходный налог с физических лиц, поимущественные налоги.

Налогом на прибыль облагается чистая прибыль юридических лиц. Он взимается по пропорциональным ставкам, которые, как правило, дифференцируются в зависимости от объекта налогообложения с учетом специфики отрасли. Существуют также налоговые льготы, скидки.

Подоходным налогом с физических лиц (личным подоходным налогом) облагается совокупный доход плательщика за исключением разрешенных законом вычетов и налоговых льгот. Он, как об этом уже было сказано, в основном бывает прогрессивным, хотя в отдельных случаях возможно пропорциональное и даже регрессивное налогообложение. При этом выделяется *налогооблагаемый минимум*, а затем ставка налога начинает повышаться по мере роста дохода.

Поимущественными налогами облагается движимое и недвижимое имущество, например, земля, строения, ценные бумаги.

Косвенные налоги – это налоги, которые включаются в цену товара или услуги, увеличивая ее. Такие налоги перечисляются в налоговые органы предприятиями, фирмами, а фактически их оплачивает покупатель. К косвенным налогам относят налог на добавленную стоимость (НДС), налог с продаж, акцизы, таможенные пошлины.

НДС впервые появился в 50-е годы XX века. Этот налог введен во многих странах, в т.ч. и в Беларуси. При этом могут быть использованы одна или несколько ставок налога в зависимости от специфики отрасли. Каковы достоинства НДС? Во-первых, он взимается с широкого круга плательщиков, так как им облагаются практически все отрасли и виды экономической деятельности. Во-вторых, этот налог просто рассчитывается и взимается. И в-третьих, он обеспечивает надежные и устойчивые поступления в госбюджет.

Налог с продаж существует далеко не во всех странах. *Акцизные налоги* взимаются с отдельных видов товаров, работ, услуг, которые имеют монопольно высокие цены и устойчивый спрос. Они устанавливаются, например, на вино, водку, сигареты, меховые и ювелирные изделия. Плательщиками таких налогов являются субъекты хозяйствования. Объектом налогообложения является выручка, полученная от реализации произведенной продукции. Ставки дифференцируются по видам товаров. Этими налогами облагаются только товары, реализуемые на внутреннем рынке.

Таможенные пошлины взимаются с перевозимых через границу товаров по ставкам, предусмотренным таможенными тарифами. Различают импортные, экспортные и транзитные пошлины. Их величина определяется либо в процентах к таможенной стоимости товаров, либо в абсолютном размере.

По сфере распространения различают общегосударственные (республиканские) и местные налоги. *К республиканским* налогам относят налоги, поступающие в госбюджет и формирующие его на 90%, например, большая часть НДС, на прибыль и на доходы, таможенные пошлины. *К местным* налогам относятся налоги, поступающие в местные бюджеты.

По использованию поступающих средств выделяют общие и специфические (специальные) налоги. *Общие налоги* по использованию не имеют конкретного назначения. Они идут на финансирование капитальных и текущих затрат как государственного, так и местного бюджетов. *Специальные налоги* предназначены для использования строго в определенных целях. К ним же относят и экологический налог. Этот налог, например, взимается с предприятий за объем добычи природных ресурсов и выбросов в окружающую среду загрязняющих веществ. Такой налог дифференцируется в зависимости от превышения объемов добычи и выбросов сверх установленных лимитов и может взиматься в 3–5 кратном размере.

По объектам обложения выделяют налоги на имущество, ресурсы, доход или прибыль, налоги на действие.

В Республике Беларусь налоги и другие обязательные платежи по функциям и источникам можно объединить в следующие группы:

Налоги и сборы, уплачиваемые из выручки от реализации продукции (работ, услуг): НДС; акцизы; сбор в республиканский фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки; местные налоги и сборы (налог на продажу товаров в розничной торговой сети, сборы за услуги).

Налоги на прибыль и доходы: подоходный налог; налог на прибыль; налог на дивиденды и приравненные к ним доходы; налоги на доходы иностранных юридических лиц, не осуществляющих свою деятельность в Республике Беларусь через постоянное представительство; налоги на доходы, полученные в отдельных сферах деятельности (налог на игровой бизнес, налог на доходы от осуществления лотерейной деятельности).

Налог на недвижимость.

Налоги и сборы, уплачиваемые за счет прибыли, остающейся в распоряжении плательщиков: налог на приобретение автотранспортных средств, местные налоги и сборы (целевые сборы, налог на рекламу).

Налоги на сборы, относимые на себестоимость продукции: чрезвычайный налог и отчисления в государственный фонд содействия занятости, уплачиваемый единым платежом; земельный налог; экологический налог; плата за проезд по автомобильной дороге Брест – Минск – граница Российской Федерации; плата за размещение отходов производства и потребления в окружающей среде.

Упрощенные системы налогообложения: единый налог с производителей сельскохозяйственной продукции; единый налог с индивидуальных предпринимателей; упрощенная система налогообложения для субъектов малого предпринимательства.

Значительную роль в Республике Беларусь играют косвенные налоги, обеспечивающие более половины поступлений в госбюджет. НДС, например, является бюджетообразующим налогом и формирует около четверти доходов консолидированного бюджета страны.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Государственное регулирование и управление. Финансы. Государственный бюджет. Налоги. Прогрессивные, регрессивные и пропорциональные налоговые ставки. Прямые и косвенные налоги. Республиканские и местные налоги.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Какие экономические функции в социально ориентированной экономике выполняет государство?
2. Между какими субъектами хозяйствования возникают финансовые отношения?

3. Чем консолидированный бюджет отличается от местных бюджетов?
4. Какие функции выполняет государственный бюджет?
5. Чем государственный долг отличается от бюджетного дефицита?
6. Какие функции выполняют налоги?
7. Каковы современные принципы налогообложения?
8. Из каких элементов складывается система налогообложения?
9. Чем прямые налоги отличаются от косвенных?

ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Понятие “финансовые отношения” по сравнению с понятием “денежные отношения”:

- а) больше по объему, т.е. включает понятие “денежные отношения”;
- б) меньше по объему, т.е. входит в объем понятия “денежные отношения”;
- в) равно по объему понятию «денежные отношения»;
- г) эти понятия не пересекаются.

2. Госбюджет – это:

- а) централизованный фонд страны;
- б) кредитный фонд страны;
- в) финансовый план доходов и расходов государства;
- г) система денежных отношений между государством и хозяйствующими субъектами.

3. Если абсолютные величины дохода и подоходного налога возрастают одинаковыми темпами, то налоговая ставка:

- а) прогрессивная; б) пропорциональная; в) регрессивная.

4. Косвенными налогами являются налоги на:

- а) добавленную стоимость; б) прибыль; в) объем продаж; г) землю.

РЕШИМ ЗАДАЧУ

По данным таблицы (в трлн. руб.) определите величину дефицита консолидированного бюджета.

Бюджет	Доходы	Расходы
Республиканский	24	25
Местные	20	20,5

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

КАКИЕ НАЛОГИ ПРЯМЫЕ, А КАКИЕ КОСВЕННЫЕ

– Скажи, дорогой, – спрашивает жена мужа, налогового инспектора, – какая разница между прямым и косвенным налогом?

– Прямой налог – это когда ты залезаешь в мои карманы, в то время, когда я сплю. А косвенный – когда ты экономишь на нашем питании, чтобы купить себе шубу.

ШВЕДСКАЯ МОДЕЛЬ ДЛЯ ЭФИОПИИ

Правитель Эфиопии Негус, а это было в 30-годы прошлого века, пригласил к себе известного американского экономиста и попросил помочь наладить развалившуюся экономику страны. Экономист посоветовал использовать хорошо известный опыт Швеции. Однако Негус остроумно отклонил его предложение. Он сказал:

– Идея ваша хороша, но где я возьму столько шведов в Эфиопии?

Раздел IV ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

ТЕМА 10. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

10.1. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЕЕ ПРИЗНАКИ И ВИДЫ

Иногда говорят, что «реклама – двигатель торговли». Но верно и другое выражение: «предприниматель – двигатель рыночной экономики». Без его энергии рыночная экономика не смогла бы развиваться. Что собой представляет его деятельность?

Модель, признаки и схема поведения предпринимателя. Модель предпринимателя включает цель экономического поведения и средства ее достижения. При этом будем исходить из предположения о том, что предприниматель не только организует производство какой-либо продукции, но и продает ее.

Цель предпринимателя состоит в получении максимально возможной экономической выгоды, как правило, прибыли. Для достижения цели предприниматель должен удачно ответить на следующие вопросы: *что* производить? *Как* производить? *В каком количестве?* *Для кого?* *По какой цене* продавать?

Главная фигура на поле рыночной экономики – платежеспособный покупатель. Но кто предоставляет ему продукты, одежду, персональные компьютеры и многое другое? Все это входит в обязанности предпринимателей, которые за определенную плату, разумеется, занимаются организацией производства и доставкой различных товаров для покупателей.

Предпринимательской деятельностью может заниматься отдельный человек, группа граждан и государство. Объектами же хозяйственной деятельности являются использование ресурсов, продукция, издержки и доходы.

Признаки предпринимательской деятельности. Под *предпринимательской деятельностью* подразумевают инициативную, самостоятельную деятельность граждан по организации производства и доставки потребителю товара с целью получения прибыли.

Предпринимателем может стать далеко не каждый, хотя возможность получать большие доходы притягивает многих. Такие люди составляют 5–12% экономически активного населения. Что отличает предпринимателей от других людей?

Прежде всего, отметим такой признак предпринимательства, как **риск**. Не зря ведь в народе говорят: «Кто не рискует, тот не пьет шампанское». Но есть и вероятность оказаться у разбитого корыта из-за конкуренции. Что такое риск? *Это вероятность убытков по сравнению с запланированным доходом.* Вместо бублика можно получить и дырку от бублика. Предприниматель рискует потерять не только капитал, вложенный в экономику, но и личное имущество, например, квартиру, автомобиль, земельный участок. Всякий ли способен на это?

Риски классифицируются по-разному:

- по источнику возникновения – хозяйственные просчеты, природные катаклизмы, плановый, коммерческий;
- по причине возникновения – неопределенность будущего, непредсказуемость поведения партнеров, недостаток информации и т.д.

В оценке степени риска велика роль интуиции, основанной на опыте предпринимателя. Интуиция, естественно, может и подвести, поэтому она должна дополняться соответствующими расчетами.

Каждый предприниматель, понятное дело, стремится свести риск до минимума. При этом используются следующие способы:

- диверсификация продукции. Продавать, например, не только пальто, но и шарфы, перчатки;
- страхование рисков;
- создание резервных фондов или самострахование.

Все меры, конечно, могут минимизировать риски, однако свести их к нулю все равно не удастся.

Второй признак – высокая степень **самостоятельности**. В самом деле, предприниматель сам ищет вид хозяйственной деятельности. Более того, во многих случаях он создает рабочие места, предоставляет возможность другим людям получать заработную плату.

Предприниматель должен проявлять также **инициативу**, стараясь опередить соперника. Он постоянно ведет **активный поиск** новых форм хозяйствования, широко применяет инновации (нововведения).

Под предпринимательской деятельностью, по мнению известных экономистов А. Маршалла (1842–1924) и Й. Шумпетера (1883–1950), подразумевается новаторская деятельность, направленная на поиск и внедрение новых технологий, форм организации труда и производства, новых рынков и путей удовлетворения потребностей покупателей.

Схема предпринимательской деятельности достаточно проста. Предприниматель – слуга двух господ. С одной стороны, он за определенную плату предоставляет товар потребителю и выступает в роли продавца. Но с другой — с этой целью он приобретает и использует соответствующие факторы предпринимательской деятельности, то есть выступает в роли покупателя (рис. 10.1).



Рис. 10.1. Схема предпринимательской деятельности

Мало решить «буду предпринимателем», надо еще выбрать сферу предпринимательской деятельности. Каков же выбор? Куда направить энергию?

Виды предпринимательской деятельности. Количество видов предпринимательской деятельности велико. Их можно классифицировать по различным критериям:

- *по направленности деятельности:* производственная, коммерческая, финансовая, инновационная;
- *по содержанию функциональной ориентации предпринимателей:* управление производством, финансирование, посредническая и консультационная деятельность;
- *по числу видов деятельности:* однопрофильная и многопрофильная;
- *по сложности видов деятельности:* не требующие и требующие специальных знаний, основанные на высоких технологиях;

- *по отраслевым направлениям деятельности:* промышленное предпринимательство, агропромышленное, сельскохозяйственное, в строительстве и в других отраслях народного хозяйства.

Самое, пожалуй, сложное занятие для предпринимателя – деятельность в **сфере производства**. *Главная функция такого предпринимателя* – организация производства. *Факторами предпринимательской деятельности* в этом случае являются работники, производительный капитал и природные ресурсы. *Прибыль* же рассчитывается как разница между рыночной ценой единицы продукции и стоимостью затраченных на производство и реализацию продукции факторов производства.

Проще «сколотить» капитал, занимаясь **коммерцией, или торговлей**. *Основная функция предпринимателя-коммерсанта* – реализация готовой продукции. Она же является фактором предпринимательской деятельности. Коммерсанту нужно иметь продукцию, которая заинтересовала бы покупателя. Его *прибыль* рассчитывается как разница между ценой продажи и ценой покупки. Ясно, что себе в убыток никто торговать не захочет.

Весьма популярно и **финансовое предпринимательство**. В ходу такое выражение: «*Финансы – кровь рыночной экономики*». При этом под финансовым предпринимательством будем подразумевать не только экономические отношения по поводу купли-продажи на денежном рынке, но и – ценных бумаг, например, акций. *Функция такого предпринимательства* – оказание финансовых услуг. В качестве факторов предпринимательской деятельности здесь выступают деньги и ценные бумаги. *Прибыль* же определяется как разница между ценами продажи и покупки денег или ценных бумаг.

Важную роль в рыночной экономике играет **посредническая деятельность**. Основная функция предпринимателя-посредника – соединение покупателя с продавцом продукции. Главным фактором посредника является *экономическая информация*. Недаром говорят: «Кто владеет информацией, тот владеет миром». За информацию, понятное дело, надо платить. Величина дохода посредника определяется как процент от стоимости сделки.

Отметим также **страховое предпринимательство**. Его функция – возмещение ущерба. Что только не страхуется в наши дни! Платили бы деньги. Объектами страхования могут быть имущество, вклады в банках, здоровье, жизнь и т.д. Прибыль в этой сфере предпринимательства образуется как разница между страховыми взносами и величиной выплат страховки.

В наше дни бурно развиваются и другие виды предпринимательства: инновационное, инжиниринг (оказание инженерных услуг), консалтинг и т.п. (рис 10.2).

Но «нельзя, – как говорил Козьма Прутков, – объять необъятное». Поэтому мы в дальнейшем остановимся, главным образом, на предпринимательстве в сфере производства, исходном пункте предпринимательства вообще. В самом деле, если продукция не произведена, то нечего будет и продавать, не о чем сообщать информацию покупателям.



Рис. 10.2. Виды предпринимательской деятельности

После того, как выбор сделан, перед предпринимателем встает вопрос: создавать ли при этом предприятие или нет? «Челноком» много не заработаешь, да и всю жизнь этим заниматься не интересно. Поэтому ответим на вопрос о субъектах и формах предпринимательской деятельности.

10.2. СУБЪЕКТЫ И ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Субъектами предпринимательства могут быть как физические, так и юридические лица. Под физическими лицами подразумеваются граждане Беларуси, прежде всего, иностранные граждане и лица без гражданства, а также лица с двойным гражданством.

Юридическими лицами признаются организации, которые обладают обособленным имуществом, могут от своего имени приобретать имущественные и личные неимущественные права, но и нести соответствующие обязанности, быть истцами и ответчиками в суде, арбитраже или третейском суде.

Для юридического лица характерны следующие признаки:

- организационное единство, которое подтверждается наличием устава и государственной регистрации юридического лица;
- имущественная обособленность, которая подтверждается наличием самостоятельного баланса; участие в гражданско-правовых отношениях от своего имени, что обуславливает самостоятельную гражданско-правовую ответственность и дает возможность быть истцом и ответчиком в суде.

Формы предпринимательской деятельности разнообразны. Из статьи 1 Закона о предпринимательстве следует, что предпринимательская деятельность может осуществляться в виде индивидуальной трудовой деятельности, а также в различных организационно-правовых формах предприятий (юридических лиц). Различают следующие формы предпринимательской деятельности:

- частную, осуществляемую физическим или юридическим лицом (предприятием) на основе собственного имущества и различных форм привлечения собственности других физических и юридических лиц;

- коллективную, осуществляемую на основе собственности группы граждан и различных форм привлечения имущества других физических и юридических лиц;
- контрактную, осуществляемую руководителем предприятия, если он на основе контракта с собственником имущества или уполномоченным им лицом (органом) наделен правами и обязанностями и несет ответственность, установленную для предпринимателя. Руководитель-предприниматель регистрируется в таком же порядке, как и любой гражданин-предприниматель, несет ответственность как гражданин-предприниматель.

Предпринимательство в малом бизнесе может осуществляться:

- без образования юридического лица;
- с образованием юридического лица;
- без использования наемного труда;
- с использованием наемного труда.

В соответствии с формами собственности в малом бизнесе могут действовать следующие предприятия: государственные, муниципальные, коллективные, частные, совместные, смешанные, иностранные.

10.3. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Предпринимательская деятельность вряд ли может быть эффективной, если предприниматель не знает правила игры под названием предпринимательство. Эти правила задаются государством в виде кодексов, законов, соответствующих правительственных постановлений и т.д. и т.п. С одной стороны, таким образом, предпринимателям предоставляются определенные права. С другой стороны, их деятельность ограничивается и соответствующими обязанностями.

Права предпринимателей. Основные права предпринимателей закреплены в Конституции Республики Беларусь. К ним относятся: право на осуществление хозяйственной и иной деятельности, на свободное использование способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом экономической деятельности и т.д. Комплекс же *прав* субъектов предпринимательской деятельности закреплен в ст. 6 закона «О предпринимательстве в Республике Беларусь»:

- заниматься хозяйственной деятельностью и создавать предприятия;
- привлекать имущество, денежные и иные средства других граждан, предприятий и организаций;
- формировать программу хозяйственной деятельности, выбирать поставщиков и потребителей своей продукции, устанавливать цены и тарифы на продукцию (работы, услуги);
- нанимать и увольнять работников в соответствии с действующим законодательством и трудовым договором (контрактом);
- устанавливать формы, системы оплаты труда и другие виды доходов лиц, работающих по найму;
- открывать счета в банках для хранения денежных средств, осуществления всех видов расчетных, кредитных и кассовых операций и т.д.

Права предпринимателей составляют лицевую сторону медали предпринимательской деятельности. Обратной ее стороной являются обязанности предпринимателя. Что они собой представляют?

Обязанности предпринимателей. Права предпринимателей неразрывно связаны с их обязанностями перед обществом и республикой, а также перед наемными работниками и хозяйственными партнерами. Предприниматель обязан:

- выполнять возложенные на него обязательства по договорам (контрактам);
- заключать договоры (контракты) с гражданами, принимаемыми на работу по найму, а также в необходимых случаях — коллективные договоры;
- предусматривать оплату труда работников не ниже установленного минимального уровня, а также другие социально-экономические гарантии;
- уплачивать взносы в государственный фонд социального страхования;
- принимать меры по обеспечению экологической безопасности, охраны труда, техники безопасности, производственной гигиены и санитарии;
- производить расчеты с работниками, независимо от своего финансового состояния и т.д.

Мало, однако, знать права и обязанности. Предпринимателю так же важно иметь определенные гарантии и поддержку со стороны государства.

10.4. ГАРАНТИИ И ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Гарантии предпринимательской деятельности в Республике Беларусь следующие:

- право граждан и юридических лиц заниматься предпринимательской деятельностью, создавать предприятия и приобретать необходимое для этой деятельности имущество;
- защита прав и интересов предпринимателей, действующих в соответствии с законодательством и договорами;
- научно-техническая, правовая поддержка предпринимательской деятельности;
- страхование предпринимательского риска;
- запрет вмешательства собственника и любого третьего лица в деятельность предпринимателя после заключений с ним контракта (договора), кроме случаев, предусмотренных в контракте (договоре).

Для повышения эффективности и широкого распространения предпринимательской деятельности государство создает информационные, консультативные, исследовательские и другие центры, инновационные и другие фонды, оказывая тем самым помощь в становлении этого сектора экономики.

Поддержка предпринимательства предполагает решение следующих задач:

- создание условий для быстрого вхождения субъектов малого бизнеса в рыночную экономику;
- обеспечение предпосылок для роста частного сектора в экономике;
- привлечения предпринимателей к решению актуальных социальных, политических и экономических проблем государства.

Законодательной базой для развития малого и среднего бизнеса в республике служат законы о предпринимательстве, о банках и банковской деятельности, о противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции, об акционерных обществах, о ценных бумагах и фондовой бирже, о товарных биржах, об иностранных инвестициях, о залоге, а также положения Земельного, Хозяйственного (процессуального), Таможенного кодексов. Уже действуют Гражданский, Хозяйственный (коммерческий), Административный и Налоговый кодексы. Приняты законы «Об аудиторской деятельности», «О векселях».

Поддержка предпринимательства. В настоящее время в Беларуси действует Государственная программа поддержки и развития предпринимательства и принят соответствующий Закон. Она предусматривает ряд мер по координации взаимодействия органов государственного управления и предпринимателей, расширению кредитно-финансовой,

инвестиционной, информационной, кадровой и иной государственной поддержки предпринимательства. В качестве приоритетной в программе признана задача развития мелкого и среднего предпринимательства в сфере производства товаров и услуг.

С целью поддержки предпринимательства в органах государственного управления (Министерство экономики, Антимонопольный комитет, органы местного самоуправления) созданы и функционируют специальные структурные подразделения, способствующие развитию предпринимательской деятельности.

Предприятиями и организациями различных форм собственности формируется система общественных организаций предпринимателей. Наиболее влиятельные из них Белорусская научно-промышленная ассоциация, Белорусский союз предпринимателей и арендаторов, Союз предпринимателей Республики Беларусь, Ассоциация предприятий негосударственных форм собственности. В республике создан инвестиционный фонд, учредителями которого выступили частные фирмы.

Важным шагом для развития предпринимательства в республике явилось создание Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей по следующим направлениям:

- финансирование разработок и реализация программ, связанных с развитием предпринимательской деятельности;
- финансовая поддержка территориальных программ развития предпринимательства;
- установление и развитие взаимовыгодных контактов с аналогичными фондами и организациями зарубежных стран.

При участии республиканского фонда создаются региональные фонды. Они способствуют становлению предпринимательства не только в крупных городах, но и по всей территории Беларуси.

Поддержка малого бизнеса. Одной из форм поддержки малого бизнеса в республике стали *центры поддержки предпринимательства*. Цель их создания – предоставление льготных кредитов, обеспечение гарантий при кредитовании в банках, подготовка кадров, оказание консультационных услуг и содействие в предоставлении материально-технических средств и помещений предпринимателям в период становления их хозяйственной деятельности.

Вмешательство государственных или иных органов либо их должностных лиц в деятельность предпринимателей допускается по установленным законодательством основаниям и в пределах их компетенции. Убытки, причиненные предпринимателю в результате незаконных действий со стороны органов власти, подлежат возмещению этими органами. Споры о возмещении убытков решаются судом.

10.5. ФАКТОРЫ, ТИПЫ И ЭТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Предпринимательскую деятельность, как показывает практика, нужно постоянно совершенствовать, иначе легко оказаться банкротом. Как успешно вести дела, чтобы не оказаться на экономической обочине?

Основные факторы успешной предпринимательской деятельности, по мнению специалистов, таковы:

- планирование роста и расширения бизнеса;
- внедрение инноваций;
- совершенствование менеджмента и маркетинга;
- анализ и извлечение уроков из проблем, ошибок и неудач;
- повышение уровня рентабельности.

Каждому предпринимателю полезно будет познакомиться и с основными заповедями успешного предпринимательства:

- *Найти коммерческую идею.* Если у вас нет товара, то у вас нет ничего.
- *Не бойтесь конкуренции.* Умейте держать удар. Средства против конкурентов: качество, цена, реклама.
- *Качество – это комплекс потребительских свойств.* Потребителю необходимо помочь решить его проблемы.
- *Хороший бизнес-план – основа успеха.* В нем должны быть ответы на вопросы: что продавать? из чего сделать? Сколько это будет стоить? кто это купит? как расширить сбыт?
- *Лучше продать дешевле, чем дороже.*
- *Расскажите о своем товаре покупателю.*
- *Будьте доброжелательны.*
- *Не держите яйца в одной корзине.*
- *Не пейте и не курите. Главный ваш капитал – это вы сами.*

Типы предпринимательства. Предприниматели тоже не все на одно лицо. В экономической литературе выделяют, как правило, пять типов успешного предпринимательства.

Во-первых, особо выделим предпринимателя-новатора. Это человек, группа людей с творческим мышлением, постоянно внедряющие инновации. Они являются носителями научно-технического, экономического и социального прогресса.

Во-вторых, есть и предприниматели-ремесленники. К ним относят предпринимателей, которые начинают свою деятельность с азав. Они занимаются, например, производством такой продукции, технологию которой представляют себе очень хорошо и могут проконтролировать ход всего производственного процесса. Это профессионалы в своем деле, бывшие автослесари, обувщики и т.д. В качестве примера можно привести известного не только в Беларуси, но и далеко за ее пределами, предпринимателя Н. Мартынова, основателя обувного предприятия СООО «Марко» в г. Витебске.

В-третьих, предприниматель-хитрец, как его принято называть в западной экономической литературе. Но точнее считать его способным учеником, поскольку он получает хорошее образование, нанимается на работу к будущему конкуренту, затем становится предпринимателем.

В-четвертых, предприниматель-менеджер. Суть такого типа предпринимателя тоже вполне понятна. Бывший менеджер решает получить большую самостоятельность и заниматься предпринимательством.

В-пятых, предприниматель-наследник, который снимает сливки родительского благосостояния. В высшем-высшем классе США таких большинство, однако, надо сказать, не все из них достаточно профессиональны, подготовлены к ожесточенной конкурентной борьбе и умеют держать удар.

Этика предпринимательства. В основе успешного предпринимательства лежит соответствующая *этика* – система нравственных норм поведения и отношений между предпринимателями, государством, производителями и потребителями. Основные принципы деловой этики следующие: уважение к закону; честность; доверие и социальная ответственность; соблюдение договоров и контрактов. Этический стержень должен пронизывать все три уровня отношений предпринимателя:

- *Отношения с партнерами:* работать на одну идею; деловой подход к родственникам и друзьям.

- *Служебные отношения.* В контракте оговаривать: обязанности работника; размеры и сроки выплаты зарплаты; продолжительность рабочего дня; условия повышения квалификации; отпуск, болезнь.

- *Отношения с клиентами.* Сервис. Увеличивать число клиентов. Не допускать бюрократизма.

Этика, как видим, является важным фактором успешного предпринимательства. Есть даже наука такая, под названием *этическая экономия*.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Предпринимательская деятельность. Схема предпринимательской деятельности. Производственное предпринимательство. Коммерческое предпринимательство. Финансовое предпринимательство. Страхование. Инжиниринг. Консалтинг. Инновационное предпринимательство. Этика предпринимательства.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Какие признаки отличают предпринимательство от других видов деятельности?
2. В чем состоит схема предпринимательской деятельности?
3. Какие гарантии есть предпринимателя?
4. Что входит в обязанности предпринимателя?
5. Каковы основные факторы успешного предпринимательства?
6. Какие типы успешного предпринимательства вы знаете?
7. Каковы основные принципы этики предпринимателя?

РЕШИМ ЗАДАЧУ

Собственный капитал предпринимателя равен 4,5 млн. руб. Кроме того, он взял в ссуду сумму в 1,5 млн. руб. под 10% годовых.

Каким был за год предпринимательский доход, если норма прибыли на капитал составила 15%?

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

КАК ПРОДАВАТЬ ОЧКИ

Владелец оптического магазинчика учит своего сына, как выжимать деньги из покупателей:

Сынок, после того как ты подберешь покупателю очки, и он спросит, сколько они стоят, ответь: «Десять долларов». Затем подожди немного и смотри. Если он не вздрогнет, говори: «Это за оправу. Стекла стоят еще десять долларов». Выжди еще, но поменьше, и если покупатель опять не вздрогнет, добавь: «За каждое».

ТЕМА 11. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

11.1. КАКОЙ ВЫБОР У ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ?

Выбор организационно-правовой формы субъекта хозяйствования является самым ответственным этапом в организации предпринимательства, поскольку именно с него начинается практическое воплощение экономической идеи. Создание фирмы, какие бы товары она ни производила, всегда связано с материальными, финансовыми и трудовыми затратами. Именно здесь закладывается риск или вероятность потерять ресурсы, использованные при создании предприятия. Известно, что в предпринимательской деятельности избежать риска невозможно. Можно лишь один вид риска заменить другим. Правильно выбранная организационно-правовая форма предпринимательской деятельности и способ организации производства позволяют в значительной мере уменьшить риск.

При этом предпринимателю важно ответить на ряд вопросов:

- какие организационные формы являются наилучшими с точки зрения налогообложения?
- где найти финансовые ресурсы для создания фирмы?
- как выгоднее вести дело: с партнерами или в одиночку?
- каково наиболее благоприятное расположение фирмы?

Выбор организационно-правовой формы предприятия зависит от многих факторов, важнейшими из них являются:

- задачи, которые ставятся перед предприятием при его создании;
- размер капитала, которым располагают учредители предприятия;
- ответственность, которую хотели бы взять на себя вкладчики капитала: ограниченная или неограниченная;
- степень участия вкладчика капитала в управлении предприятием;
- величина налоговой нагрузки.

Основными формами предпринимательской деятельности, согласно законодательству Республики Беларусь, являются:

- предпринимательство без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели);
- предпринимательство с образованием юридического лица.

Предприятия могут быть основаны на частной, коллективной, государственной и смешанных формах собственности. В связи с этим выделяют частные, коллективные, государственные, совместные и иностранные предприятия.

Субъектами хозяйствования могут выступать физические и юридические лица. Под *физическими лицами* понимаются граждане страны, иностранные граждане, лица без гражданства и с двойным гражданством.

Юридическим лицом признается организация, которая действует по уставу, имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Имеет органы управления и контроля.

Юридическое лицо должно иметь самостоятельный баланс или смету и собственный расчетный счет. Оно также должно быть внесено в единый государственный регистр (ЕГР) юридических лиц страны регистрации.

Юридические лица, в свою очередь, подразделяются на виды по различным критериям в зависимости от цели, которая ставится при классификации. Таких критериев много. Наиболее значимыми из них являются: собственность, на основе которой юридическое лицо образовано; права учредителей (участников, членов) юридического лица на его имущество; цель деятельности; состав учредителей; способ образования; состав учредительных документов; характер участия учредителей в деятельности юридического лица; обязанности участников (членов) участвовать своим трудом в деятельности юридического лица.

По признаку рыночности в современной экономике выделяют некоммерческие и коммерческие организации. *Некоммерческие организации* образуются для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей. При этом, как правило, преследуют социальные, благотворительные, культурные, образовательные и иные общественно полезные цели. К ним относят потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации (объединения), фонды, учреждения, объединения юридических лиц (ассоциации и союзы).

Коммерческими организациями считаются такие, в которых главной целью является получение прибыли. К ним относят хозяйственные товарищества (полные и командитные), хозяйственные общества, производственные кооперативы и унитарные предприятия. Хозяйственные товарищества подразделяются на полные товарищества и командитные. Хозяйственные общества включают акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью и общества с дополнительной ответственностью.

Начнем мы, однако, с индивидуального предпринимательства.

11.2. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Физические лица вправе осуществлять предпринимательскую деятельность с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

К предпринимательской деятельности физических лиц, осуществляемой без образования юридического лица, применяются правила гражданского кодекса (ГК), которые регулируют деятельность коммерческих организаций.

До начала осуществления видов деятельности, указание которых в учредительных документах не требуется, индивидуальный предприниматель обязан письменно уведомить соответствующие регистрирующий (по месту государственной регистрации) и налоговый (по месту постановки на учет в качестве налогоплательщика) органы о тех видах деятельности, которые он предполагает осуществлять. Уведомление об осуществлении видов деятельности, указанных в свидетельстве о государственной регистрации, не требуется.

Индивидуальные предприниматели (ИП) несут *полную имущественную ответственность*, т. е. отвечают по своим обязательствам всем принадлежащим им имуществом. Под имуществом, принадлежащим физическому лицу, имеется в виду как его личное имущество, так и доля в общем имуществе.

Физическое лицо получает статус индивидуального предпринимателя лишь после государственной регистрации в качестве субъекта предпринимательской деятельности. Процедура государственной регистрации индивидуального предпринимателя определена Положением о регистрации.

Физическое лицо, решившее заняться индивидуальной предпринимательской деятельностью, должно обратиться в исполнительный комитет по месту жительства и представить:

- *заявление* с указанием видов деятельности, которые будут осуществляться,
- *анкету* установленного образца;

- *документы*, содержащие сведения о *трудовой деятельности*;
- *фотографию* физического лица, обратившегося за государственной регистрацией;
- *документ*, подтверждающий внесение *платы* за государственную регистрацию.

Прием документов для государственной регистрации индивидуального предпринимателя осуществляется только в присутствии регистрирующегося физического лица. Непосредственно в местном органе государственной власти имеются бланки заявлений. При заполнении бланков заявлений указываются паспортные данные гражданина и все виды деятельности, которыми он собирается заниматься. Документом, подтверждающим внесение платы за регистрацию, является, как правило, копия платежного поручения (если деньги переведены по безналичному расчету) или квитанция сберегательного банка о внесении наличных денег.

Государственная регистрация физического лица в качестве индивидуального предпринимателя осуществляется в течение месяца с момента подачи заявления и всех необходимых документов в исполнительный комитет. За это время регистрирующий орган рассматривает представленные документы, при необходимости запрашивает у государственных органов дополнительные сведения о физическом лице, регистрирующемся в качестве индивидуального предпринимателя.

После изучения представленных документов и дополнительно запрошенных сведений о физическом лице регистрирующий орган принимает решение об его государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя либо об отказе в ней с указанием причин отказа.

Если решение принято в пользу физического лица, регистрирующий орган выдает гражданину свидетельство о государственной регистрации, и в течение пятнадцати дней сообщает о произведенной государственной регистрации в налоговые органы и органы государственной статистики. Также в течение трех дней с момента регистрации индивидуального предпринимателя исполнительный комитет представляет сведения о зарегистрированном субъекте Министерству юстиции Республики Беларусь для внесения их в Единый Государственный Реестр.

Отказ в государственной регистрации может последовать лишь при запрете на занятие данным видом деятельности или при непредставлении всех требуемых для регистрации документов. Об этом физическое лицо письменно уведомляют в пятидневный срок.

После получения свидетельства о государственной регистрации индивидуальный предприниматель должен зарегистрироваться в налоговой инспекции, Фонде социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь по месту жительства.

Индивидуальный предприниматель, который не в состоянии удовлетворить требования кредиторов, может быть признан экономически несостоятельным (банкротом). Такая процедура осуществляется в судебном порядке. При этом кредиторы индивидуального предпринимателя обязаны предъявить свои требования. Индивидуальный предприниматель-банкрот после завершения расчетов с кредиторами освобождается от исполнения оставшихся обязательств, связанных с его предпринимательской деятельностью. С момента вынесения решения суда об открытии ликвидационного производства в отношении индивидуального предпринимателя утрачивает силу регистрация физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Вполне возможно, что предприниматель захочет основать фирму. В этом случае у него выбор из многих вариантов. Какой из них лучше?

11.3. ФИРМЫ И ИХ ВИДЫ

Фирма – это самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, который с целью получения прибыли производит и реализует продукцию.

Фирма обладает следующими признаками:

- самостоятельно ведет хозяйство;
- является юридическим лицом;
- имеет трудовой коллектив;
- использует имущество для производства и реализации продукции.

Наряду с понятием «фирма» для характеристики предпринимательской деятельности часто используется и такое понятие, как «предприятие». Какая разница, возникает вопрос, между ними? На языке формальной логики можно сказать, что «фирма» — по объему более широкое понятие, нежели «предприятие». Она может включать в себя несколько предприятий, как производственные единицы, связанные общим управлением. Эти понятия, другими словами, соподчиненные (рис. 11.1).



Рис. 11.1. Соотношение объемов понятий «фирма» и «предприятие»

Однако в тех случаях, когда в составе фирмы только одно предприятие, тогда эти понятия можно считать идентичными.

В современной литературе фирма, как форма организации производственно-хозяйственной деятельности, представляет собой основную экономическую ячейку. Ее структуру образуют два главных элемента. Во-первых, коллектив работников, взаимодействующих друг с другом на основе внутрипроизводственного разделения труда. А во-вторых, сюда входит комплекс средств производства, обладающих технологическим единством.

В мировой практике существуют различные организационно-правовые формы фирм. Они определяются национальным законодательством.

Многообразие фирм велико. Их можно классифицировать по разным признакам. **По форме собственности** выделяют частные, коллективные, государственные и совместные фирмы. **По сфере деятельности** фирмы бывают промышленные, аграрные, строительные, транспортные, торговые и т.д. **По формам организации хозяйственной деятельности** можно выделить государственные хозрасчетные и бюджетные, арендные, коллективные, единоличные собственные фирмы, акционерные общества открытого и закрытого типа, партнерства с полной, ограниченной и смешанной ответственностью. **В зависимости от размеров** различают крупные, средние и малые

фирмы. По целям деятельности образуются коммерческие и некоммерческие (бесприбыльные) фирмы.

Стратегической целью всех коммерческих фирм является прибыль, хотя в краткосрочном периоде на первый план могут быть выдвинуты и тактические цели, например, увеличение доли рынка.

Любая фирма в своей деятельности отвечает на такие вопросы, как что и в каком объеме ей производить, какие ресурсы использовать, какие цены установить на продукцию с целью получения запланированного результата.

Более подробно рассмотрим классификацию фирм, основанную на различных формах собственности. По такому признаку выделим частные, коллективные, государственные и совместные фирмы.

Частные фирмы. Фирму будем считать *частной*, если она принадлежит отдельному гражданину (физическому лицу) или членам семьи. Семейные фирмы, в свою очередь, могут быть с выделением доли каждого (долевой собственности) и без определения доли каждого участника (совместная собственность). В первом случае каждый член семьи имеет право на свою долю, поскольку она заранее определена, а во втором – нет.

Частные фирмы в Республике Беларусь формируются, во-первых, путем приватизации государственных предприятий, а во-вторых, за счет создания новых. Имущество частных фирм пополняется, главным образом, из такого источника, как доход собственника.

Частная фирма – это самая простая форма существования фирмы. В этом случае один собственник или семья самостоятельно ведут хозяйство и отвечают на вопросы о том, что и как производить, для кого и т.д. Частник единолично распоряжается выручкой и несет неограниченную ответственность по долгам фирмы, то есть отвечает по ним всем своим имуществом. В случае неудачи с «молотка», как говорится, могут пойти и дом, и автомобиль, и дача.

В странах с развитой рыночной экономикой частные фирмы — самая распространенная форма предпринимательства. В США они, например, составляют около 70% всех фирм. Объясняется это тем, что они обладают рядом достоинств. К ним относятся:

- **полная самостоятельность и оперативность действий.** Владелец фирмы полностью управляет и распоряжается полученной выручкой и прибылью. В этом случае наиболее полно реализуется и принцип экономической заинтересованности;
- **простота учреждения и ликвидации фирм.** Для учреждения частной фирмы, как правило, не требуется разрешения центральных властей. Эта проблема решается местной властью. Кроме того, до тех пор, пока собственник регулярно и исправно платит по счетам, он сохраняет право в любой момент прекратить деятельность своего предприятия;
- **частник платит из своего дохода меньше налог**, нежели другие фирмы, а, следовательно, в большей мере заинтересован в высоких конечных результатах.

Но не всегда, говорят, «коту масленица». Частнику приходится преодолевать и трудности, связанные с недостатками частных фирм. Главный из них – высокий риск. Частный предприниматель несет неограниченную ответственность и может лишиться в случае банкротства не только вложенных в дело средств, но и личного имущества. Тогда «неудачник плачет, кляня свою судьбу». Да и возможности роста частной фирмы ограничены средствами владельца и банковскими кредитами. И далеко не всем удастся нажать многомиллионные состояния честным трудом и смекалкой. Кроме того, частные фирмы недолговечны, разумеется, по сравнению с другими формами предпринимательства. Юридически они прекращают существование со смертью владельца, а переход фирмы к наследникам может отпугнуть прежних клиентов и

создать серьезные трудности в работе фирмы. Многие ведь зависят от личности самого предпринимателя, его способностей.

В Беларуси частный сектор народного хозяйства только встал на ноги. Перед ним масса проблем: нехватка стартового капитала для предпринимательской деятельности; трудности в получении кредита; неразвитость рынка ценных бумаг и т.д. При этом львиная доля частного капитала вкладывается в основном в торговлю, в результате чего хиреет производственный сектор.

Разновидностью частного предприятия является *частное унитарное предприятие (ЧУП)*. Что оно собой представляет?

Частное унитарное предприятие. *Унитарное предприятие* – коммерческая организация, учрежденная по решению собственника имущества, которая принадлежит ему на праве хозяйственного ведения или оперативного управления.

Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия. Оно находится либо в частной, либо в государственной собственности. *Фирменное наименование* унитарного предприятия должно содержать указание на собственника имущества.

Местонахождением частного унитарного предприятия может являться жилое помещение (квартира, жилой дом) физического лица — собственника имущества частного унитарного предприятия при условии, что данное помещение принадлежит ему на праве собственности, а также с согласия всех совершеннолетних членов семьи. При этом с собственника жилого помещения взимается плата за коммунальные услуги и иные платежи, связанные с эксплуатацией такого помещения, в порядке, определяемом Совмином Республики Беларусь.

Осуществление производственной деятельности (выполнение работ, оказание услуг) в жилом помещении, являющемся местонахождением частного унитарного предприятия, не допускается без перевода этих помещений в нежилые в порядке, определенном законодательством.

Учредительным документом унитарного предприятия является устав, утверждаемый собственником имущества либо уполномоченным им органом. *Управление* в унитарном предприятии носит единоличный характер.

Собственник имущества предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, не отвечает по обязательствам такого предприятия. Исключения составляют случаи субсидиарной ответственности по обязательствам экономически несостоятельного предприятия (банкрота), если экономическая несостоятельность (банкротство) вызвана собственником имущества.

Права унитарного предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения в отношении закрепленного за ним имущества, вытекают из содержания права хозяйственного ведения. Собственник имущества в данном случае вправе:

- принимать решение о создании, реорганизации и ликвидации предприятия;
- определять предмет и цель деятельности предприятия;
- назначать на должность руководителя предприятия;
- контролировать использование и сохранность имущества;
- получать часть прибыли от использования имущества предприятия.

Унитарное предприятие не вправе распоряжаться (продавать, сдавать в аренду, в залог и т.д.) принадлежащим ему на праве хозяйственного ведения недвижимым имуществом без согласия собственника. Сделки, совершаемые с остальным имуществом, такого согласия не требуют, за исключением случаев, установленных законодательством и собственником имущества.

Более подробно остановимся на **частных унитарных предприятиях (ЧУП)**. Учредителем ЧУП может быть физическое или юридическое лицо. Все имущество ЧУП находится в частной собственности учредителя – физического лица.

Предприятие при этом владеет и пользуется имуществом, но распоряжаться (продавать, менять, дарить, списывать) может только в пределах, определяемых законодательством и собственником.

Рассмотрим случай, когда ЧУП организует индивидуальный предприниматель (ИП). С момента создания унитарного предприятия ИП прекращает свою деятельность и сдает свидетельство о регистрации ИП, печати и штамп в регистрирующий орган.

ИП, учредивший ЧУП, является собственником имущества предприятия. Если же ИП состоит в браке, то сособственником этого ЧУПа является и его жена, если иное не оговорено в брачном контракте.

Бывший ИП может работать на созданном предприятии в качестве директора, бухгалтера или любого другого работника, получать соответствующую заработную плату, а может и не работать, назначив директором наемного работника.

Наемный директор не вправе продавать принадлежащее предприятию недвижимое имущество, сдавать его в аренду, в залог, вносить в качестве вклада в уставной фонд хозяйственных обществ и товариществ.

Если же директор – сам учредитель, то он вправе принимать любое решение по распоряжению имуществом своего предприятия, соблюдая при этом налоговое законодательство и порядок оформления, установленных для всех юридических лиц по распоряжению тем или иным имуществом.

Учредитель предприятия имеет право на получение части прибыли от использования имущества ЧУПа.

ЧУП как юридическое лицо отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Однако предприятие не несет ответственность по обязательствам собственника его имущества, так же, как собственник не несет ответственность по обязательствам созданного им предприятия.

Унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам. Имущество унитарного предприятия может находиться как в государственной, так и в частной собственности физического или юридического лица.

Учредитель ЧУПа может его продать, подарить, обменять или ликвидировать. Он утверждает устав предприятия, в котором определяет порядок его управления, распоряжения его имуществом, порядок приема на работу работников.

ЧУП может выбрать одну из систем налогообложения – общее налогообложение или упрощенную систему.

Сохраняется общий порядок уплаты:

- налогов, сборов (пошлин), взимаемых при ввозе (вывозе) товаров на таможенную территорию РБ;
- госпошлины;
- регистрационных и лицензионных сборов;
- оффшорного сбора;
- гербового сбора;
- налога на приобретение автомобильных транспортных средств;
- обязательных страховых взносов и иных платежей в Фонд социальной защиты населения министерства труда и соцзащиты;
- налога на добавленную стоимость.

Объектом налогообложения признается предпринимательство на территории Республики Беларусь.

Налоговой базой признается валовая выручка, определяемая как сумма выручки за налоговый период от реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности, и доходов от внереализационных операций.

Ставка налога при упрощенной системе устанавливается:

10% – для организаций и ИП, не уплачивающих НДС;

8% – для организаций и ИП, уплачивающих НДС.

Не у всех предпринимателей хватает средств, духа и смелости заниматься предпринимательской деятельностью в гордом одиночестве. Тогда перед ними следующий выбор: хозяйственные товарищества (партнерства) и общества, кооперативы, предприятия трудовых коллективов.

Начнем с хозяйственных товариществ. Они являются наиболее простой формой коллективной фирмы.

Хозяйственные товарищества и кооперативы. *Хозяйственное товарищество (партнерство)* – это такая форма предпринимательской деятельности, при которой имущество фирмы формируется за счет вкладов нескольких граждан, которые объединяются для совместной хозяйственной деятельности на основе договора.

В этих фирмах один или несколько участников обязательно несут неограниченную ответственность по обязательствам товарищества и своим вкладом, и личным имуществом. Имущество товариществ формируется за счет вкладов участников на праве общей долевой собственности. Товарищество может использовать труд наемных работников. Полученная прибыль распределяется пропорционально вкладам участников. По признаку ответственности партнеров перед товариществом, выделяют полные, командитные и акционерно-командитные товарищества.

Товарищество полное, если все его участники занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и солидарно несут по его обязательствам полную (неограниченную) ответственность, то есть отвечают по долгам не только величиной своего вклада, но и личным имуществом.

Фирменное наименование полного товарищества должно содержать имена (наименования) всех его участников, а также слова «полное товарищество» либо имя (наименование) одного или нескольких участников с добавлением слов «и компания» и «полное товарищество» (например, Полное товарищество «Иванов и компания»). При выбытии участника, имя (наименование) которого входит в фирменное наименование полного товарищества, необходимо вносить в фирменное наименование соответствующие изменения.

Минимальный размер уставного фонда полного товарищества составляет 400 евро и к моменту государственной регистрации должен быть сформирован не менее чем на половину. При этом каждый участник полного товарищества к моменту государственной регистрации полного товарищества должен внести не менее половины своего вклада в уставный фонд, а остальную часть в сроки, установленные учредительным договором, но не позднее одного года с момента государственной регистрации полного товарищества. Вкладом в уставный фонд полного товарищества может быть только имущество.

Лицо может быть участником только одного полного товарищества. Управление полным товариществом, т. е. руководство совместной деятельностью, осуществляется по общему согласию всех участников либо большинством голосов, если такой способ предусмотрен в учредительном договоре. Ведение дел, т.е. представительство интересов полного товарищества вовне, по общему правилу, осуществляется каждым из участников. Учредительный договор может предусмотреть и два иных варианта

ведения дел в полном товариществе: совместно всеми участниками либо некоторыми из них.

Прибыль и убытки полного товарищества, по общему правилу, распределяются между товарищами пропорционально их долям в уставном фонде.

Изменение состава участников не влечет за собой ликвидации полного товарищества. Исходя из своей природы, полное товарищество не может состоять из одного участника. Последний вправе в течение трех месяцев со дня, когда он стал единственным участником товарищества, преобразовать полное товарищество в унитарное предприятие.

Товарищество коммандитное, если в нем, по меньшей мере, один участник несет неограниченную ответственность, и, хотя бы, один — ограниченную ответственность перед кредиторами. Лица с полной ответственностью называются действительными членами, а с ограниченной — коммандитами (членами-вкладчиками). Коммандит отвечает перед кредиторами только вкладом в общее имущество, но не личным состоянием. Кроме того, у него нет обязательств по управлению товариществом.

Отличия товарищества полного от коммандитного связаны с участием в последнем вкладчиков, в качестве которых могут выступать граждане, коммерческие и некоммерческие организации.

Учредительный договор коммандитного товарищества вкладчиками не подписывается и содержит по сравнению с учредительным договором полного товарищества дополнительные сведения о совокупном размере вкладов, вносимых вкладчиками. Внесение вклада удостоверяется свидетельством об участии, выдаваемым вкладчику товариществом. Вкладчики отстранены от участия в управлении и ведении дел товарищества. Однако они свободно распоряжаются своими вкладами. При выходе из товарищества они вправе претендовать лишь на возврат своего вклада. Данное правило не применяется при ликвидации коммандитного товарищества. В этом случае ликвидационный остаток распределяется между полными товарищами и вкладчиками пропорционально их долям в уставном фонде. Вкладчик несет риск убытков, связанных с деятельностью коммандитного товарищества, в пределах суммы внесенного им вклада.

Особенности ликвидации коммандитного товарищества заключаются в том, что оно сохраняется, если в нем остаются, по крайней мере, один полный товарищ и один вкладчик.

Хозяйственное товарищество одного вида может быть преобразовано в хозяйственное товарищество другого вида или в производственный кооператив, а также в унитарное предприятие в случае, если в составе товарищества остался один участник.

Акционерно-коммандитное товарищество отличается от простого коммандитного тем, что коммандиты вносят свою долю, приобретая акции товарищества. Это форма фирмы — переходная по отношению к акционерным обществам.

К достоинствам товариществ относятся:

- возможность привлекать капитал других вкладчиков, что позволяет создавать предпосылки для расширения и совершенствования производства, повышения качества продукции и конкурентности самой фирмы;
- несложная процедура учреждения товарищества;
- простая структура системы управления, что связано с небольшим количеством участников товарищества.

Недостатками товариществ являются:

- нестабильность функционирования из-за того, что при выходе одного из участников деятельность товарищества, как правило, прекращается;

- отсутствие четкого централизованного профессионального управления, так как все действительные члены товарищества могут принимать участие в управлении;
- непривлекательность неограниченной имущественной ответственности, которая нередко приводит к разорению мелких и средних собственников.

Товарищества нашли широко распространение, как об этом свидетельствует опыт развитых стран, в малом и среднем бизнесе, в производстве, в торговле, в сфере услуг.

На принципах товарищества в Беларуси по существу функционируют и кооперативы.

Кооператив – это добровольное объединение граждан на основе членства для совместного ведения предпринимательской деятельности путем привлечения его участниками имущества и личного трудового участия. Все имущество кооператива в соответствии с его уставом делится на вклады членов кооператива. Члены кооператива несут дополнительную ответственность личным имуществом.

Кооперативы подразделяются на производственные и потребительские и от товариществ отличаются тем, что в них не участвуют юридические лица.

Дадим краткую характеристику производственным кооперативам. Что они собой представляют?

Производственный кооператив – коммерческая организация, участники которой осуществляют предпринимательскую деятельность на началах объединения имущественных паевых взносов и личного трудового участия, и несут субсидиарную ответственность по ее обязательствам в равных долях, если иное не определено в уставе, в пределах, установленных уставом, но не менее величины полученного годового дохода в производственном кооперативе.

Участниками производственного кооператива, учитывая требование о личном трудовом участии, могут быть только физические лица, причем наличие статуса индивидуального предпринимателя не требуется. Число участников производственного кооператива не должно быть менее трех.

Фирменное наименование производственного кооператива должно содержать его наименование и слова «производственный кооператив». Вместо последнего ГК допускает также использование слова «артель».

Единственным учредительным документом производственного кооператива является устав.

Имущество производственного кооператива изначально состоит из паевых взносов его членов и является его собственностью. Оно делится на паи, однако это не означает наличия долевой собственности. Размер пая не зависит от паевого взноса и других взносов и не влияет, в свою очередь, на права члена в отношении кооператива. В любом случае член производственного кооператива имеет один голос при принятии решений общим собранием. К моменту государственной регистрации производственного кооператива член кооператива обязан внести не менее 10% паевого взноса, а остальную часть в течение года с момента государственной регистрации, если менее продолжительный срок не установлен уставом.

Такой же количественный критерий (10%) лежит в основе формирования уставного фонда производственного кооператива в целом с той лишь разницей, что оставшаяся часть должна быть внесена строго в течение одного года с момента государственной регистрации. Минимальный размер уставного фонда производственного кооператива должен составлять сумму, эквивалентную **400 евро**.

Система управления производственным кооперативом аналогична системе управления АО с той лишь разницей, что образование наблюдательного совета не обязательно. Обязательным является образование наблюдательного совета и исполнительных органов только из числа членов производственного кооператива.

Член производственного кооператива имеет право передать свой пай либо его часть другому члену кооператива. Поскольку передача пая третьим лицам означает их прием в члены кооператива, она возможна только по решению общего собрания производственного кооператива.

Гражданский Кодекс (ГК) Республики Беларусь предусматривает возможность исключения из членов кооператива как меру ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязанностей члена кооператива. Производственный кооператив может быть преобразован в хозяйственное товарищество или общество, а в случае, когда в составе кооператива осталось менее двух членов, – в унитарное предприятие. Следует иметь в виду, что при преобразовании в хозяйственное товарищество, все или часть членов кооператива должны зарегистрироваться в качестве индивидуальных предпринимателей.

Широкое распространение в современной экономике получили и хозяйственные общества.

Хозяйственные общества. *Хозяйственное общество* создается юридическим и физическими лицами путем объединения их имущества с целью осуществления хозяйственной деятельности. Особенность этой формы фирмы состоит в том, что у всех ее участников только ограниченная ответственность по обязательствам общества. Хозяйственное общество – собственник общего имущества, продукции, доходов от хозяйственной деятельности. Общество отвечает по обязательствам всем имуществом, а его участники рискуют своими паями. Различают общества с ограниченной ответственностью (ООО), с дополнительной ответственностью (ОДО) – и акционерные (АО). Что они собой представляют?

Общества с ограниченной и с дополнительной ответственностью. *Общество с ограниченной ответственностью (ООО)* – это общество, в котором каждый его участник несет ограниченную ответственность по обязательствам общества только в пределах своего вклада.

Хозяйственные общества – коммерческие организации, создаваемые двумя или более лицами путем объединения их имущества для ведения предпринимательской деятельности.

Участниками хозяйственного общества могут быть физические лица, коммерческие и некоммерческие организации. Коммерческая организация, уставный фонд которой разделен на доли определенных учредительными документами размеров, учрежденная двумя или более лицами, которые не отвечают по ее обязательствам, называется *обществом с ограниченной ответственностью*.

К фирменному наименованию ООО применяются общие правила: оно должно содержать наименование общества и слова «с ограниченной ответственностью».

Учредительными документами ООО являются устав и учредительный договор.

ООО имеет довольно закрытый характер членства – число его участников не должно превышать предела, установленного законодательством об ООО. В противном случае общество подлежит преобразованию в акционерное общество в течение года, а по истечении этого срока – ликвидации в судебном порядке, если число участников не уменьшится до установленного законодательством предела. Однако конкретный максимальный размер количества участников ООО законодательством Республики Беларусь не определен.

К моменту государственной регистрации уставный фонд ООО должен быть сформирован не менее чем наполовину, а оставшаяся часть должна быть внесена в течение года с момента государственной регистрации общества.

Участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Высшим органом управления в ООО является общее собрание его участников, к исключительной компетенции которого относятся:

- изменение устава общества и размера его уставного фонда;
- образование исполнительных органов общества и досрочное прекращение их полномочий;
- утверждение годовых отчетов и бухгалтерских балансов общества и распределение его прибыли и убытков;
- решение о реорганизации или ликвидации общества;
- избрание ревизионной комиссии (ревизора) общества.

Исполнительный орган ООО, осуществляющий текущее руководство деятельностью и подотчетный общему собранию, может быть коллегиальным (правление, дирекция) и (или) единоличным (директор).

Изменение состава участников ООО не влияет на его дальнейшее функционирование, за исключением случая, когда в составе общества остался один участник. В этом случае общество должно быть преобразовано в унитарное предприятие или ликвидировано.

Общество с дополнительной ответственностью (ОДО). Коммерческая организация, уставный фонд, которой разделен на доли определенных учредительными договорами размеров, учрежденная двумя или более лицами, которые солидарно несут субсидиарную ответственность по ее обязательствам в пределах, определяемых учредительными документами общества, называется *обществом с дополнительной ответственностью (ОДО)*.

Главное отличие ОДО от ООО заключается в особом характере ответственности по его долгам. Как следует из определения ОДО, эта ответственность является субсидиарной, т.е. наступает лишь при недостаточности имущества самого общества для удовлетворения требований кредиторов. Более того, участники общества несут эту ответственность солидарно, т.е. кредиторы имеют право предъявлять свои требования полностью или частично к любому из участников, а он, в свою очередь, должен их удовлетворить.

Конкретный размер дополнительной ответственности устанавливается учредительными документами ОДО, но не может быть менее суммы, эквивалентной 1200 евро. Общество вправе изменить (увеличить или уменьшить) этот размер ответственности, но только после уведомления кредиторов. В случае изменения размера дополнительной ответственности в сторону уменьшения, у кредиторов появляется право требования досрочного прекращения или исполнения соответствующих обязательств общества и возмещения им убытков.

При экономической несостоятельности (банкротстве) участника общества его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам.

Оба названных общества являются закрытыми, то есть его участники могут уступить свою долю участнику общества или третьему лицу только с согласия остальных членов. В них не выпускают акций. Их участники имеют пай, то есть долю в имуществе, находящемся в коллективной собственности. Это удостоверяется специальным свидетельством.

Владелец пая имеет имущественные и другие права на:

- получение части прибыли фирмы в виде дивидендов;
- возврат пая по усмотрению участника;
- участие в управлении обществом;
- получение информации о деятельности общества.

В качестве недостатка таких обществ можно отметить ограниченные возможности привлечения внешних источников финансирования. Такого недостатка лишены акционерные общества.

Акционерные общества. Общество является *акционерным*, если его уставной фонд разделен на определенное количество акций равной номинальной стоимостью и формируется за счет их продажи.

Для АО характерны следующие черты:

- обязательное наличие уставного капитала, разделенного на паи или акции;
- ограниченная ответственность общества по обязательствам только своим имуществом;
- взаимоотношения участников по управлению фирмой, распределению доходов и имущества строятся в зависимости от размера внесенного ими капитала;
- участники общества должны вносить вклады в его капитал, но не обязаны трудиться.

АО отличаются тем, что их уставный фонд формируется за счет продажи акций, а его участники владеют акциями.

Акция – ценная бумага, свидетельствующая о вкладе ее владельца в уставной фонд АО. Акции могут выпускаться в виде бланков или в форме записей на счетах. Акции подразделяются на обыкновенные (простые) акции и привилегированные, а также – на именные и на предъявителя.

Обыкновенные акции дают их владельцу такие же права, как и паи, за исключением права возврата. Это значит, что АО не выплачивают стоимость акции по желанию или по требованию их владельца.

Привилегированные акции дают их владельцу особые права:

- преимущество в получении дивидендов в размере не менее заранее установленного фиксированного процента от номинальной стоимости акции, независимо от результатов деятельности общества;
- на участие в разделе имущества общества при его ликвидации.

В Беларуси предусмотрен выпуск привилегированных акций в количестве не более 10% уставного фонда.

Все акционеры имеют право продать свои акции на рынке ценных бумаг, не получая при этом согласия акционерного общества или других акционеров.

Совокупный доход акционера складывается из дивидендов и дохода от продаж акций. Дивиденды выплачиваются, как правило, ежегодно из прибыли, оставшейся в распоряжении общества после направления ее части на развитие производства, в резервный фонд и т.д.

Доход от продажи акций составляет разность между ценой продажи и ценой приобретения акций. Он равен, как об этом свидетельствует опыт стран с рыночной экономикой, около 75% дохода акционера.

Цена, по которой продается и покупается акция, называется *курсом акции* (K_a). Курс акции, мы знаем, рассчитывается по следующей формуле:

$$K_a = d100\% / R_d, \quad (11.1)$$

где d – дивиденд на акцию, а R_d – депозитная процентная ставка.

Количество акций, которое позволяет принимать решение на собрании акционеров, называется *контрольным пакетом акций*. Теоретически он равен 50% + 1 акция, однако в реальной действительности для контроля над собранием акционеров, во многих случаях, достаточно иметь около 20%.

В качестве *участников АО*, именуемых акционерами, могут выступать любые физические и юридические лица. Государственные органы и органы местного управле-

ния и самоуправления не могут быть акционерами, если иное не установлено законодательством (например, в процессе приватизации).

Учредительным документом АО является устав, который помимо сведений, указанных в Положении о регистрации должен содержать условия о категориях выпускаемых обществом акций, их номинальной стоимости и количестве; о размере уставного фонда общества; о правах акционеров; о составе и компетенции органов управления обществом и порядке принятия решений, в том числе по вопросам, решения по которым принимаются единогласно или квалифицированным большинством голосов, а также иные сведения, если необходимость их включения в устав предусмотрена законодательством об АО.

Отношения учредителей в процессе создания АО регулируются *договором о создании АО*, который определяет порядок осуществления совместной деятельности по созданию общества, размер уставного фонда, категории выпускаемых акций и порядок размещения, а также иные условия, предусмотренные законодательством об АО.

Уставный фонд АО состоит из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами. Речь идет о номинальной стоимости размещенных акций, которые общество вправе размещать дополнительно к уже размещенным и оплаченным акциям. К моменту государственной регистрации уставный фонд АО должен быть сформирован на 100 %.

Система управления в АО имеет трехзвенную структуру:

- 1) высший орган управления АО – общее собрание акционеров;
- 2) совет директоров (наблюдательный совет) – должен создаваться в АО с числом акционеров более пятидесяти;
- 3) исполнительные органы АО – коллегиальный исполнительный орган (правление, дирекция) и (или) единоличный орган (директор, генеральный директор).

К вопросам, которые составляют исключительную компетенцию общего собрания относятся:

- изменение устава общества, в том числе изменение размера его уставного фонда;
- избрание членов совета директоров (наблюдательного совета) и ревизионной комиссии (ревизора) общества и досрочное прекращение их полномочий;
- образование исполнительных органов общества и досрочное прекращение их полномочий, если уставом общества решение этих вопросов не отнесено к компетенции совета директоров (наблюдательного совета);
- утверждение годовых отчетов, бухгалтерского баланса, счетов прибыли и убытков общества и распределение его прибыли и убытков;
- решение о реорганизации или ликвидации общества.

Внутренний контроль за хозяйственной деятельностью АО, его филиалов и представительств, а также директора и должностных лиц общества осуществляет избираемая общим собранием акционеров ревизионная комиссия.

Акционерные общества, иногда их называют корпорациями, обладают целым рядом достоинств. К ним относятся:

- ограниченная ответственность акционера, рискующего лишь суммой денег, потраченной на покупку акций;
- свобода покупки и продажи акций. В товариществах, например, передача пая другому лицу – дело непростое, так как для этого требуется согласие всех остальных партнеров;
- акционерные общества более долговечны, нежели частные фирмы и товарищества. В случае смерти акционера его акции просто передаются по наследству. Смерть же частного влечет за собой распад фирмы;

Акционерная форма фирмы – самая эффективная для привлечения дополнительных финансовых средств. Открытые АО могут иметь множество вкладчиков. Так, у корпорации «Америкэн телефон энд телеграф» более трех миллионов акционеров. Поэтому, очевидно, и возможности АО по привлечению денежных ресурсов гораздо выше частных предприятий или товариществ.

Вместе с тем АО обладают и существенными недостатками, которые иногда перевешивают их достоинства. Так, сложным и весьма трудоемким делом является учреждение АО, требующее множества специальных документов.

АО бывают двух типов: открытые (ОАО) и закрытые (ЗАО). ОАО могут привлекать большие финансовые средства. Однако такие общества обязаны подробно отчитываться о результатах хозяйственной деятельности, что в условиях конкуренции считается нежелательным. ЗАО, к слову, вправе не оглашать информацию о своем финансовом положении. Вместе с тем уставные фонды таких предприятий не должны превышать определенную величину.

В качестве *дополнительных отличительных признаков ОАО и ЗАО* выступают следующие:

1. Акционеры ЗАО имеют преимущественное право приобретения акций, отчуждаемых другими акционерами. Если никто из акционеров не воспользовался своим преимущественным правом в течение пяти дней со дня извещения либо в иной срок, предусмотренный уставом общества, АО вправе само приобрести акции по согласованной с их собственником цене.

2. Количество участников ЗАО не должно превышать числа, установленного законодательством. В противном случае оно подлежит преобразованию в ОАО в течение года, а по истечении этого срока - ликвидации в судебном порядке, если число участников не уменьшится до установленного законодательством предела.

3. ОАО по своей природе являются публичными организациями. Это выражается в необходимости опубликования в средствах массовой информации годового отчета, баланса, проспекта эмиссии, сообщения о проведении общего собрания акционеров и т.д.

Серьезным недостатком АО является двойное налогообложение: налоги взимаются как с прибыли, так с дивидендов акционеров. Кроме того, если на частных предприятиях, например, все решения принимает сам собственник, то в АО нередко возникает конфликт акционеров-собственников и управляющих-наемников.

Кто в доме хозяин? Какая из названных форм фирм лучше? Довольно часто такой вопрос возникает и в экономической литературе. Попробуем на него ответить на примере США (таблица. 11.1). Неоспоримое количественное превосходство, как видно из таблицы, за частными (индивидуальными) фирмами, однако, как говаривал А. Суворов, «воевать надобно не числом, а умением». По объему продаж (88–90%) хозяином в рыночном американском доме являются корпорации.

Но стоит ли абсолютизировать какую-то одну организационно-правовую форму предпринимательской деятельности, как это иногда делается? Вряд ли. Все они дополняют друг друга и должны находиться в гармонии.

Представленными выше фирмами список деловых предприятий не ограничивается. В современных условиях все громче заявляют о себе предприятия трудовых коллективов.

Табл. 11.1. Формы деловых фирм и их экономическая роль в США

Фирмы	Доля фирм; в %	Доля фирм в объеме продукции; в %
Частные	70–73	6–7
Товарищества	9–10	4–5
Корпорации	18–20	88–90

Предприятия трудовых коллективов. К предприятиям трудовых коллективов, которые, непонятно почему, часто называют народными, относятся предприятия, образующиеся в результате выкупа частных или государственных предприятий трудовыми коллективами.

В имуществе такой фирмы определяется вклад каждого члена трудового коллектива, что дает ему право на управление предприятием и получение части прибыли.

Имущество предприятия складывается из двух частей: делимой части и неделимой. *Неделимой* является та часть имущества, которая не распределяется между владельцами фирмы в период ее функционирования. Она предназначена для покрытия убытков, расчетов с бюджетом и банками в случае банкротства или ликвидации фирмы и распределяется только после указанных расчетов.

Состав и величина неделимой части имущества определяются уставом предприятия с обязательным включением страхового фонда, предназначенного для выплаты увольняющимся работникам их вкладов в имуществе предприятия.

Делимой называется та часть имущества, в которой определяются вклады работников предприятия. В ней выделяется стоимость имущества, приобретаемого за счет личных средств членов трудового коллектива и за счет общих средств (собственных средств предприятия и кредита).

Степень ответственности и механизм функционирования коллективных предприятий такой же, как и в обществах с ограниченной ответственностью. Отличие состоит в том, что все члены коллективного предприятия должны участвовать в его деятельности своим трудом. При увольнении с предприятия его участники получают стоимость своего вклада и перестают быть совладельцами предприятия.

Важным достоинством данного предприятия является то обстоятельство, что они в большей мере разрешают противоречие между собственниками факторов производства и работниками. Каждый работник такого предприятия является и собственником средств производства. В качестве же недостатка укажем на ограниченные возможности таких предприятий в привлечении дополнительных средств, поскольку собственник непременно должен быть членом трудового коллектива.

Большую роль в современной экономике играют совместные предприятия и хозяйственные объединения.

Совместные предприятия и хозяйственные объединения. *Предприятие считается совместным*, если в нем для ведения хозяйственной деятельности объединен отечественный и иностранный капитал. Образовать совместное предприятие могут государство, физические и юридические лица.

Создание совместного предприятия преследует несколько целей:

- привлечение в национальную экономику современных технологий и оборудования, материальных и финансовых ресурсов;
- использование мирового управленческого опыта;
- насыщение потребительского рынка высококачественными товарами;
- повышение конкурентоспособности отечественной продукции.

Есть задачи, решение которых одному предприятию просто не под силу, тогда предприятия объединяют свои возможности, организуют *хозяйственные объединения*. При этом, как правило, создаются фирмы акционерного типа. К числу таких объединений относятся картели, синдикаты, тресты, конгломераты, холдинги, концерны, финансово-промышленные группы.

Картели – соглашения предприятий (обычно одной отрасли) о ценах, рынках сбыта, объемах производства и сбыта, обмена патентами при сохранении фирмами полной производственной и коммерческой самостоятельности.

Синдикат – объединение однородных промышленных предприятий, созданное с целью сбыта продукции через единый сбытовой орган, создаваемый в форме акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью.

Трест – объединение, в котором предприятия теряют производственную и коммерческую самостоятельность, управление централизованное, а прибыль распределяется в соответствии с долевым участием в формировании капитала.

Конгломерат – одна из форм союза фирм, взаимосвязанных в процессе производства, с высоким уровнем децентрализации управления.

Концерн – наиболее развитая форма объединения предприятий, которая осуществляется посредством системы участия, финансовых связей, личной унии. Входящие в концерн предприятия формально остаются самостоятельными, а фактически подчинены единому центру.

Финансово-промышленная группа – крупное объединение кредитно-финансовых учреждений, промышленных, торговых и иных предприятий, НИИ и др. на основе системы участия в акционерном капитале и долгосрочных соглашений о поставке товаров и услуг. Несколько финансово-промышленных групп могут создавать финансово-промышленные комплексы.

Ассоциации (союзы) представляют собой объединения коммерческих организаций, созданные на основе договора в целях координации их предпринимательской деятельности, представления и защиты их общих имущественных интересов. Ассоциация (союз) является юридическим лицом со всеми его признаками. При этом ассоциация (союз) не отвечает по обязательствам своих членов, в тот время как они несут субсидиарную ответственность по ее обязательствам в размере и порядке, предусмотренном учредительными документами ассоциации (союза).

Ассоциации (союзы) могут осуществлять предпринимательскую деятельность только посредством создания хозяйственного общества или участия в нем либо преобразования в хозяйственное общество или хозяйственное товарищество. *Учредительными документами ассоциации* (союза) являются учредительный договор, подписанный ее членами, и устав. Минимально необходимое количество членов ассоциации (союза) в ГК не определено. Данный вопрос решается по усмотрению участников объединения. Условием создания ассоциации (союза) является согласие антимонопольного органа.

Система управления в ассоциации (союзе) представлена общим собранием, которое включает всех членов и является высшим органом управления, и исполнительными органами, которые могут быть коллегиальными и (или) единоличными. Члены ассоциации имеют право выхода из ассоциации (союза) по окончании финансового года. В этом случае вышедший член несет субсидиарную ответственность по обязательствам ассоциации (союза) пропорционально своему взносу в течение двух лет с момента выхода, если эти обязательства возникли во время его членства в ассоциации (союзе). Новый член может войти в состав ассоциации (союза) только с согласия других членов. Его вступление в ассоциацию (союз) может быть обусловлено субсидиарной ответственностью по обязательствам ассоциации (союза), возникшим до его вступления.

Холдинг — юридическое лицо любой организационно-правовой формы, в состав имущества которого входят и (или) в управлении которого находятся доли (акции) в имуществе иных юридических лиц, обеспечивающие ему право принятия или отклонения решений, принимаемых их высшими органами управления.

Положение о холдингах различает три типа холдингов:

- **производственный** – холдинг, менее 50% имущества которого составляют доли (акции) в имуществе иных юридических лиц и осуществляющий кроме функций держателя акций хозяйственную деятельность;

- **финансовый** – холдинг, более 50% имущества которого составляют доли в имуществе иных субъектов хозяйствования;

- **смешанный** (производственно-финансовый) – холдинг, более 50% имущества которого составляют доли (акции) в имуществе иных юридических лиц и осуществляющий кроме функций держателя акций хозяйственную деятельность.

В приведенном выше определении холдинг представлен как основное общество, имеющее возможность определять решения дочерних и (или) зависимых обществ. Но целесообразно, и в первую очередь с позиций практики, определять понятие «холдинг» в широком смысле слова, т. е. как совокупности основного и дочерних и (или) зависимых обществ.

11.4. СОЗДАНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ИХ ГОСУДАРСТВЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ

Создание коммерческой организации предполагает следующие этапы:

- подготовку учредительных документов;
- согласование наименования создаваемой коммерческой организации с регистрирующим органом;
- формирование уставного капитала;
- государственную регистрацию.

Учредительными документами коммерческих организаций являются:

- *устав предприятия* (при учреждении предприятия любой формы собственности);
- *учредительный договор* (если в число учредителей входят два лица и более) или решение учредителя о создании предприятия (если в качестве учредителя выступает одно лицо);
- *заявление учредителя* или лица, уполномоченного учредителями, для государственной регистрации.

Устав – это свод правил, устанавливающих порядок и организацию деятельности предприятия. В уставе частного предприятия отражается следующая информация:

- наименование предприятия с указанием его организационно-правовой формы, фамилии собственника имущества и названия;
- данные об учредителе (учредителях);
- адрес предприятия;
- предмет, цели и виды деятельности;
- порядок образования имущества, в том числе права собственности на имущество предприятия;
- порядок распределения прибыли и покрытия убытков;
- управление предприятием и компетенция органов управления;
- условия реорганизации и ликвидации предприятия.

В уставе оговаривается и ответственность учредителя (учредителей) по обязательствам предприятия. На титульном листе устава в верхнем правом углу проставляется дата его утверждения и подпись учредителя. Если устав утвержден решением собрания учредителей, указывается дата собрания и номер протокола.

Учредительный договор – документ, регламентирующий условия и порядок совместной деятельности учредителей. Он содержит информацию:

- о размере и составе уставного фонда;
- о порядке распределения прибыли

- о размере и порядке изменения долей, паев или акций каждого из участников в уставном фонде;
- об ответственности участников за нарушение обязанностей по внесению вкладов и т.д.

Учредительный договор заключается в случае, если учредителей несколько.

Государственная регистрация субъектов хозяйствования осуществляется местными органами власти в месячный срок со дня подачи всех необходимых для этой процедуры документов и заполнения собственником имущества (учредителем) анкеты установленного образца со сведениями, необходимыми для решения вопроса о государственной регистрации. Отказ в ней возможен в случае нарушения действующих законов и несоответствия учредительных документов требованиям, предъявленным действующим законодательством. Перечень документов, которые необходимо представить для государственной регистрации, следующий:

- **заявление**, оформленное в установленном порядке;
- **анкету** установленного образца на каждого учредителя;
- **копию решения** о создании коммерческой или некоммерческой организации, либо протокол собрания учредителей;
- **учредительные документы** (по два экземпляра копий устава и (или) договора о совместной деятельности по созданию коммерческой организации);
- **документы, подтверждающие формирование уставного фонда** коммерческой организации и т.д.

На основании решения о государственной регистрации субъекта хозяйствования регистрирующий орган:

- присваивает субъекту хозяйствования соответствующий регистрационный номер и выдает свидетельство о государственной регистрации;
- в десятидневный срок представляет Министерству юстиции Республики Беларусь необходимые сведения о субъектах хозяйствования для включения их в Единый Государственный Регистр (ЕГР).

Министерство юстиции Республики Беларусь включает субъекты хозяйствования в ЕГР датой принятия регистрирующим органом соответствующего решения о государственной регистрации субъекта хозяйствования. С этого момента регистрация считается завершенной, а коммерческая организация — созданной.

В течение пятнадцати дней со дня регистрации коммерческой организации регистрирующий орган сообщает об этом в налоговые органы и органы государственной статистики. Если принято решение об отказе в государственной регистрации коммерческой организации, регистрирующий орган сообщает об этом заинтересованному лицу в пятидневный срок в письменной форме.

11.5. ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРЕДПРИЯТИЯ

Каждое предприятие, как и отдельно взятый человек, проживает определенное количество времени. *Жизненный цикл предприятия (ЖЦП)* — это период его хозяйственной деятельности. Различают следующие фазы существования предприятия: создание и становление; реформирование; реорганизация; санация; банкротство; ликвидация.

Первая фаза — *создание предприятия и его становление*. О возникновении нового субъекта хозяйствования свидетельствует факт его регистрации в органах исполнительной власти. При этом существуют два способа регистрации — разрешительный и уведомительный.

Статистика функционирования предприятий в рыночной экономике показывает, что из числа зарегистрированных предприятий в первый год своего существования выдерживают конкуренцию около 40%, остальные же становятся банкротами. По этой причине государство поддерживает малые и совместные предприятия в соответствии с национальными приоритетами и финансовыми возможностями. Основными льготами для предприятий являются уменьшение ставки налогообложения и налоговые каникулы.

Вторая фаза – *реформирование* – совершенствование экономических отношений внутри предприятия без изменения организационной структуры.

Предприятие, закрепившееся на рынке, в процессе развития постоянно реорганизуется: создаются новые производственные и функциональные подразделения, происходит слияние или ликвидация снизивших свою эффективность цехов.

Третья фаза – *реорганизация* – изменение организационной структуры управления, происходящее в рамках действующего предприятия или с его ликвидацией и последующей регистрацией нового предприятия. Особой формой реорганизации является *реструктуризация*, которая предполагает выделение таких самостоятельных субъектов хозяйствования, как дочерние предприятия, филиалы и т.д.

Четвертая фаза – *санация* – финансовое оздоровление предприятия при угрозе экономической несостоятельности. Санация производится по инициативе предприятия. Если же санация не приносит желаемых результатов, то проводится фаза банкротства.

Банкротство – это удостоверенная судом полная неспособность предприятия оплатить свои финансовые обязательства. Банкротство является как экономической, так и юридической процедурой ликвидации должника, продажи его имущества и расчета с кредиторами. Последовательность погашения долгов устанавливается национальным законодательством. Полнота удовлетворения финансовых обязательств зависит от суммы средств, вырученных при продаже имущества банкрота. В большинстве случаев денежных средств оказывается недостаточно для выполнения финансовых обязательств перед бюджетом по налогам, перед банками по кредитам, перед персоналом по заработной плате, перед поставщиками за товары, перед акционерами по дивидендам. Поэтому в рыночной экономике необходимо предвидеть подобные ситуации и принимать предупредительные меры.

В хозяйственной практике встречаются также случаи ложного и злого банкротства. *Ложное банкротство* – это предоставление заведомо ложных документов об объявлении субъекта хозяйствования неплатежеспособным (банкротом). *Злое банкротство* – это умышленное утаивание своей несостоятельности. Ложное и злое банкротство – разновидности мошенничества. Они должны распознаваться с помощью внутренних и внешних аудиторов, а также правоохранительными органами государства.

Ликвидация предприятия означает прекращение его деятельности и исключение его из реестра государственной регистрации. Ликвидация происходит по причине банкротства или экономической несостоятельности по решению собственника имущества либо суда.

В США выделяют 8 фаз ЖЦП: рождение; детство; юность; ранняя зрелость; промежуточная зрелость; окончательная зрелость; старение; возрождение (прекращение деятельности, банкротство). Рассмотрим каждую фазу более подробно.

Рождение – удовлетворение потребностей нового покупателя, занятие свободной рыночной ниши, нового сегмента рынка. Главной целью является выживание, поэтому в делах проявляются новаторство, вера в успех, высокая работоспособность. Характерной чертой организации является боевитость, стремление к максимальному извлечению прибыли, а не личного дохода.

Детство – самая опасная стадия жизненного цикла. Главной целью является кратковременный успех. Характерной чертой является целеустремленность. Особое значение придается конкурентоспособности организации. На этой стадии разоряется 90% предприятий. Метод планирования: «Хватай что можешь».

Юность – стадия начального этапа стабильного формирования организации. Вместо интуитивного риска применяются научные расчеты. Организация захватывает свою нишу (часть) рынка и осуществляет стабильное планирование прибылей.

Зрелость – стадия постепенного проникновения организации в новые сферы деятельности, усиление диверсификации, расширение масштабов.

Организация проходит следующие этапы: национального, мультинационального, мирового значения. Методом руководства на этих этапах является децентрализация управления.

Старение – замедление роста, большие трудности. Предприятие может не выжить. Главные задачи — сохранить организацию, поддерживать всеми средствами статус кво. Моделью организации является бюрократия, типом руководителя — администратор.

Возрождение – оживление развития деятельности. Предприятию необходимо произвести весь комплекс изменений. Способ руководства, побуждающий с проявлением агрессивности, при ослаблении руководства наступает банкротство.

Прохождение предприятиями малого бизнеса той или иной фазы ЖЦ существенным образом обуславливается условиями на рынке, а также экономической политикой правительства.

Результативность работы предприятия во многом зависит от организационной структуры, а также от стиля руководства, которые могут не только повышать интерес персонала к работе, но и из-за внутренних ограничений снижать его интерес.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Предпринимательская деятельность. Индивидуальное предпринимательство. Фирмы (предприятия). Частные фирмы. Частное унитарное предприятие. Хозяйственные товарищества и кооперативы. Полные и командитные товарищества. Хозяйственные общества. Закрытые и открытые акционерные общества. Общества с ограниченной ответственностью. Общества с дополнительной ответственностью. Предприятия трудовых коллективов. Хозяйственные объединения. Жизненный цикл предприятия.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Каковы основные признаки предпринимательской деятельности?
2. Как вы прокомментируете выражение: «предприниматель — слуга двух господ?»
3. Как бы вы охарактеризовали деятельность индивидуального предпринимателя?
4. Чем отличаются полные товарищества от товариществ командитных?
5. Каковы достоинства и недостатки предприятий трудовых коллективов?
6. Чем отличаются общества с ограниченной и с дополнительной ответственностью?
7. Каковы достоинства и недостатки закрытых и открытых акционерных обществ?
8. Какие фазы выделяют в жизненном цикле предприятия?

ВЫПОЛНИМ СМЫСЛОВОЕ ЗАДАНИЕ

Подберите правильные определения товариществ:

Вид товарищества	Определение
1. Полное	1. В нем, по меньшей мере, один из участников несет неограниченную ответственность, и хотя бы один – ограниченную ответственность перед кредиторами
2. Коммандитное	2. Все участники несут полную ответственность
3. Акционерно-коммандитное	3. Коммандиты вносят свою долю, приобретая акции товарищества

РЕШИМ ЗАДАЧУ

1 млн. руб. можно использовать двояким образом.

Во-первых, вы можете положить эту сумму на два года в коммерческий банк под 10% годовых.

Во-вторых, вы покупаете 1000 акций, однако в дальнейшем выяснилось, что их курс во втором году упал на 20%.

В каком случае за два года ваш доход будет наибольшим.

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

АМЕРИКАНЕЦ В ПАРИЖЕ

Американский нефтяной магнат приехал с женой в Париж. Перед Эйфелевой башней он остановился, покачал головой и сказал жене:

— Эта вышка стоит здесь черт знает сколько времени, а нефти они, значит, так и не нашли.

ТЕМА 12. КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ПЛАНИРУЕТ?

12.1. ПОЧЕМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ПЛАНИРУЕТ?

Бизнес-план – это подробный план, содержащий показатели производства и реализации продукции, которых должно достичь предприятие с помощью соответствующих средств в определенный период времени.

Бизнес-план предпринимателям нужен для того, чтобы определить цели организуемого производства и предложить пути их реализации. Он составляется, как правило, на несколько и используется как основной инструмент для обоснования инвестиций и привлечения инвесторов, получения кредита, субсидий, найма квалифицированного управленческого и технического персонала и т.д.

Красной нитью через бизнес-план должно проходить то обстоятельство, что *основной целью* предпринимательской деятельности является получение прибыли через удовлетворение потребностей потребителя на основе создания соответствующего продукта.

Разработка бизнес-плана позволяет ответить на следующие вопросы: как начать свое дело, как эффективно организовать производство, когда будут получены первые доходы, как скоро можно будет расплатиться с инвесторами, как уменьшить возможный риск.

Источниками финансирования разработки бизнес-плана могут быть:

- собственные средства предприятий и организаций;
- внебюджетные целевые фонды министерств и ведомств;
- средства потенциальных инвесторов.

Бизнес-план, как и стратегический план предприятия, охватывает достаточно длительный период, обычно – 3–5 лет, иногда и больше.

Бизнес-план выполняет три основные функции. Во-первых, он позволяет разработать и обосновать концепцию предпринимательской деятельности. Проявляется это в том, что еще на стадии проектирования у предпринимателя появляется возможность конкретизировать и уточнить свои цели, отработать стратегию.

Во-вторых, такой план является важным инструментом контроля за текущей деятельностью предприятия. На основе бизнес-плана выявляют отклонения от плановых показателей, вносят коррективы и принимают решения о развитии бизнеса в будущем.

В-третьих, бизнес-план помогает привлечь деловых партнеров, инвесторов и кредиторов. Большинство кредиторов или инвесторов не станут предоставлять средства, не ознакомившись с бизнес-планом.

12.2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ БИЗНЕС-ПЛАНА

Разработка бизнес-плана требует соблюдения определенных **принципов**.

Во-первых, выделим **адресный характер бизнес-планов**. При их разработке следует четко представлять, на кого он рассчитан – кредитора или инвестора, так как у них различные цели, а следовательно, и различные подходы к оценке бизнес-плана. Кредитор, например, будет анализировать деятельность предприятия, прежде всего, с точки зрения надежности и устойчивости, а инвестор – с точки зрения доходности.

Во-вторых, **доступность и привлекательность изложения материала**. Дело в том, что по оформлению бизнес-плана судят о компетенции сотрудников предприятия. Материал бизнес-плана целесообразно излагать просто и понятно, но в то же время он должен создавать впечатление уникального документа.

В-третьих, **реалистичность бизнес-плана** основывается на расчетах, показывающих перспективы предприятия при соответствующем финансировании. Бизнес-план должен убеждать кредиторов в возвратности кредитов, выплате процентов в оговоренные сроки, а инвестора – в высокой прибыли на вложенный капитал и коротких сроках ее получения.

В-четвертых, **четкие временные рамки**: этот принцип требует, чтобы поставленные задачи были решены и цели достигнуты в сроки, указанные в бизнес-плане.

В-пятых, **научная обоснованность**: при разработке производственно-экономической и финансовой стратегии бизнес-плана должна использоваться методика имитационного моделирования и дисконтирования, которые позволяют оценить влияние изменения исходных параметров на его эффективность и реализуемость.

Бизнес-план, естественно, может и должен систематически обновляться с учетом перемен, происходящих, как внутри предприятия, так и во внешней среде. Поэтому при составлении очень важно правильно оценить текущее состояние окружающей среды, а также вероятные последствия происходящих изменений.

12.3. СТРУКТУРА И ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА

Бизнес-план может составляться как для действующего предприятия, так и для вновь создаваемого. Для работающего предприятия бизнес-план составляется после проведения тщательного всестороннего анализа успехов и неудач хозяйствующего субъекта. Применительно к новому предприятию бизнес-план разрабатывается в соответствии с общепринятой в международной экономической практике методикой.

Содержание и объем бизнес-плана зависят от различных факторов: размеров предприятия (для малого бизнеса – 10–20 страниц, для крупного предприятия – 40–50);

стоимости проекта (40 страниц – при стоимости проекта менее 500 тыс. долл. и до 80 страниц – при стоимости проекта свыше 500 тыс. долл.); полноты составных частей (укрупненный или детализированный); назначения (для внутреннего использования, для инвесторов, как заявка на банковский кредит); периода планирования (на один год или несколько лет); квалификации и практического опыта составителей бизнес-плана.

Бизнес-план, как правило, *разрабатывается в три этапа.*

Для *первого этапа* характерны сбор и анализ исходной информации, формирование стратегии маркетинга, анализ альтернативных вариантов проектных решений.

На *втором этапе* формируется инвестиционная программа. При этом первостепенное внимание уделяется сравнению результатов с затратами ресурсов.

На *третьем этапе* делается расчет и анализ показателей эффективности проекта.

Бизнес-планы оформляются в виде текстового, табличного и графического материала.

В состав бизнес-плана входят: титульный лист, содержание, текст основных разделов бизнес-плана, приложения.

На титульном листе указываются названия инвестиционного проекта, предприятия-инициатора проекта, организации-разработчика бизнес-плана, утверждающая подпись руководителя предприятия и организации-разработчика, заверенные печатью, требования конфиденциальности документа.

В содержании указываются названия основных разделов и подразделов бизнес-плана, его приложений, а также даются ссылки на страницы.

12.4. ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ И СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

Структура и содержание бизнес-плана предприятия зависят главным образом от целей и объемов производства и поэтому могут быть различными. В соответствии рекомендациями Министерства экономики Республики Беларусь в состав бизнес-плана входят титульный лист, содержание, описательная часть, приложения, справочные и иные материалы, подтверждающие исходные данные. В содержании указываются названия основных разделов и подразделов, его приложений. Бизнес-план включает следующие разделы:

- «Резюме»;
- «Характеристика предприятия и стратегия его развития»;
- «Описание продукции. Анализ рынков сбыта и стратегия маркетинга»;
- «Производственный план»;
- «Организационный план»;
- «Инвестиционный и инновационный план»;
- «Прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности»;
- «Показатели эффективности деятельности предприятия»;
- «Информация о разработчиках бизнес-плана».

Рассмотрим эти разделы более подробно. Начнем с резюме, важнейшего его раздела.

Резюме отражает основную идею проекта и обобщает основные выводы и результаты по разделам бизнес-плана. В нем разъясняются цели производства, новизна и отличие предлагаемой к производству продукции, ее привлекательность для покупателей. Указываются сведения о предполагаемых объемах продаж, выручке, затратах на производство, валовой прибыли, рентабельности производства, сроке возврата кредита, т.е. сведения об основных финансовых результатах, ожидаемых в случае осуществления проекта.

В целом резюме должно дать будущим инвесторам, кредиторам фирмы, в т.ч. и ее акционерам, ответы на вопросы: «Что они получают при успешной реализации данного бизнес-плана?», и «Каков риск потери ими денег?»

Особенность данного раздела состоит в том, что он разрабатывается в самом конце составления бизнес-плана, когда достигнута полная ясность по всем остальным вопросам. Объем резюме – 4–7 страниц.

Во втором разделе *«Характеристика предприятия и стратегия его развития»* описывается отрасль, в которой функционирует субъект хозяйствования, определяются место и роль в ней предприятия. Приводится характеристика форм собственности, указываются основные собственники имущества предприятия.

Кратко представляются основные достижения и проблемы предприятия за 3-5 лет, приводится анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия за три года, предшествующих планируемому периоду.

В третьем разделе *«Описание продукции. Анализ рынков сбыта. Стратегия маркетинга»* представлена информация о продукции, которую будет производить предприятие (область применения, основные характеристики, соответствие стандартам качества и т.д.). Дается описание продукта, производство которого посвящен проект. При этом указываются их потребительские свойства, их отличия от товара конкурентов, степень защищенности патентами, авторскими свидетельствами, дается наглядное изображение товара. Здесь должен быть прогноз цены и тех затрат, которые потребуются при производстве. Описывается также организация сервиса. В этом разделе называются крупнейшие производители-конкуренты аналогичной продукции, как можно точнее оценивается объем их продаж, доходы, перспективы внедрения новых моделей, основные характеристики, уровень качества и дизайн основной продукции. Желательно также определить политику цен конкурентов и их уровень.

Здесь же излагаются ключевые моменты обоснования объемов продаж продукции, основанные на анализе рынков сбыта и выработке стратегии маркетинга. Даются общая характеристика выбранных рынков и динамика их развития, приводятся основные требования потребителей к продукции, оценивается технологическое и финансовое состояние конкурирующих предприятий. Отражается стратегия сбыта, обосновываются цены, политика по послепродажному обслуживанию, затраты на маркетинг и рекламу и др. Это важнейшая часть плана. Она основывается на исследовании рынка и требует сбора и обработки большого объема информации. Основная цель раздела – определить и обосновать ту часть рынка, где найдет покупателя планируемый к производству товар, а также отразить полноту представления о рыночной конъюнктуре. План маркетинга включает решение таких проблем, как схема распространения товаров, ценообразования, реклама, методы стимулирования продаж, организация послепродажного обслуживания, формирование общественного мнения о фирме и товарах.

В этом разделе, в частности, даются ответы на следующие вопросы:

- какие товары предлагаются фирмой и как они называются?
- насколько эластичен спрос на данные товары?
- насколько данные товары отвечают требованиям законодательства?
- каковы их конкурентные преимущества и недостатки?
- какими патентами или авторскими свидетельствами защищены эти товары или технологии их производства?
- на каких рынках будут реализованы товары и какова их емкость?

Четвертый раздел *«Производственный план»* содержит характеристику основных производственных фондов, загрузку производственных мощностей, анализ соответствия производственных мощностей объемам производственной программы в планиваемом периоде, обоснование потребности в дополнительном оборудовании, выбора поставщиков оборудования и другие мероприятия. При этом приводится экологическая оценка проекта (анализ воздействия производства на окружающую среду, объемы отходов, предполагаемые места их удаления и переработки).

В данном разделе расчетами подтверждается то обстоятельство, что создаваемая фирма в состоянии производить необходимое количество товаров в нужные сроки и с требуемым качеством. В нем также указано на каких производственных мощностях будет развернуто производство товаров – на действующих или вновь создаваемых, обосновываются поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий, условия поставки (по цене, качеству, количеству). При расчете производственной мощности определяется тип и вид оборудования и его поставщики. Расчеты делаются на 2–3-летнюю перспективу (для крупных фирм — на 4–5 лет). Одновременно решается проблема контроля за качества выпускаемой продукции. Завершается раздел оценкой возможных издержек производства и изменение в перспективе.

При составлении плана производства, в частности, даются ответы на такие вопросы, как:

- где будут изготавливаться товары — на действующем или вновь создаваемом предприятии?
- какие производственные мощности необходимы?
- где, у кого и на каких условиях закупается сырье?
- насколько удалено предприятие от поставщиков ресурсов, транспортных путей?
- предусмотрены ли мероприятия по охране окружающей среды?
- какова будет динамика издержек производства?

В пятом разделе **«Организационный план»** в соответствии с основными этапами реализации проекта дается комплексная оценка организационных мер и мероприятий. Центральное место отводится обоснованию организационно-штатной структуры предприятия и выбору рациональной системы управления производством, персоналом, снабжением, сбытом и предприятием в целом.

Принятая оргструктура определяет содержание работ создаваемых подразделений, квалификационные требования к специалистам. В этом разделе указываются источники и способы привлечения специалистов для постоянной работы, величина их заработной платы и заработной платы руководящего состава, возможности привлечения внештатных экспертов.

В шестом разделе **«Инвестиционный и инновационный план»** производится расчет инвестиционных издержек, определяемых как сумма основного капитала и чистого оборотного капитала. Определяются источники финансирования проекта (собственные, заемные, прямые инвестиции и т.д.).

В случае если проект требует дополнительной государственной поддержки, указываются запрашиваемые меры государственной поддержки для реализации проекта. Приводятся расчет и график погашения долговых обязательств.

В седьмом разделе **«Прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности»** рассчитываются чистая прибыль от реализации проекта; поток денежных средств; составляется проектно-балансовая ведомость, учитывающая стоимость основных фондов и текущих активов, собственного капитала, долгосрочных и краткосрочных обязательств. Финансовый план в стоимостном выражении обобщает возможные результаты принятых решений по предыдущим разделам плана. Он включает: прогноз объемов реализации, баланс денежных расходов и поступлений, таблицу доходов и затрат, сводный баланс активов и пассивов предприятия, график достижения безубыточности.

Прогноз объемов реализации дает представление о доле рынка, которая будет охвачена выпускаемой продукцией. Прогноз, как правило, составляется на три года, причем для первого года данные приводятся ежемесячно, для второго – поквартально, а на третий год – в целом.

Баланс денежных расходов и поступлений – документ, определяющий суммы денег, вкладываемых в проект с разбивкой по времени от момента начала организации фирмы. Главная задача составления баланса денежных расходов и поступлений – проверить синхронность поступления средств от реализации продукции и их расходования, т.е. определить достаточность этих средств на каждый момент времени. В случае их нехватки необходимо предусмотреть источники дополнительных инвестиций. Баланс денежных расходов и поступлений составляется ежемесячно для первого года, поквартально для второго и в целом за год для третьего.

Таблица доходов и затрат показывает доходы от продажи товаров, издержки производства, суммарную прибыль от продаж, общепроизводственные расходы (по видам), чистую прибыль.

Сводный баланс активов и пассивов фирмы составляется на начало и конец первого года осуществления проекта. Он служит основой для оценки специалистами коммерческих банков добротности источников финансирования и целесообразности вложения капитала.

Раздел рекомендуется заканчивать графиком безубыточности, который называют графиком рентабельности. Определение точки безубыточности позволяет выявить взаимосвязь между прибылью и ценам, издержками производства и выпуском продукции. Он дает возможность определить объем производства (критическую программу), при котором фирма начнет получать прибыль. Для построения графика надо знать постоянные и переменные издержки, отношение переменных издержек к объему выпуска, объем выпуска и общий объем сбыта.

Этот раздел определяет величину и источники получения средств и получения инвесторами дохода на них, т.е. срок окупаемости.

В зависимости от объема производства, вида продукции (услуги), ее новизны и т.д. состав и структура плана могут различаться, но содержательная сторона должна быть одной и той же.

В восьмом разделе *«Показатели эффективности деятельности предприятия»* приводится расчет основных оценочных показателей: чистого дисконтированного дохода, индекса доходности, внутренней нормы доходности, срока окупаемости и т.д.

Для расчета этих показателей применяется коэффициент дисконтирования, который используется для приведения будущих потоков и оттоков денежных средств к начальному периоду времени.

Цель данного раздела – оценка эффективности проекта и наиболее вероятных рисков, которые могут возникнуть в ходе его реализации. Дается классификация и оценка рисков по месту их возникновения, а также намечаются меры по их снижению или предотвращению.

В соответствии с принятым решением в дальнейшем разрабатываются основные документы, регулирующие будущую деятельность фирмы.

Оценка риска и страхование. В условиях рыночной экономики фирмы действуют на свой страх и риск. Государство не несет ответственности за результаты их хозяйственной деятельности. Поэтому при создании фирмы должны быть тщательно просчитаны риски. Основная задача – предугадать все типы рисков, с которыми можно столкнуться, источники этих рисков и момент их возникновения. Затем разрабатываются меры по сокращению этих рисков и минимизации потерь, которые могут возникнуть. Эти меры организационного характера, они предусматривают дублирование тех или иных организационно-управленческих решений (например, смену поставщиков и способов доставки сырья и др.) и предусматривают программу страхования от рисков.

В девятом разделе *«Информация о разработчиках бизнес-плана»* дается общее описание и характеристика привлеченных к разработке бизнес-плана организаций. Приводятся следующие данные по созданию, функционированию и развитию организаций, участвующих в разработке бизнес-плана:

- история и год создания;
- основные виды деятельности;
- опыт работы в данной сфере услуг;
- перечень наиболее значимых инвестиционных проектов, по которым организация разрабатывала бизнес-планы;
- перечень основных видов деятельности, по которым оказаны услуги в рамках данного проекта.

По мере реализации проекта финансово-экономическая часть бизнес-плана должна пересчитываться при изменении экономической ситуации, инфляции, рынков сбыта готовой продукции, налогового законодательства и т.д. с целью всестороннего анализа экономических и финансовых показателей, а также выработки и принятия мер, направленных на обеспечение эффективности реализуемого проекта.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Бизнес-план. Резюме. Производственный план. Стратегия маркетинга. Организационный план. Инвестиционный план. Инновационный план. Финансовый план хозяйственно деятельности. Экономическая эффективность предприятия. Риски хозяйственной деятельности. Страхование хозяйственной деятельности.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Решению каких задач способствует разработка бизнес-плана?
2. Какая информация нужна для разработки бизнес-плана?
3. Какие этапы включает процесс разработки бизнес-плана?
4. Каковы основные разделы бизнес-плана?
5. В чем состоит значение резюме при разработке бизнес-плана?
6. Как бы вы охарактеризовали стратегию маркетинга предприятия?
7. В чем у заключаются риски хозяйственной деятельности?
8. Почему необходимо страховать хозяйственную деятельность?

РЕШИМ ЗАДАЧУ

Предположим, что вы вложили в организацию и проведение денежной лотереи 100 млн руб. и рассчитываете получить 50 млн руб. прибыли. С этой целью вы продали 2 млн лотерейных билетов по цене 1 тыс. руб. каждый. Величина выигрыша по одному «счастливному» билету равна 100 тыс. руб.

Какова вероятность выигрыша (в %) при покупке одного билета?

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ В ЗОНЕ ПОГРАНИЧНОГО КОНТРОЛЯ

Возвращается предприниматель с отдыха на дорогом заграничном курорте.

В аэропорту в зоне пограничного контроля, пограничник спрашивает:

- Откуда прибыли?
- Откуда прибыли?! Да какие, блин, прибыли?! Одни убытки!

ТЕМА 13. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОХРАНА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

13.1. ЧТО СКРЫВАЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ?

В рыночной экономике информация является товаром, имеет предмет купли, продажи. Ее получение, хранение, передача и использование должны подчиняться законам товарно-денежных отношений. Каждый собственник имеет право охранять свои интересы и защищать коммерческую тайну.

Коммерческая тайна субъектов хозяйствования – это не являющиеся государственными секретами сведения, связанные с производством, технологической информацией, управлением, финансами, внешнеэкономической, научно-технической и другой деятельностью, несанкционированное разглашение или использование которых может нанести ущерб экономическим интересам предприятия или предпринимателя.

Право на коммерческую тайну означает ограничение государственного вмешательства в экономическую жизнь предпринимателей и предприятий, защиту их интересов при взаимодействии с другими субъектами рыночных отношений. В отличие от государственных и военных секретов, коммерческая тайна является собственностью конкретного субъекта хозяйствования. Ее главное назначение – обеспечивать предпринимателю или предприятию экономические преимущества в конкурентной борьбе.

Состав и объем сведений, составляющих коммерческую тайну, порядок их защиты определяются руководителем субъекта хозяйствования. Виды деятельности предпринимателя или предприятия, сведения о которых не могут составлять коммерческую тайну, определяются правительством.

При отнесении той или иной информации к категории коммерческой тайны следует учитывать два обстоятельства. Во-первых, на практике вполне возможны случаи, когда под предлогом охраны коммерческой тайны субъекты хозяйствования могут скрывать сведения и документы, свидетельствующие о фактах злоупотреблений, бесхозяйственности и других нарушений. Для исключения подобных ситуаций необходимо на общегосударственном уровне создать специальную систему регулирования взаимоотношений предпринимательских структур и контролирующих их органов. Во-вторых, по мере перехода к рыночным отношениям засекречивать информацию предприятию становится невыгодно с экономической точки зрения. Она все чаще выступает как рыночный товар, имеющий определенную цену и спрос покупателя. Не случайно в отдельных промышленно развитых странах получение около половины валового национального продукта связано с производством, распространением и переработкой информации в различных видах.

Сведения, составляющие коммерческую тайну субъекта хозяйствования и подлежащие охране, должны удовлетворять следующим критериям оценки:

- их открытое использование связано с ущербом для предприятия;
- они не являются общеизвестными или общедоступными на законных основаниях;
- предприятие сможет осуществить надлежащие меры по сохранению их конфиденциальности по соображениям экономической и иной выгоды;
- эти сведения нуждаются в защите, поскольку не являются государственными секретами и не защищены авторским и патентным правом;
- сокрытие этих сведений не наносит ущерба государству.

К коммерческой информации в малом бизнесе относят сведения, которые характеризуют: торговые отношения фирм; организацию и размеры оборота средств; состояние рынков сбыта; банковские операции; поставщиков и потребителей; содержание па-

тентов; структуру капиталов; планы инвестиций и контракты; цены на товар и размер ожидаемой прибыли; объемы производства.

В общем объеме коммерческой информации выделяют два крупных блока. Первый из них объединяет научно-техническую и технологическую информацию, а именно: сведения о конструкциях машин и оборудования, используемых материалах; методы и способы производства; дизайн; программное обеспечение ЭВМ. Второй блок коммерческой информации включает: финансы предприятия (финансовую отчетность, состояние расчетов с клиентами, задолженность, кредиты, платежеспособность, прибыль, себестоимость продукции и др.); стратегические и тактические планы развития производства, в том числе с использованием новых технологий, изобретений, ноу-хау; планы и объемы реализации продукции (планы маркетинга, характер и объемы торговых операций, уровень цен, складские запасы); анализ конкурентоспособности своей продукции, эффективности экспорта и импорта, предполагаемое время выхода на рынок; планы рекламной деятельности; списки торговых и других клиентов, посредников, конкурентов, сведения о взаимоотношениях с ними, их финансовом положении, условия контрактов и др.; методы организации управления; оценку характера репутации персонала предприятия; систему организации труда.

В каждом конкретном случае для оценки целесообразности отнесения той или иной информации к категории коммерческой тайны требуется создание специальной комиссии из числа наиболее квалифицированных специалистов предприятия. Иногда требуется привлечение экспертов из других организаций на договорной основе. По каждому из предложений комиссии проводится тщательный анализ и технико-экономическое обоснование.

Для всей документации, содержащей коммерческую тайну, разрабатывается система обозначений, распределяющая информацию по степени секретности. Например, вводится система ранжирования от особо важных сведений, утечка которых приводит к банкротству предприятия, до открытой информации (ОВ — особо важная или ОК — особо конфиденциальная, СК — строго конфиденциальная; НО — не подлежит оглашению; О — открытая информация). Затем организуется четкий порядок допуска работников к этой документации.

13.2. КАК ОХРАНЯЕТСЯ КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНА?

На каждом предприятии при создании системы защиты коммерческой тайны необходимо правильно организовать следующее:

- учет и охрану некоторых видов материалов и готовых изделий, особенно опытных образцов;
- порядок делопроизводства с документами», содержащими коммерческую тайну (правило циркуляции, учета, хранения, уничтожения);
- контроль за средствами копирования и размножения документации; защиту коммерческой информации в средствах связи и вычислительной техники; порядок использования открытых каналов связи при передаче конфиденциальной информации;
- охрану территории предприятия или его основных зданий и сооружений; контроль за посещениями данного предприятия посторонними лицами.

Одновременно с развитием промышленного шпионажа постоянно совершенствуются разнообразные средства Защиты коммерческой тайны предпринимателей. Так, в промышленно развитых странах наращивается выпуск специальных технических средств защиты входа в служебные помещения. При этом используются такие прогрессивные новшества, как системы кодируемых карточек, биометрические системы, реа-

гирующие на голос, подпись, отпечатки пальцев, узор кровеносных сосудов, сетчатки глаза и др.

Для защиты конфиденциальной информации фирма должна разработать также механизм пресечения противоправных актов: оборудовать сигнализацией и блокировками места хранения секретных сведений (помещения, сейфы); компьютеры защитить паролями и шифрами (пароль ограничивает доступ к информации, а шифр делает ее недоступной даже при копировании).

Чтобы не допустить утечки конфиденциальной информации через государственные структуры, предприниматель должен знать следующее:

- как соотносится понятие коммерческой тайны фирм с правом госорганов (налоговая, финансовая, пожарная, санитарная инспекции, милиция, статистическая служба и др.);
- когда и как могут быть приглашены адвокат, эксперт, консультант и в каких формах возможно их участие в передаче конфиденциальной информации;
- какой порядок обжалования действий должностных лиц, правоохранительных органов, госслужащих и возмещения ущерба, причиненного их неправомерными действиями фирме.

Следует отметить, что не во всех случаях коммерческая тайна предприятия может быть выявлена конкурентом или другими заинтересованными лицами только внеправовыми методами. В мире существует хорошо отработанный механизм получения нужных, в том числе конфиденциальных, сведений легальными, правовыми способами. Это анализ информации, поступающей в открытую печать или эфир (радио, телевидение). К числу наиболее распространенных и доступных из них можно отнести: открытые публикации предпринимателей; выступления работников предприятия на различных конференциях, семинарах и т.д.; экспонаты различных ярмарок, выставок и презентаций; данные о торгах на товарных и фондовых биржах; объявления об имеющихся вакансиях, конкурсах на замещение должностей и другие.

В развитых странах таким способам уделяется большое внимание. Руководители предприятий создают специальные службы или имеют специальных людей, занимающихся сбором и анализом информации, имеющей то или иное отношение к производственным вопросам. На деятельность таких служб тратятся не малые деньги, но они, как правило, окупаются, позволяя сокращать расходы на свои дорогостоящие для предприятия изобретения. В качестве самого яркого примера эффективности такого способа можно привести успехи японских фирм, которые в течение 20 лет смогли выйти на рубежи самого высококачественного производства благодаря во многом разработке тех идей и методик, которые они почерпнули, исследуя всевозможные каналы легальной производственной информации.

За рубежом, например в США, в соответствующих государственных органах функционируют специальные посреднические службы, предоставляющие клиентам некоторые виды коммерческой информации об интересующих их предприятиях и организациях. Сведения, составляющие коммерческую тайну предприятия, могут быть переданы заинтересованным лицам и предприятиям на договорных (лицензионных) условиях, в том числе при заключении внешнеэкономических сделок.

Важную роль в предпринимательской деятельности играют изобретения и рационализаторские предложения.

13.3. ИЗОБРЕТЕНИЯ И РАЦИОНАЛИЗАТОРСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Согласно Закону Республики Беларусь «О патентах на изобретение», правовая охрана предоставляется изобретению в том случае, если оно является новым, имеет изобретательный уровень и промышленно применимо.

Изобретение признается новым, если до даты приоритета заявки сущность этого или тождественного решения не была раскрыта в Республике Беларусь или зарубежных странах. Новизна требуется мировая абсолютная, т. е. изобретение не должно являться частью известного уровня техники, который определяется по всем видам общедоступных сведений.

Изобретательский уровень изобретения устанавливается его неочевидностью. Для специалиста оно не просто логически вытекает из существующего уровня техники и знаний, а представляет качественное развитие знания, превышающего уровень обычного проектирования.

Промышленно применимым является изобретение, если оно может быть изготовлено или использовано в промышленности, сельском хозяйстве, здравоохранении, других отраслях и видах деятельности.

Только определенное решение задачи, которое может быть осуществлено с указанием конкретных условий, средств, необходимых для этой цели, признается изобретением.

Объектами изобретений могут быть: устройство; способ; вещество; штамм микроорганизма, культуры клеток растений и животных; применение известного ранее устройства, способа, вещества, штамма по новому назначению.

Не признаются изобретениями:

- научные теории;
- методы организации хозяйства и управления им;
- условные обозначения, расписания, правила;
- методы выполнения умственных операций;
- алгоритмы и программы для вычислительных машин;
- проекты и схемы планировки сооружений, зданий, территорий;
- предложения, касающиеся лишь внешнего вида изделий, направленные на удовлетворение эстетических потребностей;
- решения, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Изобретения, содержащие сведения, разглашение которых может нанести ущерб безопасности республики, должны быть засекречены в порядке, установленном Советом Министров республики.

Автором изобретения признается гражданин, творческим трудом которого оно создано. Если изобретение создано совместным трудом нескольких граждан, то все они признаются соавторами изобретения. Порядок пользования правами на изобретение, созданное в соавторстве, определяется соглашением между соавторами.

Автору изобретения принадлежит право авторства, которое является неотчуждаемым личным правом. Авторство на изобретение охраняется бессрочно и удостоверяется патентом. Патент на изобретение действует в течение 20 лет, считая с даты поступления заявки в Патентное ведомство.

Право на патент и право на использование изобретения, вытекающее из патента, могут быть по договору переданы гражданину или юридическому лицу. Договор регистрируется в Патентном ведомстве.

Предприятия всех форм собственности вправе без специального разрешения какого-либо органа или лица использовать относящиеся к кругу их деятельности рационализаторские предложения, независимо от того, где и кем они созданы.

Рационализаторское предложение – техническое решение, предусматривающее создание или изменение конструкции изделия, технологии производства, состава материала (вещества), являющееся новым, полезным для предприятия, которому оно продано, а также новое для предприятия организационное решение, дающее экономию трудовых, сырьевых, топливно-энергетических и других материальных или финансовых ресурсов.

Не признается рационализаторским предложением следующее:

- условные обозначения, правила, нормативно-технические материалы;
- решения, снижающие заданную надежность, долговечность и другие показатели качества продукции или ухудшающие условия труда;
- решения, касающиеся лишь внешнего вида изделий;
- решения, созданные инженерно-техническими, научными работниками научно-исследовательских, проектных, конструкторских, технологических организаций и аналогичных подразделений предприятий в процессе выполнения служебного задания или договорных работ.

Авторство на рационализаторское предложение подтверждается удостоверением. Для признания предложения рационализаторским автор подает письменное заявление тому предприятию, к деятельности которого относится предложение, независимо оттого, работает ли автор на этом предприятии. К заявлению прилагается описание сущности предложения, а в необходимых случаях чертежи, схемы или эскизы. Представляемые материалы должны содержать данные, достаточные для практического использования.

Автор или соавторы рационализаторского предложения имеют право на вознаграждение в соответствии с действующим законодательством. Его выплачивает предприятие, внедрившее рационализаторское предложение.

Патентной защитой обеспечиваются не только изобретения, но патентные модели и патентные образцы. *Под патентной моделью* подразумевают техническое решение задачи, обладающее новизной и промышленной применимостью.

13.4. НОУ-ХАУ

По мере развития рыночных отношений все большее значение приобретают нововведения, не только получившие патентную охрану, но те из них, которые защищены патентами исключительного права – «ноу-хау».

Под ноу-хау подразумевают любое, не запатентованное новшество. Фирмы не патентуют какие-то изобретения по разным причинам. Засекречивается, например, способ производства продукции, если по готовой продукции нельзя определить ее состав. В некоторых случаях и знание состава продукции мало что дает. Классическим примером является кока-кола. Ее состав можно прочитать на банке кока-колы. Однако есть еще и секретные добавки. Только два химика компании знают точный рецепт кока-колы, им даже запрещено летать вместе в самолете: в случае катастрофы один уцелеет. Иногда новшества не патентуют из-за длительности экспертизы.

Для промышленного освоения запатентованных изобретений, как правило, сведений, описанных в патенте, бывает недостаточно. Например, для изготовления машин, приборов, станков и т.п., требуются еще чертежи, знание технологического процесса. Поэтому для освоения способа производства нужно знать оптимальные режимы функционирования, точное значение параметров процесса – давления, температуры, времени, необходимое оборудование и т.д.

Помимо технической документации, необходимой для выпуска новой продукции, фирма в ряде случаев заинтересована в приобретении опыта наиболее

целесообразной организации производства по выпуску этой продукции, включающей вопросы управления, использования ЭВМ, расхода материалов.

Итак, фирмы заинтересованы в приобретении комплекса знаний и опыта, как по поводу производства новой продукции, так и по поводу ее разработки, реализации и использования. В условиях НТР научно-технические знания, производственный опыт выступают в качестве специфического товара, получившего название ноу-хау.

Характерными признаками ноу-хау являются: практическая применимость в производственной деятельности; полная или частичная конфиденциальность (секретность); отсутствие защиты охраняемыми документами. Выделяют следующие виды ноу-хау: научно-техническое, коммерческое и финансовое.

Научно-техническое ноу-хау включает знание и опыт проведения исследований, методики экспериментов, применения экспериментального оборудования, знания и опыт в области разработки и применения технологических процессов, специального оборудования, знания и опыт высококвалифицированных рабочих по выполнению производственных операций с высокой производительностью труда и обеспечивающих высокое качество продукции.

Коммерческое ноу-хау заключается в передаче знаний и опыта в области реализации продукции и содержит данные о наиболее целесообразных формах реализации продукции, организации ее рекламы, наиболее опытных авторитетных фирмах-посредниках.

Финансовое ноу-хау содержит сведения о наиболее выгодных формах использования денежных средств, ценных бумаг, сведения о банках и т.д.

«Ноу-хау» (англ. «know-how» – знаю как) – это совокупность или отдельные знания, опыт, навыки технического, технологического, коммерческого, управленческого, финансового и иного характера, которые представляют коммерческую ценность, применимы в производстве и профессиональной практике и не обеспечены патентной защитой, передача которых оговаривается при заключении лицензионных договоров и других соглашений.

Это могут быть элементы информации, относящиеся к режимам, способам, методам и параметрам технологических процессов, количественному и качественному составу удобрений, микроэлементов, реактивов, конструктивных особенностей устройств и других элементов, без знания которых воспроизводство новых сортов, пород животных, технических средств и технологий по образцам, патентам, описаниям и опубликованной информации в 90 случаях из 100 невозможно.

Одним из признаков «ноу-хау» является конфиденциальность (секретность), т.е. то, что данными знаниями в полном объеме обладает только их владелец. Отдельные элементы такой информации могут содержаться в разных источниках. Однако сбор всей совокупности сведений независимо от их владельца связан со значительной потерей времени, затратой средств либо затруднен настолько, что приобретение их у владельца дает существенный экономический или иной эффект. Поэтому покупатель «ноу-хау» получает определенные преимущества перед своими конкурентами, за что и платит обусловленное соглашением вознаграждение.

В коммерческой практике «ноу-хау», как патенты на изобретения, промышленные образцы, свидетельства на товарные знаки, авторские права на рационализаторские предложения, считается собственностью предприятия или частного лица. Передача его другим лицам осуществляется по лицензионным соглашениям вместе с передачей прав на использование патентов, изделий, требующих соответствующего ухода или монтажа. В лицензионном соглашении может предусматриваться комплексная передача нескольких патентов и связанных с ними

«ноу-хау», оговариваться право свободного экспорта лицензионной продукции, частичное ее ограничение либо полное запрещение.

Ответственность за использование «ноу-хау» без приобретения лицензии может наступить при условии, что будет доказана недобросовестность лиц, ее получающих, либо неумышленные нарушения лицензиатами условий о соблюдении секретности.

13.5. ЛИЦЕНЗИИ

Передача патентных прав и ноу-хау может осуществляться с помощью лицензионных соглашений. В переводе с латинского слово «лицензия» означает разрешение совершать какие-либо действия. Изначально под термином «лицензия» подразумевалось добровольное ограничение патентообладателем своего права монопольного владения запатентованным изобретением. Теперь же предметом лицензии может быть не только изобретение, но и промышленные образцы, ценные сведения, ноу-хау, то есть секреты производства, научно-технические, коммерческие и финансовые знания.

Продажа лицензий, а, следовательно, патентных прав и ноу-хау осуществляется посредством заключения лицензионного соглашения. Это договор, по которому одна сторона – *лицензиар* – обязуется обеспечить партнеру условия, позволяющие внедрять новшество в производство и использовать в установленных соглашением пределах. Другая же сторона – *лицензиат* – должна уплатить за это новшество соответствующее вознаграждение или предоставить иную компенсацию. При этом право собственности на предмет лицензионного соглашения остается за лицензиаром (продавцом лицензии), а лицензиат (покупатель лицензии) получает право использования предметом лицензии на определенных условиях.

Различают лицензии патентные и беспатентные. *Патентные лицензии*, например, на использование изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, обеспечены патентной защитой. Потому, собственно говоря, они так и называются. *Беспатентные лицензии* – это лицензии на ноу-хау.

По объему передаваемых лицензиату прав различают три вида лицензий: полные, исключительные и неисключительные. Что они собой представляют?

Полная лицензия – это патентная лицензия, по которой лицензиар предоставляет лицензиату все права на использование изобретения, например, промышленного образца, в полном объеме на весь оставшийся срок действия патента. *Исключительная лицензия* гарантирует лицензиату исключительное право использования предмета лицензии в пределах, оговоренных соглашением. На территории данного соглашения лицензиар в таких случаях не может предоставить лицензии третьим лицам и сам не имеет право использовать предмет лицензии. Лицензия считается *неисключительной* (простой лицензией), если она предоставляет лицензиату право использовать изобретение, например, промышленный образец, ноу-хау, лишь в определенных пределах. В этом случае лицензиар имеет право пользоваться своим изобретением на той же территории и на тех же условиях, а в некоторых случаях— продать лицензию третьим лицам.

Если в случае полной лицензии лицензиату предоставляются все права без ограничений, то в случае исключительной и простой лицензий в условия соглашения вводятся те или иные ограничения: срок действия, сферы использования, объема производства и реализации продукции и т.д.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Коммерческая тайна. Изобретения. Рационализаторские предложения. Промышленные образцы. Товарные знаки. Ноу-хау. Лицензии.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Какого рода информация составляет коммерческую тайну?
2. Какие сведения не являются коммерческой тайной?
3. Какие требования предъявляются к изобретениям?
4. Какова роль рационализаторских предложений в совершенствовании производства?
5. Что подразумевается под промышленными образцами?
6. Какую роль в предпринимательской деятельности играют товарные знаки?
7. В чем состоит значение ноу-хау?

РЕШИМ ЗАДАЧУ

1 октября текущего года на фондовой бирже была заключена сделка по продаже 20 тыс. акций по курсу 100 долл. за акцию на срок до 31 октября. За октябрь курс акции понизился до 90 долл.

Кто и какую сумму выиграл («бык» или «медведь») в создавшейся ситуации?

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

НОУ-ХАУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Дорогой, тут пришли просить пожертвование на строительство школьного бассейна. Сколько им дать?

– Дай им два, нет, три ведра воды ...

ТЕМА 14. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Переход к рыночным отношениям в экономике и создание условий для свободного развития бизнеса не исключает необходимости государственного регулирования предпринимательской деятельности. Оно призвано решать, прежде всего, такие задачи, как:

- обеспечение равных условий хозяйствования субъектам всех форм собственности и развитие конкурентной среды;
- повышение ответственности субъектов бизнеса за результаты своей хозяйственной деятельности;
- защита потребителей от некачественных товаров и услуг.

14.1. ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Административно-правовое регулирование общественных отношений, складывающихся в сфере предпринимательской деятельности, осуществляется рядом методов. Это – лицензирование отдельных видов деятельности, подтверждение соответствия продукции, услуг, персонала требованиям нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации, государственная гигиеническая регистрация, контроль за соблюдением законодательства, запрещение и пресечение деятельности лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность с нарушением установленных норм и требований и др.

В интересах общественной безопасности, общественного порядка, защиты прав и свобод, нравственности, здоровья населения, охраны окружающей среды государство может устанавливать определенные требования для отдельных видов деятельности путем выдачи специальных разрешений (лицензий) на их осуществление.

Лицензирование – это комплекс реализуемых государством мер, связанных с выдачей лицензий, их приостановлением, возобновлением, продлением срока действия, а также контролем за соблюдением лицензионных требований и условий.

Перечень лицензируемых видов деятельности, а также отношения, связанные с получением лицензий, определены Декретом Президента Республики Беларусь от 14 июля 2003 г. № 17 «О лицензировании отдельных видов деятельности» и утвержденным им Положением.

В соответствии с Положением в качестве соискателя лицензии могут выступать юридические лица, индивидуальные предприниматели, а также физические лица, ходатайствующие о предоставлении им права занятия адвокатской или частной нотариальной деятельностью.

Согласно Декрету в Республике Беларусь подлежат лицензированию 49 видов деятельности, 36 из которых включают составляющие работы и услуги (банковская, ветеринарная деятельность, деятельность в области авиации, промышленной безопасности, связи, а также деятельность, связанная с использованием природных ресурсов и др.).

Так, например, деятельность по проектированию и строительству зданий и сооружений I и II уровней ответственности и проведению инженерных изысканий для этих целей включает более 20 видов работ и услуг.

Лицензия выдается на конкретный вид деятельности (с указанием составляющих его работ и услуг) и действует на всей территории Республики Беларусь или ее части в соответствии с законодательством.

Лицензирующими органами, уполномоченными выдавать специальные разрешения, являются республиканские органы государственного управления и иные государственные организации, подчиненные правительству, Национальный банк, местные исполнительные и распорядительные органы.

Для получения лицензии соискатель представляет в соответствующий лицензирующий орган документы, которые должны быть рассмотрены в месячный срок со дня их подачи. Указанный срок может быть продлен на период проведения проверки или экспертизы соответствия возможностей соискателя лицензионным требованиям и условиям (но не более чем на 15 дней). Расходы, связанные с проведением экспертизы, возмещаются соискателем лицензии и лицензирующим органом в равных долях. Таким образом, общий срок не может превышать 45 дней.

В выдаче лицензии *может быть отказано* в следующих случаях:

- ◆ при наличии в документах недостоверных сведений;
- ◆ несоответствии представленных документов требованиям положения о лицензировании вида деятельности;
- ◆ наличии заключения о несоответствии возможностей соискателя лицензионным требованиям и условиям по результатам проверки или экспертизы.

Лицензия выдается *на срок не менее 5 и не более 10 лет*. Срок ее действия по его окончании может быть продлен по заявлению лицензиата. За выдачу лицензии взимается лицензионный сбор в сумме, эквивалентной **90 евро**. За внесение изменений или дополнений в лицензию, продление срока ее действия, выдачу дубликата взимается лицензионный сбор в размере 50 % платы за выдачу лицензии (т.е. 45 евро). За выдачу копии лицензии, заверенной лицензирующим органом (в случае ее утраты) взимается сбор в сумме 5 евро.

В случае выявления в течение календарного года нарушений лицензиатом установленных требований и условий осуществления лицензируемого вида деятельности орган, выдавший лицензию, выносит предписание об устранении нарушений с указанием срока устранения (не свыше 6 месяцев). В случае обнаружения грубого нарушения может быть принято решение об аннулировании лицензии.

Действие лицензии *прекращается*:

- ◆ по истечении срока, на который она выдана;
- ◆ по решению лицензирующего органа (в случае аннулирования лицензии, ликвидации или реорганизации лицензиата, принятия им решения о прекращении осуществления лицензируемого вида деятельности);
- ◆ по решению суда (об аннулировании лицензии либо в случае нарушения лицензиатом лицензионных требований и условий, что повлекло за собой причинение ущерба национальной безопасности, общественному порядку, нравственности, правам и свободам, жизни и здоровью граждан, окружающей среде).

14.2. СЕРТИФИКАЦИЯ ПРОДУКЦИИ

Правовые и организационные основы подтверждения соответствия продукции, услуг, персонала определяются Законом Республики Беларусь «Об оценке соответствия требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации».

В соответствии с положениями указанного закона, **подтверждение соответствия** – это деятельность специально уполномоченных государственных органов и аккредитованных организаций по определению и документальному удостоверению соответствия объектов оценки требованиям технических нормативных правовых актов.

К таким правовым актам относятся технические регламенты, кодексы установившейся практики, государственные стандарты Республики Беларусь, технические условия. При этом действие указанного закона не распространяется на отношения, возникающие при оценке соответствия в области здравоохранения, оказания юридических услуг, бухгалтерского учета и эмиссии ценных бумаг.

Подтверждение соответствия может носить обязательный или добровольный характер.

Обязательное подтверждение соответствия осуществляется в *формах*:

- обязательной сертификации;
- декларирования соответствия.

Добровольное подтверждение соответствия осуществляется в форме добровольной сертификации. **Критериями** при формировании перечней продукции, услуг, персонала, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь, являются:

- потенциальная опасность продукции, услуг, деятельности персонала для жизни, здоровья и наследственности человека, имущества и окружающей среды;
- несовместимость технических средств отечественного и иностранного производства.

Обязательная сертификация осуществляется аккредитованным органом по сертификации на основе договора с заявителем на подтверждение соответствия.

Декларирование соответствия осуществляется заявителем в отношении продукции одним из следующих *способов*:

- ◆ путем принятия декларации о соответствии на основании собственных доказательств;

♦ путем принятия декларации о соответствии на основании собственных доказательств и доказательств, полученных с участием аккредитованного органа по сертификации и (или) аккредитованной испытательной лаборатории (центра).

Схемы подтверждения соответствия при обязательной сертификации и декларировании устанавливаются соответствующим техническим регламентом, а в случае, если схемы подтверждения соответствия в нем не установлены либо технический регламент отсутствует, — техническим нормативным правовым актом в области технического нормирования и стандартизации, утвержденным Комитетом по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Республики Беларусь.

Если схемой подтверждения соответствия при обязательной сертификации и декларировании соответствия установлена необходимость проведения испытаний продукции, то они проводятся аккредитованной испытательной лабораторией (центром) на основании договора с заявителем на подтверждение соответствия.

Положительные результаты подтверждения соответствия удостоверяются **сертификатом соответствия** или сертификатом компетентности.

Реализация продукции, оказание услуг и деятельность персонала, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в РБ, без наличия документов об оценке соответствия запрещаются.

Добровольная сертификация осуществляется аккредитованным органом по сертификации по инициативе заявителя на подтверждение соответствия на основе договора.

При добровольной сертификации заявитель на подтверждение соответствия самостоятельно выбирает технические нормативные правовые акты в области технического нормирования и стандартизации, на соответствие которым осуществляется добровольная сертификация, и определяет номенклатуру показателей, контролируемых при добровольной сертификации объектов оценки соответствия. В номенклатуру этих показателей в обязательном порядке включаются показатели безопасности, если они установлены в технических нормативных правовых актах в области технического нормирования и стандартизации на данный объект оценки соответствия.

Документы об оценке соответствия, протоколы испытаний продукции, полученные за пределами Республики Беларусь, могут быть признаны на основании действующих для Республики Беларусь международных договоров.

Порядок признания указанных документов об оценке соответствия, протоколов испытаний продукции устанавливается международными договорами, а если это ими не установлено Комитетом по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров РБ.

14.3. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ГИГИЕНИЧЕСКАЯ РЕГИСТРАЦИЯ И РЕГЛАМЕНТАЦИЯ

В соответствии с Законом РБ «О санитарно-эпидемическом благополучии населения» **государственная гигиеническая регистрация** – это система учета впервые производимых в Республике Беларусь или поступивших из-за ее пределов продукции, веществ, материалов, которые на основании экспертной оценки документации и лабораторных исследований признаны соответствующими требованиям санитарных правил.

Государственной гигиенической регистрации и регламентации подлежат производимые в Республике Беларусь и закупаемые по импорту химические и биологические вещества, материалы и изделия из них, представляющие потенциальную опасность для здоровья людей, а также продукция производственно-технического назначения, товары для личных (бытовых) нужд, включая продовольственное сырье и пищевые продукты, а также материалы и изделия, применяемые для производства, упаковки, хранения,

транспортировки, продажи, иных способов отчуждения продовольственного сырья и пищевых продуктов и их использования.

Порядок проведения государственной гигиенической регистрации и регламентации устанавливается правительством Республики Беларусь.

Государственная гигиеническая регламентация и регистрация продукции осуществляется с **целью** выявления ее свойств, представляющих опасность для жизни и здоровья человека, и оценки соответствия продукции, условий ее изготовления и оборота требованиям санитарных правил, норм и гигиенических нормативов, предотвращения вредного воздействия продукции на здоровье человека при ее производстве и использовании. Для установления соответствия (несоответствия) продукции и представленной на нее документации требованиям санитарных норм, правил и гигиенических нормативов производится **гигиеническая экспертиза**.

Государственная гигиеническая регистрация продукции предшествует процедуре проведения ее сертификации в установленном порядке. Государственную гигиеническую регламентацию и регистрацию осуществляет Министерство здравоохранения РБ и уполномоченные им органы и организации (центры гигиены и эпидемиологии).

Перечень продукции, подлежащей государственной гигиенической регламентации и регистрации, утверждается Министерством здравоохранения Республики Беларусь.

Порядок проведения государственной гигиенической регламентации и регистрации включает:

- ◆ прием и регистрацию заявления установленного образца на проведение государственной гигиенической регламентации и регистрации;
- ◆ предварительную экспертную оценку представленных документов и образцов продукции;
- ◆ определение порядка и необходимого объема проведения гигиенической экспертизы;
- ◆ выбор аккредитованной лаборатории для проведения исследований, выдачу направления на отбор проб (образцов) продукции и проведение лабораторных исследований;
- ◆ экспертизу результатов санитарно-гигиенических, токсикологических и иных видов исследований продукции;
- ◆ оформление договора на оплату работ, связанных с государственной гигиенической регламентацией и регистрацией продукции;
- ◆ внесение сведений о продукции, ее изготовителе в Государственный гигиенический регистр химических и биологических веществ, материалов и изделий из них, продукции производственно-технического назначения, товаров для личных (бытовых) нужд, продовольственного сырья и пищевых продуктов, а также материалов и изделий, применяемых для производства, упаковки, хранения, транспортировки, продажи, иных способов отчуждения продовольственного сырья и пищевых продуктов и их использования;
- ◆ оформление и выдачу заявителю удостоверения о государственной гигиенической регистрации продукции.

Государственная гигиеническая регистрация продукции осуществляется в *срок, не превышающий 30 дней* со дня представления заявителем необходимых документов, перечень которых утверждается Министерством здравоохранения РБ. Оформление и выдача удостоверений о государственной гигиенической регистрации продукции производится в течение 5 дней после представления заявителем документа, подтверждающего оплату за ее осуществление.

В государственной гигиенической регистрации продукции *может быть отказано* в случае несоответствия ее качества и безопасности требованиям санитарных норм, правил и гигиенических нормативов. Решение об отказе в государственной тех-

нической регистрации продукции в 3-дневный срок с даты вынесения решения доводится до заявителя в письменной форме с обоснованием причин отказа.

Документом, подтверждающим государственную гигиеническую регистрацию, является **удостоверение**, форма которого утверждается Министерством здравоохранения РБ. Порядок признания зарубежных документов о гигиенической регистрации (гигиенических сертификатов, гигиенических заключений и других документов), выданных в странах, с которыми Беларусь имеет соглашение о взаимном признании указанных документов, устанавливается в соответствии с этими соглашениями.

Срок действия удостоверения о гигиенической регистрации составляет:

- ◆ на продукцию серийного производства – три года;
- ◆ на опытную партию или продукцию, ввозимую по договору (контракту) поставки, – до одного года;
- ◆ на технологическое оборудование для производства пищевой и парфюмерно-косметической продукции, торговое оборудование или иное производственное оборудование, установленное при производстве и подлежащее государственной гигиенической регистрации, — на период эксплуатации в условиях указанного производства.

По истечении срока действия удостоверения о государственной гигиенической регистрации в соответствии с требованиями, указанными выше, оформляется новое удостоверение.

Государственной гигиенической регистрации *не подлежат*:

- ◆ пищевые продукты отечественного производства с ограниченными (до 30 дней) сроками годности и (или) требующие специальных температурных условий хранения (+6°C и ниже);
- ◆ продукция, произведенная в Республике Беларусь по заказам и нормативно-технической документации зарубежных фирм и предназначенная для реализации за ее пределами;
- ◆ выставочные и рекламные образцы продукции, не предназначенные для реализации и использования в Республике Беларусь;
- ◆ продукция, бывшая в употреблении, в том числе реализуемая через магазины и отделы комиссионной торговли;
- ◆ имущество, обращенное в доход государства.

При установлении фактов несоответствия зарегистрированной продукции санитарным нормам, правилам и гигиеническим нормативам по результатам проверок, проведенных в порядке государственного санитарного надзора, Главный государственный санитарный врач РБ (либо его заместитель), главные санитарные врачи областей и г. Минска (либо их заместители) имеют право в установленном порядке приостановить действие удостоверения о государственной гигиенической регистрации и назначить повторную гигиеническую экспертизу продукции.

При получении экспертного заключения о несоответствии продукции, на которую приостановлено действие удостоверения гигиенической регистрации, санитарным нормам, правилам и гигиеническим нормативам при ее повторной гигиенической экспертизе действие удостоверения отменяется.

Постановление Главного государственного санитарного врача о приостановлении либо об отмене действия удостоверения о государственной гигиенической регистрации в течение 5 дней доводится до сведения заявителя и других заинтересованных организаций, осуществляющих контроль за производством, реализацией и использованием продукции.

Заявители, осуществляющие производство, реализацию и (или) применение продукции, на которую отменено действие гигиенической регистрации, обязаны приостановить указанную деятельность и (или) изъять продукцию из обращения.

14.4. ИМУЩЕСТВЕННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПРЕКРАЩЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Пределы ответственности предпринимателя устанавливаются действующим законодательством, учредительными документами или договором с собственником имущества.

Имущественная ответственность предпринимателя, осуществляющего свою деятельность на основе контракта (договора), должна быть определена в контракте (договоре). Она может обеспечиваться внесением залоговой суммы или предоставлением для этих целей личного имущества.

Предприниматель, осуществляющий свою деятельность без образования юридического лица, отвечает по обязательствам имуществом, принадлежащим ему на праве собственности. Перечень имущества, на которое не может быть обращено взыскание по претензиям кредиторов, устанавливается Гражданским процессуальным кодексом Республики Беларусь.

Имущественная ответственность наступает в случаях:

- нарушения действующего законодательства;
- невыполнения заключенных договоров;
- нарушения прав собственника и других субъектов;
- загрязнения окружающей среды;
- обмана потребителя в отношении качества товара, способа его применения, предоставления неполной информации для умышленного введения потребителя в заблуждение;
- сообщения или распространения о конкурентах ложных сведений;
- выпуска товаров с внешним оформлением, применяемым другими производителями;
- незаконного доступа к коммерческой тайне конкурента или ее разглашения;
- использования чужого товарного знака, фирменного наименования или производственной марки без разрешения участника хозяйственного оборота, на имя которого они зарегистрированы;
- заключения договоров, когда известно о невозможности их выполнения, и в других случаях недобросовестного предпринимательства.

В перечисленных выше случаях суд по иску заинтересованной стороны может обязать предпринимателя, осуществившего указанные действия, прекратить противоправные действия, восстановить положение, предшествовавшее правонарушению, возместить причиненный ущерб и осуществить иные действия, предусмотренные законодательством.

Прекращение предпринимательской деятельности осуществляется по решению предпринимателя, собственника имущества (уполномоченного им органа) либо по решению суда.

Предпринимательская деятельность прекращается судом в случаях:

- неоднократного или грубого нарушения законодательства;
- признания предпринимателя банкротом;
- осуществления предпринимателем деятельности, занятие которой запрещено;
- осуществления предпринимателем деятельности, требующей получения специального разрешения (лицензии), без наличия такого разрешения;
- нарушения норм экологической безопасности.

Предпринимательская деятельность, осуществляемая на основе контракта (договора), может быть прекращена по истечении срока такого контракта (договора) либо

при его досрочном расторжении в случаях, предусмотренных в контракте (договоре), или по соглашению сторон.

В случае смерти предпринимателя, осуществляющего свою деятельность на основе частной собственности, его права и обязанности переходят к его наследникам. Прекращение предпринимательской деятельности, осуществляемой с образованием юридического лица, производится на основании Закона о предприятиях и другого законодательства.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Лицензирование предпринимательской деятельности. Сертификация продукции. Государственная гигиеническая регистрация и регламентация. Имущественная ответственность предпринимательства.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Почему некоторые виды предпринимательской деятельности необходимо лицензировать?
2. Какие виды предпринимательской деятельности лицензируются?
3. Что дает предпринимателю сертификация продукции?
4. Чем вызвана необходимость государственной гигиенической регистрации и регламентации?
5. Какие причины могут вызвать прекращение предпринимательской деятельности?

РЕШИМ ЗАДАЧУ

Допустим, что фирма ЗАО «ЗимаЛето» за год продала в Беларуси 2 тыс. одинаковых костюмов на 392 тыс. руб. При этом нам известно, что стоимость приобретенного фирмой промежуточного продукта, воплощенного в одном костюме, составляет 100 руб., а величина процентной ставки НДС равна 20%.

Определите величину НДС в одном костюме.

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

СТАРУШКА И ПРОДАВЕЦ

Старушка обращается к продавцу:

- Взвесьте мне, пожалуйста, десять килограммов муки. Хотя, знаете, десять килограммов я, пожалуй, не донесу.
- Ничего, бабуся, смело берите десять, я вам так взвешу, что вы донесете.

ОБЕЩАНИЕ МИЛЛИОНЕРА

– Доктор, если я выздоровлю, то пожертвую 500 тыс. долл. на вашу новую больницу, – хрипит больной миллионер.

Через несколько месяцев врач встречает бывшего пациента. Вид у того цветущий.

– Я рад, что вы прекрасно чувствуете, и хотел бы поговорить о деньгах для новой больницы, которые вы мне обещали.

Я обещал?! – удивляется миллионер. – Как я тяжело был болен, даже бредил.

ТЕМА 15. ФАКТОРЫ, ИЗДЕРЖКИ И ДОХОДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

15. 1. ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА И ЗАКОН ПЕРЕМЕННОЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

В дальнейших рассуждениях мы будем исходить из того, что предприниматель создает фирму с целью производства и реализации продукции.

Какие факторы производства использует предприниматель? Для производственной деятельности фирма использует, в первую очередь, три группы факторов: работников, производительный капитал и природные ресурсы. Под *капиталом* вообще будем понимать любое благо, которое приносит его владельцу доход.

Производительным капиталом являются средства производства, используемые для производства продукции. Этот капитал постоянно находится в движении, или совершает оборот. *Время оборота капитала* – это период времени от момента авансирования ресурсов в денежной форме до момента их возвращения в денежном выражении.

Производительный капитал, в свою очередь, делится на основной капитал и оборотный. *Капитал основной* – это часть средств производства, которая функционирует в процессе производства длительный период времени, например, станки. В процессе производства он подвергается износу и поэтому его стоимость включается в затраты на производимую продукцию по частям в меру износа. *Износ основного капитала* – потеря им своей стоимости и потребительских свойств. Различают физический и моральный износ капитала.

Физический износ – это потеря основным капиталом потребительских свойств в результате его использования в производстве или под воздействием внешней среды (коррозия, выветривание и т.д.). *Моральный износ* – это потеря основным капиталом части своей стоимости вследствие роста производительности труда, НТП. В учебной экономической литературе обычно указывают два вида морального износа основного капитала. В первом случае теряется часть его стоимости в связи с появлением более дешевых станков, машин, оборудования и т.д. Второй вид морального износа состоит в том, что действующие средства труда вытесняются новыми, более производительными. Все это верно, но моральный износ может выделяться и по другим признакам, и трактовать его можно более широко. Новое оборудование, например, может отличаться не только высокой производительностью и меньшей ценой, но и быть безотходным, экологически чистым, выполнять больше функций, потреблять меньше электроэнергии и т.д.

Процесс возмещения износа основного капитала посредством включения его в затраты по производству создаваемых благ называется *амортизацией*. Сама же сумма денег, направляемая на возмещение износа основного капитала, называется *амортизационными отчислениями (АО)*. Как формируется амортизационный фонд, предназначенный для замены изнашиваемого оборудования? Предположим, что некто за 500 руб. приобрел швейную машину и предполагаемый срок ее эксплуатации равен 5 лет. Для того чтобы через пять лет купить новую машину, нужно ежегодно откладывать по 100 руб. для возмещения износа. Наглядное представление о формировании фонда амортизации дает таблица 15.1. В нашем примере определить годовой фонд амортизации (A_g) довольно просто:

$$A_g = K_{ос} / C_{сл}, \quad (15.1)$$

где $K_{ос}$ – цена покупки основного капитала, $C_{сл}$ – предполагаемый срок службы.

Табл. 15.1. Процесс формирования фонда амортизации

Годы	Стоимость швейной машины; руб.	Фонд амортизации; руб.
1	400	100
2	300	200
3	200	300
4	100	400
5	0	500

Для оценки износа основного капитала используется и такой показатель, как норма амортизации (A_n), которая представляет собой отношение суммы амортизационных отчислений за год к стоимости основного капитала:

$$A_n = A_r \cdot 100\% / K_{oc}. \quad (15.2)$$

Быстрый моральный износ основного капитала ведет к повышению нормы амортизации. Современный этап НТР обуславливает сокращение сроков амортизации, применение метода укоренной амортизации.

По своему составу основной капитал подразделяется на активную и пассивную части. К активной части относятся те средства труда, которые непосредственно воздействуют на предметы труда, например, станки, машины, оборудование, измерительные и регулирующие устройства и приборы, промышленные роботы, лазерная техника. К пассивной части основного капитала относятся здания и сооружения, транспорт.

Помимо основного капитала в состав производительного капитала входит и *оборотный капитал* (Коб) – часть средств производства, стоимость которой полностью включается в затраты на производство продукции. К нему относятся предметы труда, то есть сырье и вспомогательные материалы. Экономия оборотного капитала, постоянное улучшение его использования – одно из условий повышения эффективности производства.

Разные части производительного капитала имеют неодинаковую скорость оборота. Оборот, например, производственных зданий может исчисляться десятками лет, а оборудования – в несколько раз меньше.

В процессе производства продукции ресурсы превращаются в факторы производства и взаимодействуют друг с другом.

Закон переменной производительности факторов производства. В экономике предприятия действует закон переменной производительности факторов производства. На условном конкретном примере выясним, какую существенную причинно-следственную связь между количеством работников, занятых в хозяйстве, и их средней производительностью труда он выражает.

С этой целью предположим, что производством кукурузы занимаются шесть совершенно одинаковых фермерских хозяйств, как по площади и плодородию земли, так и по количеству и качеству техники, и единственным переменным фактором производства кукурузы в них является количество работников, которое меняется от хозяйства к хозяйству от одного до шести. И наша с вами задача, уважаемые читатели, заключается в определении оптимального количества работников по критерию средней производительности труда, или среднему продукту на одного работника (AP). С этой целью введем и такое понятие, как индивидуальная (единичная) производительность труда (P_i). Под единичной производительностью будем подразумевать производительность каждого отдельного работника, или количество продукции, которое работник производит в единицу времени. Результаты деятельности фермерских хозяйств приводятся в таблице 15.2.

Табл. 15.2. Динамика количества работников (L), объема производства кукурузы (TP, в т), среднего продукта (AP) и индивидуальной производительности (Pi)

L	TP	AP	Pи
1	50	50	50
2	160	80	110
3	300	100	140
4	400	100	100
5	450	90	50
6	360	60	- 90

Теперь, по данным таблицы 15.2, построим кривые среднего продукта (AP), или средней производительности труда работников, и индивидуальной производительности труда (Pi). На рис. 15.1 видно, что оптимальное количество работников фирмы равно четырем.

Из сказанного можно вывести и *правило оптимума количества работников*. Согласно этому правилу, количество работников на фирме является оптимальным, если средняя производительность близка к индивидуальной производительности:

$$AP = Pи. \quad (15.3)$$

Кривая, описывающая динамику средней производительности труда наемных работников, позволяет нам сделать вывод о том, что в микроэкономике действует **закон переменной производительности труда**, согласно которому производительность фактора производства сначала растет, достигает оптимума, а затем снижается.

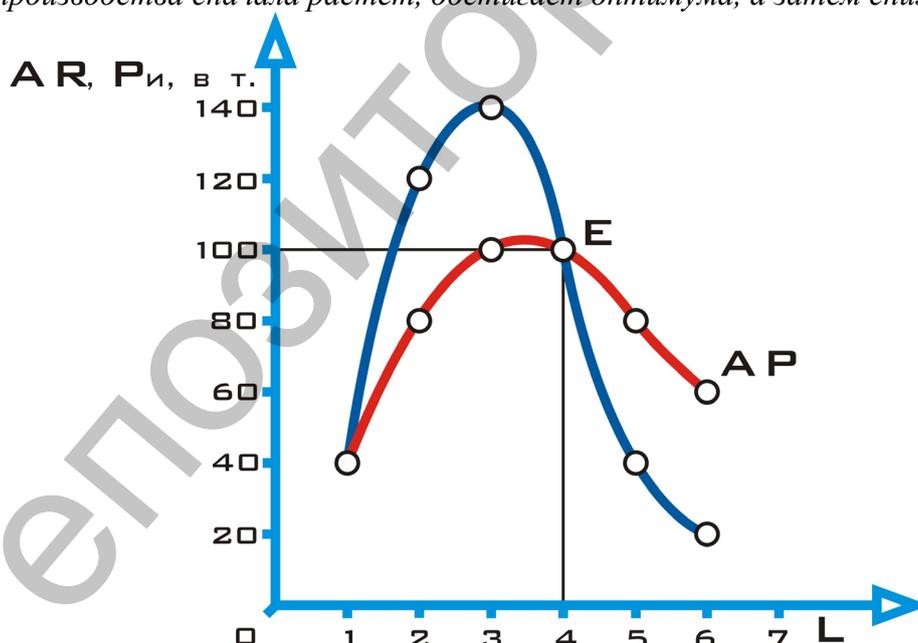


Рис. 15.1. Кривые среднего продукта (AP) и индивидуальной производительности (Pi)

Объяснение этому закону простое. Приведем такой пример. В ткацком цехе камвольного комбината на одну ткачиху приходится 50 станков. В этом случае производительность труда будет наименьшая, так как станки будут обслуживаться

наихудшим образом. По мере увеличения количества ткачих, очевидно, их средняя производительность сначала повысится, положим, когда их станет пятеро достигнет максимума, а затем станет снижаться. В качестве переменного фактора, при неизменном количестве ткачих, могут выступать и станки. Тогда, увеличивая количество станков, мы повышаем их отдачу, она достигнет максимума, а затем будет снижаться.

15.2. ИЗДЕРЖКИ И ИХ ВИДЫ

Любой субъект хозяйствования, организуя производство и реализацию продукции, несет при этом соответствующие издержки. Но что это такое? *Издержки в широком смысле этого слова* представляют собой затраты фирм по использованию ресурсов на производство и реализацию продукции.

Формы издержек многообразны, и в зависимости от избранного признака можно выделить и различные классификации видов издержек. Такими признаками могут быть принадлежность используемых ресурсов, зависимость издержек от количества производимой продукции, издержки на единицу продукции.

Бухгалтерские и экономические издержки. На издержки можно посмотреть глазами, как бухгалтера, так и экономиста, и классифицировать их **по источнику используемых ресурсов**. Дело в том, что для производства и реализации продукции можно использовать как ресурсы, приобретаемые на рынке, так и свои собственные. К числу первых, например, относятся издержки, связанные с прямыми денежными платежами поставщикам факторов производства и комплектующих, то есть фактических затрат фирмы. Это заработная плата, расходы на сырье, оплату транспортных услуг, за использование воды, газа, электроэнергии и т.д. Они еще называются *внешними (явными)*. Такого рода издержки играют важную роль для бухгалтерии, так как связаны с прямыми выплатами другим лицам. Их еще называют *бухгалтерскими издержками*.

Вместе с тем бухгалтерские издержки не включают стоимость ресурсов, принадлежащих самой фирме. Для их количественной оценки используется так называемый альтернативный подход. Суть его состоит в том, что владельцы фирм приравнивают доход от использования своих собственных ресурсов и денежные поступления, которые они могли бы получить, если бы предоставляли эти услуги другим хозяйствующим субъектам. Можно, например, сдать помещение в аренду и получать арендную плату. Сам владелец фирмы мог бы работать на другой фирме, например, в качестве менеджера. Такие альтернативные издержки использования своих ресурсов, недополученные в обмен на явные платежи, называются *неявными (внутренними)*. Их еще называют *имплицитными издержками*. Это неоплачиваемые издержки фирмы. К их числу относят неявный заработок предпринимателя и членов его семьи, неявный процент на собственный капитал, неявную арендную плату. Обычно такие издержки в бухгалтерском отчете не отражаются. Если величину неявных издержек прибавим к явным издержкам, то получим *экономические издержки*. Они зависят от количества используемых ресурсов и цен на них.

Поясним разницу между явными (бухгалтерскими) и неявными издержками на примере. Предположим, что наша задача состоит в том, чтобы рассчитать бухгалтерские и экономические издержки частной пельменной, в которой заняты: сам предприниматель, его жена и наемный работник. Кроме того, используются также свое помещение и транспорт (таблица 15.3).

Табл. 15.3. Бухгалтерские и экономические издержки частной пельменной; в тыс. руб.

№	Наименование издержек	Бухгалтерские издержки	Экономические издержки
1	Заработная плата работника	1,5	1,5
2	Мука, фарш и др. расходы	4,5	4,5
3	Плата за газ, воду, электроэнергию	1,0	1,0
4	Амортизация собственного основного капитала		2,0
5	Неявная заработная плата предпринимателя в качестве управляющего в аналогичной фирме		3,0
6	Неявный заработок жены		2,0
7	Процент на вложенный в производство собственный капитал		2,0
	Итого	7	16

По данным таблицы, бухгалтерские издержки составляют 7 тыс. руб., а экономические – 16 тыс. руб. В неявные издержки предприниматель включил амортизацию собственного капитала, свой неявный заработок и жены и процент на вложенный в дело капитал, который он мог бы получать, поместив деньги в банк.

Итак, издержки определяются, измеряются и классифицируются с точки зрения экономистов, которых интересует текущая и прогнозируемая деятельность фирмы, и бухгалтеров, для которых, прежде всего, важен финансовый отчет, а также баланс фирмы. Разница между экономическими и бухгалтерскими издержками зависит от объема и вида ресурсов, приобретаемых фирмой на рынке.

Издержки можно классифицировать и по временным периодам, в течение которых фирма принимает решение по поводу производства товаров. Для того чтобы изменить объем производства, фирме приходится корректировать величину и структуру затрат. Одни затраты можно изменить довольно быстро, другие же требуют определенного времени.

Постоянные и переменные издержки. В краткосрочном периоде времени фирма может увеличить объем производства продукции за счет более рационального использования производственных мощностей, например, нанять дополнительных работников, купить больше сырья, увеличить коэффициент сменности обслуживания оборудования и т.д. В таком периоде затраты могут быть либо постоянными, либо переменными.

Постоянные издержки (FC) – представляют собой сумму затрат, не зависящих от изменений объема производства. Они связаны с самим существованием фирмы и должны быть оплачены, даже если фирма ничего не производит. Постоянные издержки включают в себя амортизационные отчисления на здания и оборудование; налог на имущество; страховые платежи; ремонт; эксплуатационные расходы; платежи по облигациям; жалование высшему управленческому персоналу и др.

Переменные издержки (VC) – это стоимость ресурсов, используемых непосредственно для производства определенного количества продукции. К ним относятся, например, затраты на сырье, топливо, энергию; оплата транспортных услуг; заработная плата работников-сдельщиков и т.д. В отличие от постоянных издержек переменные издержки зависят от объема производства продукции.

Сумма постоянных и переменных издержек образует *общие издержки (TC)*:

$$TC = FC + VC. \quad (15.4)$$

Предположим, что предприниматель на месяц взял в аренду помещение и оборудование, а величина арендной платы равна 50 тыс. руб. С помощью арендованного оборудования в течение месяца можно изготовить семь единиц продукции. Данные по переменным и постоянным издержкам (в тыс. руб.) на производство продукции приводятся в таблице 15.4.

Табл. 15.4. Постоянные, переменные и общие издержки на производство продукции в месяц; в тыс. руб.

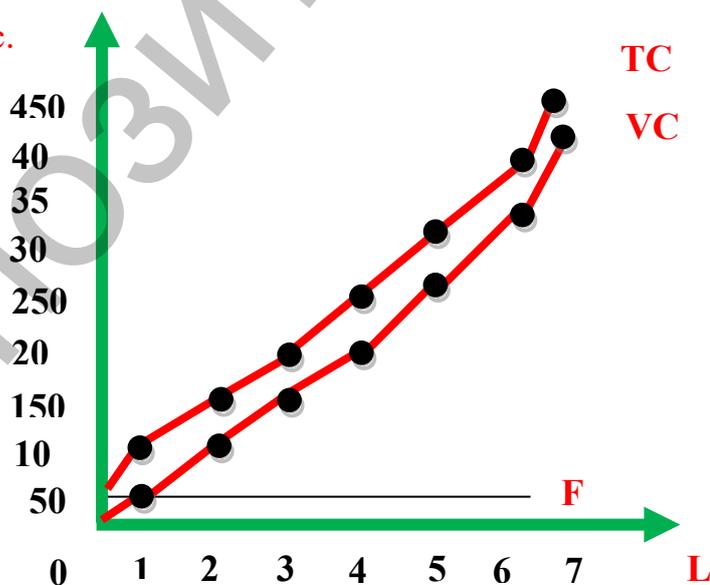
Количество продукции, в шт	FC	VC	TC
0	50	—	50
1	50	60	110
2	50	110	160
3	50	150	200
4	50	200	250
5	50	260	310
6	50	330	380
7	50	410	460

Далее, по данным таблицы, изобразим кривые постоянных, переменных и общих издержек (рис. 15.2).

Кривые VC и TC, обратите на это внимание, соответствующим образом изогнуты. Изгиб объясняется действием закона переменной производительности факторов производства. Кривая же TC сдвинута относительно кривой VC на величину FC = 50 тыс. руб.

Кривые VC и TC, обратите на это внимание, соответствующим образом изогнуты. Изгиб объясняется действием закона переменной производительности факторов производства. Кривая же TC сдвинута относительно кривой VC на величину FC = 50 тыс. руб.

Издержки, в тыс.



Количество продукции, в

Рис. 15.2. Кривые постоянных, переменных и общих издержек

Кривые VC и TC , обратите на это внимание, соответствующим образом изогнуты. Изгиб объясняется действием закона переменной производительности факторов производства. Кривая же TC сдвинута относительно кривой VC на величину $FC = 50$ тыс. руб.

Средние и единичные издержки. Теперь поставим перед собой более сложную задачу. Постараемся определить, при каком выпуске продукции средние переменные и средние общие издержки в нашем примере будут минимальными. Все необходимые для этого данные приводятся в таблице 15.5.

Табл. 15.5. Средние постоянные (AFC), средние переменные (AVC), средние общие (ATC) издержки, единичные издержки (C_e); в тыс. руб.

Q	AFC	AVC	ATC	C_e
1	50	60	110	60
2	25	55	80	50
3	17	50	67	40
4	12,5	50	62,5	50
5	10	52	62	60
6	8	55	63	70
7	7	60	67	80

Как были получены данные, приведенные в таблице 15.5? Ничего сложного: $AFC = FC / Q$, $AVC = VC / Q$, $ATC = TC / Q$, где Q – количество производимой продукции. А единичные издержки (C_e) — это прирост издержек, необходимых для производства дополнительной единицы продукции. Они, легко заметить, по величине совпадают с приростом общих переменных издержек (см. таблицу 15.5). Далее, по данным таблицы 15.5, построим кривые AFC , AVC , ATC и C_e (рис. 15.3).

AFC, AVC, ATC, C_e ; в тыс. руб.

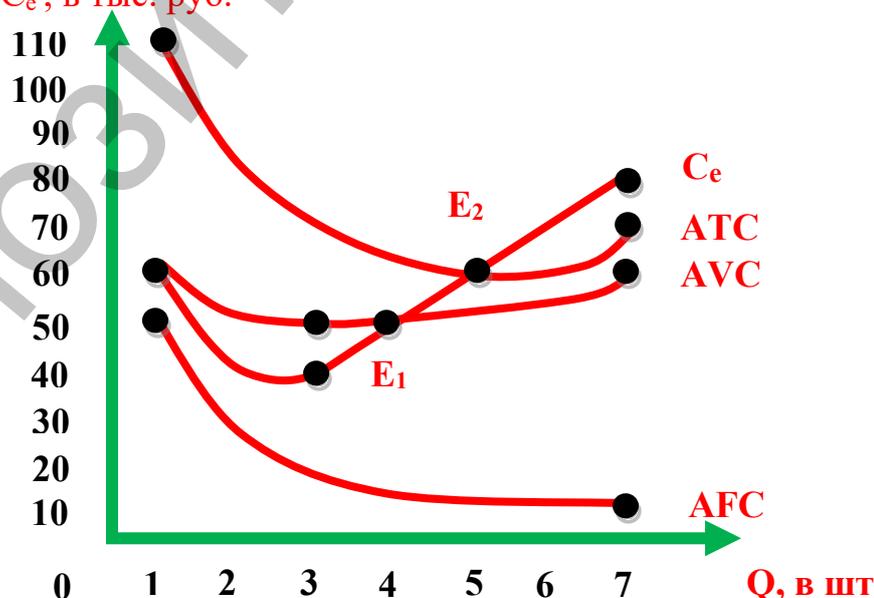


Рис. 15.3. Кривые средних издержек и точки их минимума. Кривая единичных издержек

В нашем примере минимум AVC приходится на выпуск четырех единиц продукции, а в точка E_1

$$AVC \approx Ce = MC_1, \quad (15.5)$$

где MC_1 – предельные единичные издержки.

Это значит, что прирост общих издержек на производство четвертой единицы продукции и обеспечивает минимум средних переменных издержек.

Далее, если объем производства будет доведен до пяти единиц продукции, тогда будет обеспечен минимум ATC . В таком случае будет реализовано правило

$$ATC \approx Ce = MC_2. \quad (15.6)$$

В точке E_2 средние общие издержки равны единичным и совпадают по величине с предельными издержками. Эта точка показывает, что дальнейшее наращивание объема производства продукции является нерациональным.

Таким образом, как видно из приведенного примера, знание правил микроэкономики и владение экономико-математическими методами позволяет предпринимателю определить оптимальный объем производства продукции.

До сих пор речь шла о коротком периоде времени. Теперь же постараемся выяснить, какую специфику привносит долгосрочный период?

Что такое эффект масштаба? Долгосрочный период времени – это период времен, достаточный для изменения производственных мощностей фирмы, то есть масштаба производства. Так, например, фермер может построить еще одну ферму и увеличить производство молока вдвое. Для этого, разумеется, требуются и время, и деньги.

Особенность долгосрочного периода заключается в том, что в нем все факторы производства переменные. Для определения же оптимальных размеров производства достаточно оперировать средними общими издержками (AC).

В этом периоде действует **эффект масштаба**. Он состоит в том, что по мере укрупнения фирмы, ее средние издержки сначала убывают до минимума, а затем возрастают. Этот эффект определяется действием закона переменной производительности факторов производства. Эффект масштаба, следовательно, складывается из двух эффектов: положительного и отрицательного.

Положительный эффект масштаба определяется целым рядом факторов. Во-первых, он связан со специализацией труда. Крупная фирма, например, может нанять специалистов по менеджменту, маркетингу, организовать отдел рекламы и т.д. Во-вторых, источником экономии на крупных предприятиях являются новые технологии. Малые фирмы не всегда могут использовать дорогостоящие, но более производительные машины или станки. По мере роста размеров фирмы появляется возможность более эффективно использовать производительный капитал, что снижает общие издержки. Мы с вами уже знаем, что по мере роста объема производства продукции снижаются средние постоянные издержки. В-третьих, крупные предприятия также обладают большими возможностями для производства побочной продукции. Крупный мясокомбинат, например, может изготавливать и клей, и удобрения, и лекарства, и др. продукты, которые малые фирмы бы не производили.

Отрицательный эффект масштаба является следствием таких факторов, как рост управленческих расходов, увеличение издержек на содержание информационных служб. Кроме того, могут не совпадать интересы собственников фирмы и менеджеров. Возможно противоречие между администрацией и рабочими и т.д.

Эффект масштаба играет важную роль в различных отраслях производства. Он определяет конкурентоспособность, как отдельной фирмы, так и отрасли в целом. Если действует положительный эффект масштаба, тогда выгодно организовать крупную фирму.

В отдельных сферах экономики преимущество имеют, напротив, мелкие предприятия. В первую очередь это относится к сфере услуг. Однако в автомобилестроении, сталелитейной промышленности, энергетике и в ряде других отраслей малые фирмы просто не смогут обеспечить эффективного объема производства и окажутся нежизнеспособными.

15.3. ДОХОДЫ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ФИРМ

После того, как продукция произведена, она реализуется покупателям, в результате чего фирма получает соответствующий доход.

Доходы фирм и их виды. В западной экономической литературе различают общий (совокупный), средний и предельный доходы.

Под *совокупным доходом* подразумевается сумма, поступающая фирме от продажи продукции, или выручка. Она рассчитывается по формуле

$$TR = P \cdot Q, \quad (15.7)$$

где TR – общий доход, P – цена единицы продукции, Q – количество проданной продукции.

Как используется выручка в АО? Из выручки (B), прежде всего, вычитаются издержки на производство и реализацию продукции. Полученная разница составляет валовую прибыль. Если же от валовой прибыли вычесть налоги и другие обязательные платежи, то получим чистую прибыль. Сама же чистая прибыль распределяется на следующие составные части: средства на поощрение работников; дивиденды по привилегированным акциям; дивиденды по обыкновенным акциям; инвестиции в производство; инвестиции в социальную сферу; резервный фонд.

Средний доход (AR) представляет собой доход, который образуется в среднем от продажи единицы продукции. Рассчитывается он следующим образом:

$$AR = TR / Q. \quad (15.8)$$

В том случае, если цены стабильны, то средний доход равен цене единицы продукции.

Выделяют западные экономисты и так называемый *предельный доход*, под которым подразумевают дополнительный доход, который приносит реализация дополнительной единицы продукции. На самом деле речь идет не о предельном доходе, а о единичном доходе:

$$Re = \Delta TR / \Delta Q, \quad (15.9)$$

где Re – единичный доход, или доход от реализации единицы продукции; ΔTR – прирост общего дохода; ΔQ – прирост выпуска продукции на единицу.

В свою очередь, объем продаж продукции и величина себестоимости определяются следующими факторами: качеством менеджмента; конкурентоспособностью продукции и уровнем цен на приобретаемые ресурсы; нормой амортизационных отчислений; налоговыми ставками и т.д.

В современных условиях прибыль выполняют стимулирующую, распределительную и учетную функции. Суть **стимулирующей функции прибыли** состоит в том, что она является фактором роста эффективности деятельности фирмы. **Распределительная функция** проявляется в том, что прибыль – источник накопления, развития производства, финансирования строительства непромышленного назначения, источник материального поощрения работников предприятия. **Учетная же функция** заключается в том, что прибыль является критерием эффективности предприятия.

Рентабельность и ее показатели. Сама по себе абсолютная величина прибыли еще не дает полного представления об эффективности фирмы. В самом деле, если у двух фирм прибыль равна по величине, означает ли это, что и их экономическая эффективность тоже одинаковая. Нет, конечно, ибо мы не знаем, какие были издержки,

сколько было вложено в производство капитала и пр. Поэтому для оценки экономической эффективности фирмы еще используются такие показатели, как рентабельность продукции, производительного капитала и производства.

Под рентабельностью продукции ($Rп$) будем понимать отношение величины прибыли отчетного периода ($Пр$) к текущим затратам на производство и реализацию продукции в форме бухгалтерских издержек ($Сб$):

$$Rп = Пр100\% / Сб. \quad (15.10)$$

Рентабельность производительного капитала ($Rк$) измеряется отношением величины прибыли к стоимости основного ($Кос$) и оборотного ($Коб$) капиталов фирмы:

$$Rк = Пр100\% / (Кос + Коб). \quad (11.51)$$

По величине рентабельности, очевидно, все предприятия можно подразделить на убыточные, с нулевой рентабельностью, малорентабельные, среднерентабельные и высокорентабельные.

Имеет также смысл сопоставлять величину прибыли фирмы с ее основным капиталом и суммой оборотных средств ($Ос$), совокупностью оборотных фондов и фондов обращения предприятия, выраженных в денежной форме. В этом случае мы получим формулу для расчета рентабельности производства:

$$Rпр = Пр100\% / (Кос + Ос). \quad (15.12)$$

Рентабельность производства показывает отдачу авансированных в производстве средств.

Уровень рентабельности точно характеризует эффективность фирмы в том случае, если цены на ее продукцию соответствуют рыночному механизму ценообразования. Если же фирма является монополией, то она может получить дополнительную прибыль и за счет увеличения цены, а, следовательно, повысить рентабельность продукции.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Производительный капитал. Основной капитал. Годовая амортизация. Годовая норма амортизации. Оборотный капитал. Закон переменной производительности факторов производства. Средняя и индивидуальная производительность. Издержки. Бухгалтерские (внешние) и неявные (внутренние) издержки. Экономические издержки. Постоянные, переменные и общие издержки. Эффект масштаба. Рентабельность. Рентабельность продукции, производительного капитала и производства.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Какая разница между фактором и ресурсом производства?
2. Какова структура производительного капитала?
3. Каковы отличия основного капитала от оборотного?
4. Какова примерная структура основного капитала фирмы?
5. Что собой представляет годовая норма амортизации основного капитала?
6. Какие формы морально износа основного капитала вы знаете? Приведите примеры.
7. Какую связь описывает закон переменной производительности факторов производства?
8. Что постоянного в постоянных издержках и переменного в переменных?
9. Почему средние постоянные издержки имеют тенденцию к снижению?
10. Чем вы можете объяснить положительный эффект масштаба?

ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Издержки производства на предприятии складываются из:
 - а) заработной платы, стоимости машин, оборудования, материалов;
 - б) заработной платы, амортизационных отчислений, стоимости материалов, налогов;
 - в) процента по кредитам, заработной платы, налога на прибыль, амортизационных отчислений;
 - г) коммерческих и представительских расходов, стоимости материалов, налога на прибыль, подоходного налога.
2. Экономическая прибыль — это разница между:
 - а) выручкой и бухгалтерскими издержками;
 - б) бухгалтерской прибылью и неявными издержками;
 - в) постоянными и переменными издержками.

РЕШИМ ЗАДАЧИ

1. Определите годовую норму амортизации основного капитала фирмы по следующим данным:

Элемент капитала	Стоимость; в млн. руб.	Предполагаемый срок службы
1. Здания и другие сооружения	30	20
2. Оборудование	10	10
3. Вычислительная техника	2	4
4. Транспортные средства	8	8

2. За сколько долларов был куплен легковой автомобиль, если его годовая амортизация равна 1000 долл., на ремонт было затрачено 1500 долл., а его ликвидационная стоимость равна 500 долл., и срок службы — 8 лет?

3. По данным таблицы определите оптимальное количество работников.

Количество работников	1	2	3	4	5	6
Индивидуальная производительность работника, тонн зерна	60	80	100	80	30	10

4. Предполагаемая цена книги равна 10 руб., переменные издержки равны 6 руб., а постоянные – 200 тыс. руб.

При каком тираже издательская фирма получит прибыль в 400 тыс. руб.?

5. Годовая выручка фирмы составила 10 млн. руб. Среднегодовая стоимость ее основного капитала оценивается в 20 млн. руб., а годовая норма амортизации равна 10%.

Какова будет рентабельность реализованной продукции фирмы, если за год она затратила на выпуск продукции оборотного капитала на 4 млн. руб., годовой фонд заработной платы составил 2 млн. руб.?

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

ЧТО ГЛАВНОЕ В БИЗНЕСЕ

У миллионера берут интервью:

- Скажите, в чем секрет вашего успеха?
- Терпение, мой друг, терпение.
- Но я могу назвать тысячу вещей, где не поможет никакое терпение.
- Например? – Носить воду в решете.
- Вы не правы, просто надо взять решето и иметь терпение дожидаться зимы.

ТЕМА 16. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

16.1. МЕНЕДЖМЕНТ КАК СИСТЕМА

В современных условиях эффективная деятельность фирмы невозможна без управления. В рыночной экономике оно принимает форму *менеджмента*. Это совокупность принципов, методов и других средств наиболее эффективного использования ресурсов фирмы с целью увеличения прибыли.

Объектами управления на фирме являются:

- материальные факторы производства, например, оборудование, сырье;
- материальная продукция, например, телевизоры, обувь;
- информация, например, программы, документы и т.п.;
- трудовой коллектив, например, рабочие, инженеры, экономисты.

В основе менеджмента лежат следующие принципы:

- наличие стратегии фирмы;
- сочетание личных интересов работников с целями фирмы;
- активный поиск новых идей и формирование системы оценки;
- система мотивации, основанная на удовлетворенности трудом, его общественной оценке и продвижении по профессиональной лестнице;
- материальное стимулирование в соответствии результатами труда.

Сущность менеджмента раскрывается в его функциях (рис. 16.1).



Рис. 16.1. Функции менеджмента

Целеполагание представляет собой процесс определения целей фирмы. Но что такое цель? Это желаемый результат. Сами цели можно классифицировать по разным признакам.

Цели подразделяют на **главные** цели и **второстепенные**. Вы, например, серьезно занимаетесь предпринимательством и шахматами. В вашей жизни может случиться так,

что вопрос станет ребром: предпринимательство или шахматы? И вам придется решить, что в данный момент важнее.

Выделяются также **общие** и **частные** цели. К числу общих целей фирмы относятся: выживание на рынке, получение прибыли и перспективы. Частными целями фирмы являются такие цели, как продать как можно больше товара, увеличить оборот фирмы, привлечь к товару как можно больше покупателей.

По времени, в течение которого предполагается добиться целей, можно выделить **долгосрочные** цели и **краткосрочные**. Их, естественно, необходимо сочетать. Вы, например, можете уволить высококвалифицированных работников и добиться за счет этого кратковременного увеличения прибыли. Однако эти работники могут быть полезны в долгосрочной перспективе.

Выделяются также цели **конечные** и **промежуточные**. Умение так «расположить» промежуточные задачи, чтобы они наилучшим образом приводили к решению конечной задачи, — одно из необходимых качеств менеджера. Для достижения поставленной цели нужно представлять себе, как вы будете это делать, или иметь план действий.

В современной экономике все крупные фирмы планируют свою деятельность. *Планирование* – это выработка направлений, путей и средств реализации целей фирмы. А надо ли планировать вообще, возникает вопрос, может быть это лишняя морока? Если и вы в этом сомневаетесь, тогда представьте себе строителей, которые решили построить дом без соответствующего проекта, чертежей, документации. Вряд ли бы вы согласились жить в этом доме. А ведь предпринимательство – процесс более сложный, нежели строительство дома. В соответствии с законом «О предприятиях в Республике Беларусь» предприятие (фирма) самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективы развития исходя из спроса на производимую продукцию, работы и услуги. Основу планирования составляют договоры с потребителями продукции.

При планировании деятельности фирмы используются принципы:

- реальности планов, т.е. учета возможностей фирмы;
- системности, комплексности – все показатели и направления должны быть взаимоувязаны;
- оптимальности – ориентация на максимизацию прибыли;
- единство интересов фирмы, трудового коллектива и потребителей продукции фирмы;
- сбалансированности – в планах должны быть взаимоувязаны конечные показатели работы фирмы и все виды ресурсов (материальные, финансовые, трудовые и т.д.).

Мало составить план деятельности фирмы. Не менее важно организовать его выполнение. *Организация* — это деятельность управляющего персонала, направленная на рациональное использование ресурсов с целью успешного функционирования фирмы, выполнения намеченных планов. Реализация этой функции предусматривает, во-первых, разделение труда между управленческими работниками, а во-вторых, построение организационной структуры системы управления фирмой. Она, например, может быть такой, как показано на рис. 16.2.

После осуществления функции «организация» могут возникнуть некоторые несоответствия между всеми элементами системы или механизма достижения целей. В таком случае необходимо уточнить характер действий исполнителей и сделать их более согласованными и эффективными. Такая «тонкая настройка», или управленческая работа, и получила название *координации* совместной деятельности. В самом деле, чем больше людей совершают совместную работу, тем более скоординированными должны быть их усилия.

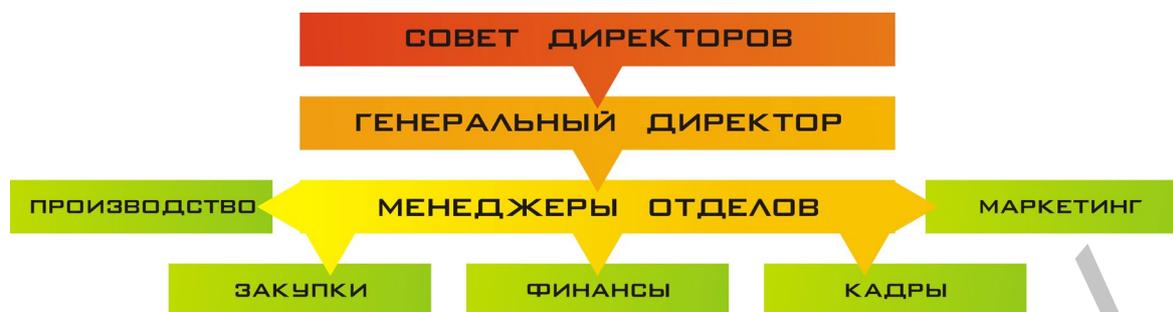


Рис. 16.2. Организационная структура управления фирмы

Механизм управления фирмой время от времени нуждается в *регуливании*. Под ним подразумевается выполнение текущих мероприятий по устранению отклонений от заданного организацией режима функционирования системы. Осуществляется эта функция посредством оперативного управления на основе контроля и анализа деятельности фирмы.

Большую роль в управлении играет и функция *стимулирования*. Она включает в себя разработку и использование материальных и моральных стимулов к эффективному труду работников фирмы

Функция *контроля* состоит из наблюдения за ходом производства, сравнения реальных показателей с заданной программой и выявления возможных отклонений. Основными принципами контроля являются: своевременность, непрерывность, гласность, всесторонность и эффективность.

Функция *учета* деятельности фирмы используется для получения точной и достаточно полной информации о состоянии производственной, коммерческой, финансовой деятельности фирмы. Различают оперативный, бухгалтерский и статистический учет.

И, наконец, первостепенную роль играет такая функция, как *анализ* деятельности фирмы. Она предполагает комплексное изучение её функционирования. Главное в анализе деятельности фирмы состоит в выявлении реального состояния имущества и финансов, которое отражается в активах и пассивах фирмы. Разница между активами и пассивами и есть результат фирмы. Если она положительная, то фирма работает успешно, в противоположном случае она убыточна или даже банкрот. Поэтому нужны срочные меры по оздоровлению имущественного и финансового положения фирмы.

16.2. СТРАТЕГИЯ ФИРМЫ

Одна из главных общих целей фирмы заключается в выживании на рынке в условиях конкуренции. Для этого фирма должна верно спрогнозировать свою деятельность на перспективу, то есть иметь свою стратегию. Что это такое?

Стратегия представляет собой единство долгосрочных целей и средств их достижения. Её можно сравнить с поведением яхтсмена, который в одиночку пересекает океан. Двигаться строго по прямой линии ему не позволит стихия. Компасом фирмы является план. Он выполняется далеко не всегда, так как обстоятельства могут измениться. Зато есть направление движения, ориентация на достижение определенной цели.

Стратегическая цель фирмы состоит в том, чтобы добиваться долгосрочных преимуществ, которые обеспечили бы фирме высокую рентабельность.

Выделяют три вида стратегии: портфельную, деловую и функциональную. Начнем с первой. Что может находиться в портфеле фирмы? Ценные бумаги, принадлежащие

фирме. **Портфельная** стратегия состоит в выборе хозяйственных объектов, в которые фирме следует инвестировать средства. Она включает три основных направления. Во-первых, сюда относятся приобретения в новых отраслях, или покупка новых фирм. Во-вторых, укрепление имеющихся подразделений. В-третьих, выход из нежелательной отрасли, или продажа бесперспективных предприятий.

Деловая стратегия представляет собой определение долгосрочных конкурентных преимуществ, обеспечивающих фирме высокую рентабельность. Она включает систему мероприятий, осуществление которых достигается путем координации действий между различными подразделениями фирмы.

Разработка деловой стратегии предполагает: определение корпоративной миссии; конкретизацию видения корпорации и постановку целей; формулирование и реализацию стратегии, направленной на их достижение. В целом деловая стратегия предполагает использование совокупности способов и форм мобилизации факторов повышения доходности с учётом изменений в экономике.

Функциональная стратегия – это определение направлений деятельности той или иной функциональной службы (отдела) в рамках общей стратегии данного хозяйственного подразделения. Функциональные стратегии нужны для распределения ресурсов отделов и служб фирмы. Основными функциями стратегического управления является перспективное экономическое развитие, производство, менеджмент и маркетинг. Выполнение каждой из названных функций поручается ряду специальных отделов: информации, кадров, электронной обработки данных и т.д.

Выбор стратегии осуществляется с учетом целей фирмы, а также будущих возможностей, заложенных во внешних условиях её функционирования. Выделяют, как правило, три вида стратегических альтернатив. Первой из них может быть ограниченный рост. Такой стратегии, обычно, придерживаются благополучные фирмы. В её основе лежит принцип **«от достигнутого»**.

В качестве второй альтернативы фирма может выбрать умеренный рост. Такая стратегия предусматривает расширение ассортимента продукции (диверсификацию) или слияние корпораций. При этом намечаемые на перспективу показатели изменяются быстрее, нежели в предыдущем периоде.

И, наконец, это может быть стратегия **«последнего средства»**, или сокращение объемов производства и продаж. Готовым надо быть и к такому печальному исходу. Суть такой стратегии состоит в определении целей на уровень ниже, достигнутого в прошлом. К ней прибегают чаще всего при спаде деловой активности, ухудшении показателей фирмы.

Выбор стратегии зависит от многих обстоятельств. Среди них доля на рынке и прежние темпы роста, уровень риска и др. На практике довольно часто все три альтернативы сочетаются: объем одних товаров растет, других сокращается, а третьих остается стабильным. Стратегия может также определяться размерами фирмы, её специализацией. Так, например, малые универсальные предприятия («коммутанты») должны постоянно вести поиск новых потребителей, потребностей и приспосабливаться к ним.

Специализированные же малые и средние предприятия («пациенты») должны сосредотачивать усилия на производстве продукции, пользующейся ограниченным спросом. Они хорошо приспосабливаются к определенным сегментам рынка.

Стратегией крупных фирм («виолентов») является ориентация на самые типичные и распространенные потребности экономики, т.е. на производстве продукции, пользующейся устойчивым спросом.

Особо выделим стратегию фирм-пионеров («эксплерентов»). Они являются первопроходцами в новых областях науки и техники. Им присущ непрерывный поиск и открытие принципиально новых товаров и рынков.

Для обеспечения рентабельности производства фирмам необходимо увеличивать инвестиции в новую технику и технологии. Для них актуальной задачей является введение контроля качества продукции на всех стадиях. Многие фирмы создают новый продукт, тесно сотрудничая с потребителями. Имеются в виду, например, создание фирм-потребителей, технические консультации, совместные консультации, научные исследования и т.д.

Одним из средств укрепления позиции фирмы на рынке является качественное обслуживание покупателей, государственное содействие инновациям.

16.3. СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА НА ФИРМЕ

Роль труда, как фактора производства, трудно переоценить. Успех фирмы в первую очередь зависит от того, как стимулируются работники, насколько они заинтересованы в выпуске высококачественной, конкурентоспособной продукции. Один из видных государственных деятелей как-то сказал: **«Кадры решают все!»**. Во многом, пожалуй, он прав.

Механизм стимулирования труда работников фирмы представляет собой формы, методы и средства привлечения и побуждения людей к труду.

В основе трудовой деятельности лежит необходимость постоянно удовлетворять потребности, которые формируют их экономические интересы. Поэтому стимулирование труда осуществляется путем воздействия на личный экономический интерес работника, формирования его заинтересованности в результатах труда. Но так бывает далеко не всегда.

В рабовладельческом и феодальном обществах доминировало внеэкономическое принуждение работника к труду. Оно было основано на прямом насилии или личном подчинении работника хозяину. Рабы и крепостные крестьяне были объектом собственности рабовладельцев и феодалов. Поэтому, понятно, невысокой была и эффективность труда таких работников.

В капиталистическом обществе, пришедшему на смену феодальному строю, широкое распространение получило хозяйство, основанное на наемном труде, экономическом принуждении. Работник в таком обществе юридически свободен, насильно его уже работать никто не заставляет. О чем, казалось бы, ещё мечтать? Однако человек, лишенный средств производства, вынужден наниматься на работу, чтобы содержать себя и свою семью. А так как наемный труд представляет собой труд на хозяина средств производства, то последний применяет различные методы повышения трудовой активности работников. К ним, прежде всего, относится материальная заинтересованность в труде и его результатах путем использования различных форм и систем начисления заработной платы, премирования за достижение определенных показателей в труде. Стимулирование труда при капитализме имеет свои границы, поэтому не стоит преувеличивать достоинства этого строя, как это делается довольно часто.

Самым эффективным является труд на себя и на общество. Именно поэтому в последней трети XX в. широкое распространение получили методы стимулирования труда, связанные с превращением работника в совладельца предприятия путем передачи или продажи ему части акций фирмы, начисления части дохода или применения других форм участия в прибыли фирмы.

Современный механизм стимулирования труда включает систему мотивации труда – стимулирования отдельного работника или трудового коллектива к деятельности, направленной на достижение целей фирмы.

Концепция мотивации труда в своем развитии прошла ряд этапов. На первом из них использовался метод **«кну́та и пряника»**, т.е. наказание за невыполненную работу и поощрение за успехи. Позднее американский инженер, предприниматель Ф. Тейлор ввел понятие **«достаточной дневной выработки»**, которая определялась путем хронометража работы среднего рабочего как нормы для остальных. Оплата труда соответственно осуществлялась пропорционально вкладу каждого работника.

Современные теории мотивации подразделяются, главным образом, на две большие группы: содержательные и процессуальные.

Содержательные теории основаны на выделении тех внутренних побуждений, которые заставляют людей действовать так, а не иначе.

Процессуальные теории исходят из того, как ведут себя люди с учетом их восприятия и познания.

Ключевыми понятиями названных теорий являются потребности, побуждения (мотивы) и вознаграждение. О потребностях человека речь уже шла в первой теме. Под *вознаграждением* подразумевается все то, что человек считает для себя ценным.

Система элементов механизма мотивации труда представлена на рис. 16.3.

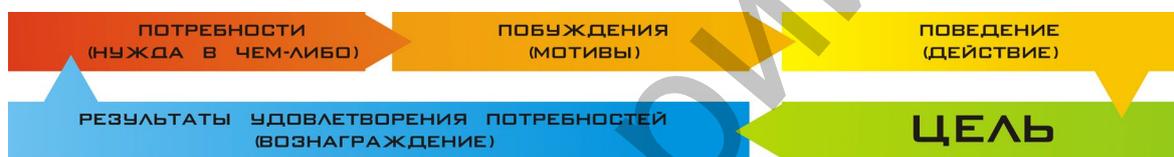


Рис. 16.3. Механизм мотивации труда

Вознаграждение различают внутреннее и внешнее. *Внутреннее* вознаграждение работник получает от самой работы, её содержательности, значимости. *Внешнее* вознаграждение обеспечивается организацией: ростом заработной платы, продвижением по службе.

В число наиболее известных содержательных теорий входят теории Маслоу, МакКлеланда и Герцберга.

А. Маслоу, мы с вами уже знаем о нем из материала первой темы, считал, что человек, удовлетворяя свои потребности, как бы поднимается на вершину пирамиды.

Для теории МакКлеланда характерно выделение таких потребностей, как власти, успеха и причастности. Менеджер должен поощрять работников, создавать условия для людей, стремящихся к успеху; стимулировать их потребности к причастности, т.е. в дружеских отношениях. Таких людей привлекает работа, связанная с общением.

Теория Герцберга выделяет две группы факторов. Во-первых, гигиенические факторы, связанные с окружающей средой, в которой проходит работа – условия труда, заработок и др. Во-вторых, выделяется мотивация, связанная с характером труда. Сюда относится возможность продвижения по службе, одобрение полученного результата, ответственность. Работа через программы «обогащение труда» перестраивается таким образом, чтобы дать почувствовать удовлетворение исполнителю, важность и значимость его работы.

Среди *процессуальных* выделяются теории ожиданий, справедливости и Портера-Лоуренса.

В основе теории *ожиданий* лежит оценка человеком вероятности определенного события. Лучшие студенты, например, после окончания вуза рассчитывают и на лучшее распределение. В основе этой теории находится система из четырех элементов (рис. 16.4):

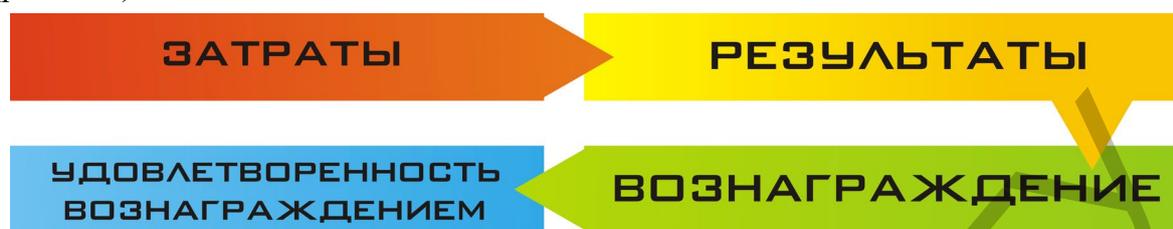


Рис. 16.4. Система элементов теории ожиданий

Затраты времени студента, к примеру, на подготовку к занятиям проявляются в таких результатах, как выступления на семинарах, выполнение заданий. Затем следует вознаграждение его усилий, которое выражается в оценке. Работник фирмы вознаграждается соответствующей заработной платой. Удовлетворенность вознаграждением во многом зависит от потребностей людей. Одни стремятся к повышению заработной платы, вторые — к продвижению по службе, третьи видят в этом моральное удовлетворение. Каждый менеджер, поэтому должен тщательно взвешивать результаты и вознаграждение.

В соответствии с теорией *справедливости* каждый человек субъективно определяет отношение полученного вознаграждения к затраченным затратам и затем сравнивает их с вознаграждением других людей, выполняющих аналогичную работу. Если сравнение показывает несправедливость вознаграждения, то работник начинает работать менее интенсивно. С ней перекликается уже упомянутая теория *равенства вклада и отдачи*, разработанная Р. Хьюсманом и Дж. Хэтфилдом, американскими психологами. Согласно этой теории при недооценке вклада работника у него возникает чувство обиды, а при переоценке — чувство вины. В связи с этим заметим, как показал опрос нескольких тысяч служащих крупнейших американских компаний, более 80% опрошенных служащих-подчиненных считают, что их труд недооценивается.

Теория *Портера-Лоуренса* соединяет в себе теории ожиданий и справедливости. Согласно этой теории результаты работника зависят от затраченных усилий, его способностей, осознания своей роли в совместном процессе труда. Объем же затрачиваемых работником усилий зависит от оценки им ценности получаемого вознаграждения.

В переходной экономике, характерной для Республики Беларусь, стран СНГ в целом, главным мотивационным фактором является размер заработной платы. Но от чего должна зависеть ее величина? Ведущие западные экономисты по этому поводу пришли к следующим выводам.

Во-первых, должна быть прямая связь между уровнем производительности труда работника и его заработной платой, т.е. главным основанием для её увеличения является рост производительности труда.

Во-вторых, заработная плата стимулирует рост производительности только при двух условиях: если работник придает этому обстоятельству большое значение и верит, что она увеличится с ростом производительности труда.

В-третьих, заработная плата работника должна состоять из трех частей: за выполнение должностных обязанностей, стажа и конечных результатов работы.

Многое в работе трудового коллектива зависит от того, кто им руководит. Руководить же работниками можно по-разному. **Различают пять стилей руководства:**

автократический, бюрократический, демократический, индивидуальный и либеральный.

При **автократическом** стиле руководитель свои решения с подчиненными даже не обсуждает, а только отдает распоряжения и контролирует их выполнение. Фирмы, в которых применяется этот стиль, как правило, сильно централизованы. В них у руководителей и подчиненных обратные связи практически отсутствуют.

Что хорошего и плохого в этом стиле руководства? С одной стороны, работники, подчиняясь диктату руководителя, возможно, будут выполнять свои обязанности быстро и точно. С другой же стороны, они вряд ли станут проявлять инициативу, поскольку она наказуема. Поэтому и делиться новыми идеями с руководителем не станут.

Сказанное вовсе не означает, что нет таких ситуаций, когда именно этот стиль наиболее эффективен. Будете ли вы, например, устраивать совещание с подчиненными, если в здании возник пожар? Ясное дело, что нет.

Бюрократический стиль похож на автократический. Вместе с тем бюрократы требуют от подчиненных еще и казарменной дисциплины, неукоснительного выполнения правил. Такие руководители плодят «бумажки», строго следят за выполнением принятых решений. Они для них часто важнее самого дела.

В определенных ситуациях применим и этот стиль, например, по отношению к недисциплинированным работникам. Однако здесь надо знать меру. Вряд ли руководитель выиграет, если будет третировать подчиненных, фиксировать их опоздания с помощью секундомера.

Лучшим считается **демократический** стиль. Он предполагает участие всех членов коллектива в принятии решений. В этом случае руководитель может взглянуть на проблему с разных точек зрения. Кроме того, каждый подчиненный может внести свой вклад в общее дело. В таких коллективах присутствует «дух команды» и люди, обычно, преданы общему делу. Однако сказанное вовсе не означает, что руководитель играет пассивную роль. Напротив, его задачей остается четкая постановка цели и умение направлять инициативу подчиненных в нужное русло.

Есть и стиль, при котором к подчиненным используется **индивидуальный** подход. В этом случае руководитель воздействует на подчиненных, учитывая личные особенности каждого из них. Кому-то, например, надо дать больше свободы, второй нуждается в контроле, третьего – по-хорошему стоит разозлить, четвертого надо чаще хвалить и т.д. В этом случае для руководителя важно не только то, что он делает и говорит, но и кому адресованы его задания и сообщения.

Встречаются и **руководители-либералы**. Они занимают место лидера формально, фактически ни во что не вмешиваются и на ход событий в коллективе практически не влияют. Они подписывают бумаги, ходят на совещания. Однако дело, как ни странно, может двигаться и в этом случае. Такая ситуация, как правило, возможна при двух условиях. Во-первых, когда многие работники действуют на свой страх и риск. Руководитель им помогает мало, но и не мешает. Во-вторых, если в коллективе есть неформальный лидер, который пользуется авторитетом и заинтересован в успехе.

Какой стиль лучше? Не всегда можно правильно ответить на этот вопрос, так как многое зависит от обстоятельств. Однако в любом случае хороший лидер готов использовать все стили в зависимости от сложившейся ситуации, а также с учетом личности подчиненного.

В условиях современной рыночной экономики фирма может добиться успехов только в том случае, если в системе управления будет использоваться маркетинг.

16.4. МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИРМОЙ

Маркетинг представляет собой организацию производства и сбыта продукции, ориентированную на рынок. Маркетинговая деятельность направлена на приспособление производства к потребностям людей, повышение конкурентоспособности продукции и максимизацию прибыли. Характер такой деятельности зависит от типа рынка, на котором фирма реализует свою продукцию. В связи с этим выделяют три этапа в развитии маркетинга.

На первом этапе он только зарождается и охватывает период времени с конца 40-х до середины 50-х гг. XX века. Для него характерно превышение спроса над предложением. Это было золотое время для руководителей предприятий. В основе их управленческой деятельности лежал принцип «и так возьмут». Главная задача фирмы состояла в насыщении рынка товарами.

Для второго этапа развития маркетинговой деятельности характерно относительное равновесие спроса и предложения. У потребителей уже появляется выбор, а предприниматели начинают осознавать необходимость изучения спроса с целью сбыта продукции. Кроме того, они начинают воздействовать на спрос с помощью рекламы.

Итак, на втором этапе уже появляются элементы системы маркетинга: изучение потребностей и платежеспособности потребителей и их поведения на рынке. В США этот этап, например, длился до конца 50-х гг. XX в.

Появление **третьего этапа** определяет рынок, насыщенный товарами и услугами. В связи с чем возникает необходимость в приспособлении производства к потребностям потребителей. Формула «**производство — сбыт**» уже не подходит. Её сменяет формула «**изучение рынка и поведения покупателей — производство — сбыт**».

Таким образом, маркетинговая деятельность начинается с изучения потребностей и заканчивается доведением продукции до потребителя. Производитель уже осознает, что именно покупатель-потребитель и есть «король» рынка. Почему? Да потому, что у него находится волшебная палочка, превращающая продукцию производителя в товар. Поэтому надо знать, как потребитель принимает решение о покупке.

Схема принятия решения о покупке товара включает пять этапов (рис. 16.5).



Рис. 16.5. Схема принятия решения о покупке

Все начинается, как видим, с осознания проблемы необходимости покупки какой-либо продукции. Предположим, что вы пришли к выводу, что вам нужен персональный компьютер (ПК) и, разумеется, деньги на это есть. Затем вы собираете необходимую информацию: советуетесь с друзьями, со специалистами, смотрите рекламные объявления. В результате чего вы получаете более или менее достаточное представление о ПК. Далее, на основе полученной информации, вы сравниваете

различные модели ПК. Здесь многое зависит от того, что именно привлекает вас в ПК, для чего он, собственно говоря, вам нужен: печатать статьи, «копаться» в интернете, играть и т.д. В результате вы делаете свой выбор, и настает момент покупки. Но и это еще не все. Фирма устанавливает вам ПК, вы начинаете им пользоваться, и оцениваете его работу. Ваша оценка может колебаться между двумя крайностями:

- «Отличная вещь! Хорошо работает!»;
- «Никуда не годится. Зря только выбросил деньги!».

Основными элементами системы маркетинга являются:

- исследование потребительских свойств производимой продукции и её соответствия требованиям покупателей;
- определение емкости рынка;
- изучение форм и методов сбыта продукции.

Фундаментом маркетинговой деятельности является **концепция жизненного цикла продукта (ЖЦП)**. Проживает свою жизнь не только человек, но и продукт фирмы: «Ничто, – как говорят, – не вечно под Луной». Жизнь продукта складывается, как правило, из пяти этапов (рис. 12.6).

На первом этапе фирма только *разрабатывает* продукт и, естественно, несет убытки, которые, как она надеется, будут компенсированы на последующих этапах жизненного цикла продукта. Однако и вероятность риска «поставить не на ту лошадь» тоже очень велика. Дело в том, что, как показывают исследования, из ста идей новой продукции превращаются в продукт и доходят до рынка одна-две. Не густо, конечно, но и к такому повороту событий надо быть готовым.

Однако мало произвести новый продукт, нужно ещё **внедрить** его на рынок. А это не так просто, поскольку приходится преодолевать сопротивление конкурентов. Объемы выпуска и продаж здесь невелики. Продукт еще широко не известен, а высокие цены делают его доступным лишь для ограниченного круга потребителей. Прибыль пока мала из-за небольших объемов производства, много средств приходится тратить на рекламу.

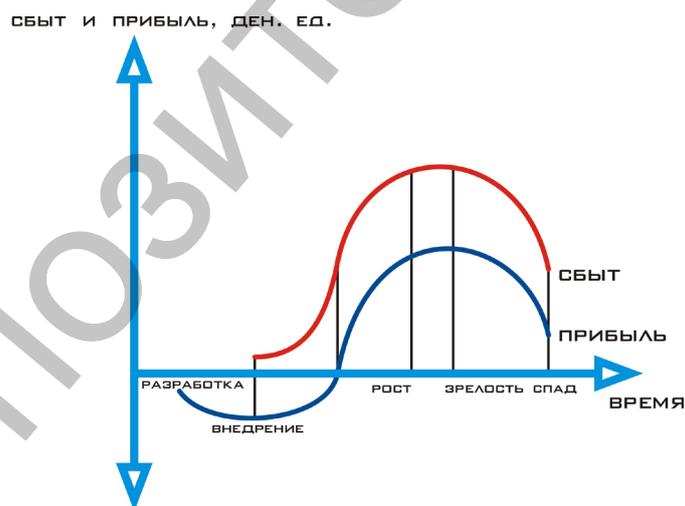


Рис. 16.6. Жизненный цикл продукта фирмы

Задачами маркетинга на этом этапе является реклама, организация послепродажного обслуживания, снижения цен.

На этапе роста увеличиваются объём продаж и величина прибыли. Размеры прибыли начинают привлекать в отрасль конкурентов. Цены остаются либо на прежнем уровне, либо даже снижаются по мере увеличения предложения. Этот этап в жизненном цикле продукта является самым благоприятным. Фирма стремится продлить его как можно больше.

Маркетинговая деятельность фирмы на этом этапе состоит в повышении качества товара, придании ему новых потребительских качеств, выпуске новых моделей расширения сервиса, своевременного снижения цены с целью привлечения новых покупателей.

На этапе зрелости рынок насыщается товарами, замедляются темпы роста сбыта, обостряется конкуренция. Затем наступает момент, когда приходится увеличивать инвестиции на НИОКР, а это отрицательно сказывается на величине прибыли.

И вот, наконец, наступает **спад**, и фирме приходится отвечать на вопрос: быть или не быть какому-то продукту на рынке. Спрос на него падает, следовательно, снижается объем продаж и величина прибыли. Чаще всего на этом этапе продукция фирмы, как товар, «умирает». Достаточно вспомнить про патефоны, арифмометры, пишущие машинки. Фирме в таких случаях приходится вкладывать средства в другие проекты.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТЕРМИНЫ

Управление. Менеджмент. Целеполагание. Планирование. Организация. Координация. Стимулирование. Стратегия фирмы. Портфельная, деловая и функциональная стратегии. Мотивация труда. Маркетинг. Жизненный цикл продукта фирмы.

ПРОВЕРИМ СЕБЯ

ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Что, по-вашему, общего в работе менеджера фирмы, преподавателя и водителя автомобиля?
2. Из каких элементов состоит система менеджмента?
3. Чем, по-вашему, управляет менеджер фирмы?
4. Какую роль играет маркетинг в системе управления фирмой?
5. Приведите пример жизненного цикла продукта фирмы и укажите, на какой фазе он находится?

ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Самостоятельность фирмы наибольшая в экономической системе:
а) рыночной; б) нерыночной; в) смешанной;
г) тип экономической системы не имеет значения.
2. Точка безубыточности – это:
а) цена, при которой фирма получает прибыль;
б) объем продаж, при котором фирма не несёт убытки;
в) уровень затрат, необходимый для производства продукции.
3. Спрос на товар как категория маркетинга — это:
а) нужда в конкретном виде продукции;
б) потребность в товаре;
в) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем;
г) все ответы верные.

ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

ТЕСТ НА ЧЕСТНОСТЬ

Директор нанимает новых служащих. В кабинет входит претендент на вакантное место.

Директор:

– Прошу учесть, что сотрудник нашей фирмы должен быть честным, симпатичным и чистоплотным. Кстати говоря, вы вытерли ноги о коврик перед кабинетом?

– Конечно!

– Однако у нас там нет коврика.

ОТВЕТЫ НА ЗАДАНИЯ

ТЕМА 1

Тестовые задания

1. Биологические — 1, 3, 9; в безопасности — 4, 8, 11; социальные — 2; в самооценке — 7, 14; в самореализации — 5, 6, 10, 12, 13.
2. Предметы труда — 1, 3, 6, 7; орудия труда — 2, 4, 5.

Решим задачи

Решение задачи № 1:

1. Определим цену 41-го автомобиля: $8000 + 40 \cdot 100 = 12000$ ден. ед.;
2. Находим цену среднего автомобиля: $(8000 + 12000) : 2 = 10000$ ден. ед.;
3. Вся выручка будет равна $10000 \cdot 41 = 410$ тыс. ден. ед.

Решение задачи № 2:

1. Находим величины прибыли предприятий: $Pr_1 = 100$ ден. ед.; $Pr_2 = 100$ ден. ед.;
2. Определяем отношение прибыли к затратам: 0,20 и **0,25. Второе.**

ТЕМА 2

Тестовые задания

1. Микроэкономика: 1, 5; макроэкономика: 2, 5, 6, 7, 9; мировая экономика: 3, 4, 5, 6, 8.
2. Нетоварная экономика: 1, 4; товарная экономика: 2, 3, 5.
3. Теневая экономика: 2, 3, 5, 6; «белая» экономика: 1, 4.
4. Капитализм: 1, 3, 5; социализм: 2, 4, 6.

ТЕМА 3

Тестовые задания

1. Монополистическая.
2. Средства производства: 1, 3, 4, 5, 7; предметы потребления: 2, 5, 6, 8.
3. Мера стоимости: 5; средство обращения: 2, 6; средство сбережения: 7; средство платежа: 1, 3, 4; мировые деньги: 8.

Решение задачи

1. Если доля «Горизонта» в объеме производства равна 0,6, то доля «Витязя» — 0,4;
2. Далее находим цену одного телевизора: $0,6 \cdot 400 \text{ руб.} + 0,4 \cdot 500 \text{ руб.} = 440$ руб.

ТЕМА 4

Тестовые задания

1. б); 2. б); 3. а); 4. а); 5. б); 6. б).

Решения задач

Решение задачи № 1:

1. Приравниваем правые части уравнений и находим $Q^* = 12$ кг;
2. Далее, находим $P^* = 44$ коп. и **выручку: $12 \text{ кг} \cdot 44 \text{ коп.} = 5 \text{ руб. } 28 \text{ коп.}$**

Решение задачи № 2:

1. По формуле К. Маркса находим необходимое для обращения количество денег: $M_n = 2$ трлн. руб.;
2. Величина инфляционной массы составит **2 трлн. руб.**

Решение задачи № 3:

1. По формуле Фишера находим индекс роста объема производства: $(1,5 \cdot 1) / 1,25 = 1,2$;
2. Прирост объема производства составит: $120 - 100 = 20\%$.

ТЕМА 5**Тестовое задание**

- 1). а). 2. в). 3. г). 4. в).

Решим задачу

Первый бюджет дефицитный, второй — сбалансированный, а третий — профицитный.

ТЕМА 6**Тестовые задания**

1. г). 2. в). 3. б).

Решим задачи

Решение задачи № 1: $ВОП = 75$ ден. ед.; $ВВП = 40$ ден. ед.

Решение задачи № 2: $ВНП$ по расходам рассчитываем по формуле: $C + I + G + X_n = 60 + 20 + 30 + 50 - 60 = 100$ трлн. руб.

$ВНП$ по доходам равен: $6 + 40 + 2 + 2 + 20 + 30 = 100$ трлн. руб.

ТЕМА 7**Тестовые задания**

1. б). 2. б).

Решим задачу

Находим курс акции по окончании года: $1000 - 1000 \cdot 0,2 = 800$ руб. Дивиденд с одной акции будет равен $800 \cdot 0,15 = 120$ руб., а со всех — **60 тыс. руб.**

ТЕМА 8**Тестовое задание**

- а), б), в), д).

Решим задачи**Решение задачи № 1:**

По формуле денежного мультипликатора находим общее количество наличных и безналичных денег: $4 / 0,2 = 20$ млн. руб. Затем вычисляем количество денег, созданных банками: $20 - 4 = 16$ млн. руб.

Решение задач № 2:

Совокупный комиссионный сбор равен 24 мес. $\cdot 24$ тыс. руб. = 576 тыс. руб.

Плата за кредит составит 300 тыс. руб.

Ответ: Сумма возврата равна 3 млн. 276 тыс. руб.

ТЕМА 9

Тестовые задания

1. б). 2. а), в), г). 3. б). 4. а), в).

Решим задачу:

Доходы и расходы консолидированного бюджета соответственно составляют 44 и 45,5 трлн. руб. Дефицит, следовательно, равен **1,5 трлн. руб.**

ТЕМА 10

Решение задачи

1. Вначале находим величину прибыли: $6 \cdot 0,15 = 0,9$ (млн. руб.).
2. Плата за ссуду будет равна: $1,5 \cdot 0,1 = 0,15$ (млн. руб.).
3. Таким образом, предпринимательский доход составит:
 $0,9 - 0,15 = 0,75$ (млн. руб.).

Ответ: 0,75 млн. руб.

ТЕМА 11

Смысловое задание

1 — 2; 2 — 1; 3 — 3.

Решим задачу

В первом случае доход будет равен: $1 \text{ млн. руб.} \cdot 1,21 - 1 \text{ млн. руб.} = 210 \text{ тыс. руб.}$

Во втором случае в первом году дивиденды составят $100 \text{ тыс. руб.} = 1 \text{ млн. руб.} \cdot 0,1$.

Во втором году курс акции (K_a) уменьшится на 20% и станет равен 800 руб. В таком случае дивиденд (d) с одной акции будет равен:

$$d = K_a \cdot D_c = 800 \cdot 0,1 = 80 \text{ (руб.)}$$

По всем акциям дивиденд составит 80 тыс. руб.

Общая сумма дивидендов за два года будет равна 180 тыс. руб.

Ответ: В первом варианте использования денег доход является наибольшим и равен 210 тыс. руб.

ТЕМА 12

Решим задачу

Для расчетов воспользуемся следующей формулой:

$Pr = K_b \cdot C_b - Z_l - K_v \cdot V_1$, где Pr — величина планируемой прибыли; K_b — количество проданных билетов; C_b — цена лотерейного билета; Z_l — затраты на проведение лотереи; V_1 — выигрыш на один билет; K_v — количество выигравших билетов.

1. Подставляем в формулу соответствующие данные:

$$50 \text{ млн. руб.} = 2 \text{ млн.} \cdot 1000 \text{ руб.} - 100 \text{ млн. руб.} - K_v \cdot 0,1 \text{ млн. руб.}$$

Откуда ясно, что $K_v = 18500$.

2. Затем находим вероятность выигрыша на один купленный билет:

$$V_v = K_v : K_b = 18500 \text{ шт.} : 2 \text{ млн. шт.} = \approx 0,9\%$$

Ответ: $\approx 0,9\%$.

ТЕМА 13

Решим задачу

Выигрывает продавец («медведь»): $10 \text{ долл.} \cdot 20 \text{ тыс. акций} = 200 \text{ тыс. долл.}$

Ответ: 200 тыс. долл.

ТЕМА 14

Решим задачу

1. Сначала находим цену одного костюма: $392 \text{ тыс. руб.} : 2 \text{ тыс. костюмов} = 196 \text{ руб.}$
2. Далее, определяем величину добавленной стоимости (ДС) и НДС в одном костюме: $196 \text{ руб.} - 100 \text{ руб.} = 96 \text{ руб.}$
3. Затем сумму ДС + НДС принимаем за 120%, а ставку НДС — за 20%. В таком случае величина НДС в цене одного костюма будет равна: $(96 \text{ руб.} \cdot 20) : 120 = 16 \text{ руб.}$

Ответ: НДС = 16 руб.

Тема 15

Тестовые задания

1. б). 2. б).

Решим задачи

Решение задачи № 1:

1. Находим величину годовой амортизации основного капитала: $1,5 + 1 + 0,5 + 1 = 4 \text{ млн. руб.};$
2. Вычисляем величину стоимости основного капитала: $30 + 10 + 2 + 8 = 50 \text{ млн. руб.}$
3. Годовая норма амортизации основного капитала будет равна: $(4/50)100\% = 8\%$.

Решение задачи № 2:

Автомобиль был куплен за **7000 долл.** = $1000 \text{ долл.} \cdot 8 - 1500 \text{ долл.} + 500 \text{ долл.}$

Решение задачи № 3:

Сначала находим величины ТР (60, 140, 240, 320, 350, 360). Затем вычисляем величины АР (60, 70, 80, 80, 70, 60). Откуда ясно, что *предельным является четвертый работник.*

Решение задачи № 4

Составляем следующее уравнение:

$400 \text{ тыс. руб.} = Q \cdot 10 \text{ руб.} - Q \cdot 6 \text{ руб.} - 200 \text{ тыс. руб.}$ Откуда $Q = 150 \text{ тыс. экземпляров.}$

Решение задачи № 5:

Находим годовые издержки фирмы: $2 \text{ АО} + 4 \text{ Коб} + 2 \text{ Зп} = 8 \text{ млн. руб.};$

Величина прибыли равна $10 - 8 = 2 \text{ млн. руб.};$

Рентабельность реализованной продукции равна $(2/8)100\% = 25\%$.

ТЕМА 16

Тестовые задания

1. а). 2. б). 3. в).

СЛОВАРЬ ПОНЯТИЙ И ТЕРМИНОВ

А

Аккредитив – способ безналичных расчетов, при котором банк плательщика дает поручение банку, обслуживающему получателя платежа, оплатить требуемую сумму в оговоренный срок на основе условий, предусмотренных в аккредитивном заявлении плательщика.

Активы – имущество и денежные средства, принадлежащие физическому или юридическому лицу, которые отражены в бухгалтерском учете и используются с целью получения экономической выгоды. К активам, например, относятся здания, машины и оборудование, банковские вклады, ценные бумаги, патенты, авторские права.

Акция – вид ценных бумаг, свидетельствующий о внесении определенной суммы денег в капитал акционерного общества и дающий право ее владельцу на получение части прибыли – дивиденда, на участие в управлении производством и распределением остатков при ликвидации акционерного общества.

Амортизация – постепенное перенесение стоимости средств труда (основного капитала) на производимую с их помощью продукцию.

Б

Банкнота – денежный знак, выпускаемый эмиссионными банками при совершении кредитных операций.

Бартер – вид торговли, при которой обмен товарами или услугами происходит непосредственно без участия денег.

Безработица – наличие трудоспособного населения, не применяющего свои интеллектуальные и физические способности в силу не зависящих от него причин.

Бюджетный дефицит – та часть суммы, на которую в данном году расходы государства превышают доходы.

Бюджет прожиточного минимума – стоимостная величина прожиточного минимума, а также обязательные платежи и взносы.

В

Валовой внутренний продукт – совокупность произведенных и реализованных в стране конечной продукции и услуг за определенный период времени.

Валовой национальный продукт – совокупность конечной продукции и услуг, произведенных и реализованных отечественными производителями как внутри страны, так и за границей.

Выручка – совокупный доход (TR), получаемый продавцами от реализации продукции. Рассчитывается как произведение цены единицы продукции (P) на ее количество (Q): $TR = P \cdot Q$.

Г

Государственный бюджет – ежегодно составляемая смета доходов и расходов государства, его основной финансовый план. В Республике Беларусь выделяют республиканский бюджет и местные бюджеты. Вместе они составляют консолидированный госбюджет.

Государственный долг – сумма долгов страны другим странам, а также отечественным или иностранным физическим или юридическим лицам.

Д

Дебиторская задолженность – сумма долгов предприятию со стороны других юридических или физических лиц.

Денежно-кредитная политика – совокупность мероприятий правительства в денежно-кредитной сфере с целью управления экономикой.

Денежный мультипликатор – коэффициент ($1/Rr$), показывающий, на сколько банки могут увеличить предложение денег при заданной норме обязательных резервов (Rr), если на депозит поступает определенная сумма денег (M_0).

Деньги – наиболее ликвидный товар, всеобщий эквивалент, выполняющий функции меры стоимости, средства обращения, сбережения и платежа.

Деньги бумажные – денежные знаки, наделенные государством принудительным курсом и выпускаемые для покрытия своих расходов.

Деньги кредитные – знаки стоимости, возникающие на основе кредита.

Депозит – денежный вклад на банковском счете. Различаются чековыми бесчековые депозиты.

Депозитный сертификат – ценная бумага, свидетельствующая о помещении денежных средств на хранение в финансово-кредитное учреждение на определенных условиях. На депозитный сертификат выплачивается доход в виде процента, величина которого дифференцируется в зависимости от срока вклада и его величины.

Депозит чековый – депозит, средства с которого могут быть переведены третьим лицом в виде платежей по сделкам, осуществляемым с помощью чеков или электронных денежных переводов, без предварительного уведомления. Третьим считается лицо, не являющееся ни вкладчиком, ни банком, в котором открыт счет.

Диверсификация – распределение вкладываемых в бизнес капиталов между разнообразными объектами и продуктами с целью снижения риска потерь и получения устойчивого высокого дохода.

Домашнее хозяйство – элементарная экономическая ячейка общества в составе одного или нескольких членов семьи, собственников ресурсов производства, стремящихся максимизировать удовлетворение потребностей.

Доход – денежные и материальные средства, которые поступают отдельному лицу, предприятию, государству в процессе распределения национального дохода.

Доход номинальный – вся сумма денежного дохода, не зависящего от налогов и уровня цен.

Доход располагаемый – номинальный доход за вычетом налогов и прочих обязательных платежей.

Доход реальный – такое количество товаров и услуг, которое можно приобрести на располагаемый доход.

Ж

Жизненный цикл предприятия – период функционирования предприятия в рыночной экономике с фазы появления до фазы ликвидации.

Жизненный цикл продукта – период времени от начала разработки продукта до его выхода из сферы потребления, т.е. до исчезновения спроса на него.

З

Закон взаимодействия спроса и предложения, регулятор рыночных цен – при повышении спроса над предложением они становятся выше, а в противоположной ситуации – ниже.

Закон денежного обращения – согласно закону количество денег в обращении прямо пропорционально абсолютному уровню цен и реальному объему производства и обратно пропорционально скорости обращения денег. Описывается следующей формулой К. Маркса: $M = (P \cdot Q - Vп - Kр + Пл) / V$,

где M – количество денег в обращении; Q – реальный объем производства; $Kр$ – сумма цен товаров, проданных в кредит; $Vп$ – сумма взаимопогашающихся платежей; $Пл$ – сумма цен товаров, по которым наступил срок платежей; V – скорость обращения денег.

Закон обмена эквивалентов – товар обменивается на другой товар или на определенное количество денег тогда, когда они являются эквивалентами по стоимости, но отличаются по потребительной стоимости.

Закон переменной производительности факторов производства – состоит в том, что по мере увеличения фактора производства его производительность вначале повышается, достигает максимума, а затем уменьшается.

Закон предложения – экономический закон, устанавливающий зависимость между величиной цены на товар и количеством товара, которое продавцы готовы продать. В общем случае, чем выше цена, тем больше товара готов продать продавец.

Закон спроса – экономический закон, устанавливающий зависимость между величиной цены на товар и количеством товара, которое покупатели готовы купить. В общем случае, чем выше цена товара, тем меньше этого товара покупатель готов купить.

Заработная плата – сумма денежных средств, компенсирующих затраты рабочей силы работника и обеспечивающих удовлетворение личных потребностей работника и членов его семьи; цена рабочей силы.

Заработная плата минимальная – заработная плата, обеспечивающая прожиточный минимум работнику.

Заработная плата номинальная – начисленная работнику величина заработной платы.

Заработная плата реальная – совокупность товаров и услуг, которую работник может приобрести на номинальную заработную плату при данном уровне цен, и после уплаты налогов и других обязательных отчислений.

Затраты – средства, вложенные в дело. Различают прямые затраты – те, которые непосредственно связаны с производством и сбытом товара или услуги, и косвенные – те, которые необходимы для обеспечения процесса производства товаров и услуг.

И

Издержки – совокупные затраты фирмы по использованию ограниченных ресурсов на производство и реализацию продукции.

Издержки бухгалтерские – издержки, связанные с прямыми денежными платежами поставщикам факторов производства, т.е. фактические затраты фирмы.

Издержки внутренние – издержки, связанные с использованием ресурсов, принадлежащих предпринимателю, например, оборудования, транспортных средств.

Издержки индивидуальные – издержки фирмы. Они включают стоимость израсходованных материалов, износа основного капитала и величины заработной платы с отчислениями на социальное страхование.

Издержки общества – совокупная стоимость всех факторов производства, затраченных на производство и реализацию продукции.

Издержки общие – сумма постоянных и переменных издержек.

Издержки отраслевые – затраты факторов производства на единицу продукции, складывающиеся в среднем по отрасли.

Издержки переменные – издержки, величина которых изменяется в зависимости от величины объема продукции, например, с увеличением количества производимых костюмов соответственно растут и издержки по приобретению ткани.

Издержки постоянные – издержки, величина которых не изменяется в зависимости от величины объема производства, например, расходы на содержание производственных зданий, машин, оборудования.

Издержки средние общие – общие издержки производства на единицу продукции, с увеличением объема производства они снижаются, достигают точки минимума и затем начинают повышаться.

Издержки средние переменные – переменные издержки в расчете на единицу продукции. С увеличением объема производства они снижаются, достигают точки минимума и затем начинают повышаться.

Издержки средние постоянные – постоянные издержки в расчете на единицу продукции. Они уменьшаются по мере увеличения объема производства.

Износ основного капитала – уменьшение стоимости основного капитала в связи с его физическим и моральным износом.

Инвестиции – долгосрочные вложения капитала с целью получения доходов или наращивания капитала. Различают реальные инвестиции (вложения капитала в промышленность, сельское хозяйство, строительство и др.) и финансовые (покупка ценных бумаг).

Инвестиции в человека – затраты на улучшение здоровья, повышение уровня образования и профессиональной подготовки населения.

К

Капитал – средства, используемые для извлечения дохода.

Капитал оборотный – часть производительного капитала (затраты на сырье, материалы, рабочую силу), которая переносит свою стоимость на вновь создаваемый продукт полностью и возвращается к производителю в денежной форме в конце каждого кругооборота.

Капитал основной – основные производственные фонды – совокупность средств труда, функционирующих в сфере производства в неизменной натуральной форме в течение длительного времени и переносящих свою стоимость на вновь создаваемый продукт по частям по мере снашивания за ряд кругооборотов.

Капитал производительный – произведенные человеком средства производства, используемые с целью производства продукции, например, станки.

Капитал ссудный – денежный капитал, предоставляемый в ссуду на условиях возвратности за плату в виде процента.

Карта кривых безразличия – карта безразличия – все множество кривых безразличия в пространстве двух благ.

Конечная продукция – продукция, предназначенная для конечного использования, для потребления внутри страны, для правительственных закупок, инвестиций и экспорта.

Конкуренция – соперничество между производителями, продавцами и покупателями за лучшие условия производства, реализации и приобретения ресурсов и результатов производства с целью достижения экономической выгоды. Различают совершенную и несовершенную формы конкуренции.

Кредит – система экономических отношений по поводу формирования, распределения и использования временно свободных средств. Основными принципами предоставления кредита являются платность, возвратность, срочность, целевой характер и материальная обеспеченность.

Кредитная карточка – именной платежно-расчетный документ, с помощью которого осуществляется заимствование денег или оплата приобретаемых товаров и услуг.

Кривая безразличия – линия, отражающая различные наборы двух благ с одинаковой для потребителя полезностью.

Кривая Лоренца – кривая, иллюстрирующая фактическое распределение дохода и используемая для сравнения степени неравенства между различными группами населения или странами.

Курс акции – цена, по которой продается акция на фондовом рынке.

Л

Лизинг – способ финансирования инвестиций, основанный на контракте о передаче объектов собственности, например, оборудования, транспортных средств, в долгосрочную аренду. Право собственности при этом сохраняется за арендодателем.

Ликвидность – легкость, с которой сбережения и другие средства могут быть превращены в наличные деньги

Лицензиар – продавец лицензии.

Лицензиат – покупатель лицензии.

Лицензия – разрешение, выдаваемое государственными органами, на право той или иной хозяйственной деятельности.

М

Макроэкономика – раздел экономической теории, наука об отношениях между домашними хозяйствами, фирмами и государством по поводу производства, распределения, обмена и потребления продукции с целью удовлетворения потребностей населения страны.

Мультипликатор инвестиций – умножающий коэффициент, показывающий отдачу инвестиций, измеренную, например, в приросте ВВП. Рассчитывается по формуле $MI = 1/MPS$.

Маркетинг – система организации и управления деятельностью фирмы, ориентированная на рынок, удовлетворение платежеспособных потребностей и запросов потребителей.

Менеджмент – совокупность принципов, методов и других средств управления фирмой с целью повышения эффективности производства и увеличения прибыли.

Н

Налоги – обязательные платежи физических и юридических лиц в доход государства.

Налоги косвенные – налоги, которые фактически оплачиваются покупателем и включаются в цену товара или услуги, увеличивая ее.

Налоги прямые – налоги на доходы физических и юридических лиц или на объекты их имущества.

Национальный доход – ВВП за вычетом амортизационных отчислений и косвенных налогов, или вся новая стоимость, созданная работниками за определенный период времени.

Ноу-хау – совокупность научно-технических, коммерческих и др. знаний, оформленных в виде технической документации, навыков и производственного опыта, необходимых для организации производства, не запатентованных и неопубликованных полностью или частично.

О

Облигация – ценная бумага, свидетельствующая о внесении их владельцем денежных средств в капитал фирмы и дающая право на получение дохода по фиксированной процентной ставке.

Оборотные средства – совокупность оборотных фондов и фондов обращения фирмы, выраженных в денежной форме. К оборотным средствам относятся: производственные запасы, незавершенное производство, готовая продукция, денежные средства.

Орудия труда – ресурсы, с помощью которых человек воздействует в процессе производства на предметы труда. К ним, например, относятся станок, молоток, оборудование.

П

Пассивы предприятия – обязательства и источники средств предприятия, состоящие из собственных, заемных и привлеченных средств.

Полезность блага – способность блага удовлетворять потребность потребителя в процессе потребления

«Потребительская корзина» – определенный стандарт, с которым сравнивается реальное потребление граждан. Она включает научно обоснованный и сбалансированный набор товаров и услуг, удовлетворяющих функциональные потребности человека исходя из конкретных условий страны.

Пошлина таможенная – пошлина, взимаемая государством с товаров, ввозимых в страну или вывозимых из страны, по ставкам таможенного тарифа. Все суммы поступлений зачисляются в государственный бюджет.

Правило оптимизации количества работников фирмы состоит в том, что оптимальным для фирмы является такое количество работников, при котором достигается равенство $AP = MP$.

Правило оптимизации объема производства продукции фирмы состоит в том, что оптимум объема производства продукции фирмы достигается тогда, если средние общие издержки равны предельным, т.е. $ATC = MC$.

Предельная склонность к потреблению – доля прироста потребления в приросте располагаемого дохода ($MPC = \Delta C / \Delta PD$).

Предельная склонность к сбережению – доля прироста сбережения в приросте располагаемого дохода ($MPS = \Delta S / \Delta PD$).

Предложение – материальная и нематериальная продукция, предназначенная для продажи.

Предложения величина – такое количество товара, которое могут и хотят продать продавцы на рынке по определенной цене.

Предложения эластичность – реакция предложения на изменение какого-либо фактора/например, цены.

Предметы труда – ресурсы, на которые работник воздействует с помощью орудий труда и преобразует их в необходимую продукцию. Предметами труда, например, являются металл, шерсть, нефть.

Предпринимательская деятельность – самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая на свой риск и под имущественную ответственность с целью получения прибыли.

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, который на основе использования имущества и иных средств производит и реализует продукцию, выполняет работы и оказывает услуги с целью получения экономической выгоды.

Предприятие унитарное – коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество предприятия неделимо.

Предприятие частное – предприятие, принадлежащее отдельному лицу или лицам, которые несут полную имущественную ответственность.

Прибыль – разница между выручкой и затратами на производство и реализацию товаров и услуг.

Прибыль бухгалтерская – разница между общей выручкой от реализации продукции (работ, услуг) и внешними издержками, т.е. платой за услуги поставщиков ресурсов.

Прибыль валовая – разница между выручкой и совокупными издержками, включающими заработную плату, затраты на материалы, топливо, комплектующие изделия, амортизацию, проценты по ссудам резервы и т.д.

Прибыль нормальная – вознаграждение за выполнение предпринимательских функций как элемент внутренних издержек.

Прибыль чистая – часть прибыли, остающаяся в распоряжении фирмы после уплаты налогов и др. платежей.

Производительность труда – количество товаров и услуг, производимое за единицу времени, например, за месяц одним работником, предприятием, отраслью, экономикой в целом.

Прожиточный минимум – размер денежного дохода, обеспечивающий удовлетворение минимально допустимых потребностей; минимальный набор материальных благ и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности человека и сохранения его здоровья.

Промежуточная продукция – продукция, используемая фирмами в качестве ресурса для производства другой продукции.

Процентная ставка – цена денег на денежном рынке. Определяется спросом на деньги и предложением денег.

Процентная ставка номинальная – процентная ставка, рассчитанная в текущих ценах.

Процентная ставка реальная – процентная ставка дефлированная, скорректированная с учетом инфляции.

Р

Рентабельность – показатель эффективности работы предприятия, измеряемый отношением прибыли к затратам на производство и реализацию продукции.

Рентабельность продукции – показатель экономической эффективности, измеряемый отношением прибыли к текущим затратам на производство и реализацию продукции в форме бухгалтерских издержек.

Рентабельность производства – показатель экономической эффективности деятельности фирмы, измеряемый отношением прибыли к среднегодовой стоимости основного капитала и нормируемых оборотных средств.

Ресурсы – материальные и нематериальные средства, используемые в экономической деятельности людей, например, земля, капитал.

Ресурсы природные – предметы и явления природы, которые могут быть использованы в процессе производства, например, земля, вода, нефть.

Ресурсы произведенные – ресурсы, созданные трудом человека, с целью их использования в процессе производства, например, станки, роботы.

Ресурсы трудовые – экономически активная часть населения, обладающая физическими и духовными способностями для участия в трудовой деятельности.

Рыночная экономика – такая открытая экономическая система, в которой продукция производится для обмена или для продажи на рынке с целью приобретения другого товара либо получения прибыли.

С

Семейный бюджет – баланс доходов и расходов домашних хозяйств. Различают сбалансированный, дефицитный и избыточный семейные бюджеты. Доходы семей формируются из денежных средств и материальных благ.

Совокупное предложение – объем производства материальной продукции и услуг, предъявляемый к продаже на национальном рынке при определенном уровне цен.

Совокупный спрос – общая сумма расходов на покупку конечной материальной продукции и услуг на национальном рынке за определенный период времени.

Спрос – желание и возможность потребителя купить товар на рынке.

Спроса величина – такое количество товара, которое хотят и могут приобрести покупатели по определенной цене.

Спроса эластичность – реакция спроса на изменение какого-либо фактора, например, цены, дохода покупателя.

Спрос индивидуальный – спрос, предъявляемый на товар отдельным покупателем.

Средняя склонность к потреблению – доля потребления в располагаемом доходе.

Средняя склонность к сбережению – доля сбережения в располагаемом доходе.

Средства производства – совокупность природных и созданных человеком ресурсов, используемых в процессе производства продукции, например, станки, металл, здание.

Ставка номинальная – текущая цена, которую платят инвесторы, получая ссуду или кредит.

Ставка реальная – дефлированная номинальная ставка, или ставка, скорректированная на величину инфляции.

Ставка ссудного процента – отношение дохода от ссуды к величине ссудного капитала, выраженное в процентах.

Стоимость товара – затраты ресурсов на его производство и реализацию. Различают стоимость индивидуальную (затраты предприятия) и отраслевую (средние затраты отрасли).

Стратегия фирмы – единство долгосрочных целей фирмы и средств их достижения.

Т

Товар – продукт труда, удовлетворяющий какую-либо потребность человека и поступающий к покупателю посредством купли или обмена.

У

Уровень жизни – степень обеспеченности населения материальными, духовными и социальными благами, исходя из сложившихся потребностей.

Услуга – нематериальный продукт труда, удовлетворяющий потребности человека. Услуги, например, оказывают врачи, учителя, автослесари, актеры.

Учетная ставка – процентная ставка, по которой Национальный банк взимает по ссудам, предоставляемым коммерческим банкам и другим кредитно-финансовым учреждениям.

Ф

Факторы производства – все виды ресурсов – земля, труд, капитал, предприимчивость – непосредственно используемые в процессе производства.

Финансы – совокупность денежных отношений, возникающих в процессе формирования, распределения, перераспределения и использования денежных фондов, необходимых для удовлетворения потребностей общества.

Ц

Цена товара – меновая стоимость – количество денег или товара, на которое приобретают необходимые товары и услуги. Ее величина определяется стоимостью и полезностью товара, доходами и желаниями покупателей.

Э

Экономика – совокупность процессов производства, распределения, обмена и потребления продукции на основе использования ограниченных ресурсов с целью удовлетворения потребностей.

Эффект масштаба – изменение долговременных средних издержек, связанное с изменением объема производства продукции, Эффект состоит в том, что по мере увеличения объема производства продукции средние издержки фирмы сначала понижаются, достигают минимума, а затем начинают расти.

ЛИТЕРАТУРА

1. Башаримова, С.И. Основы предпринимательства : пособие / С.И. Башаримова, М.В. Дасько. – Минск : Белар. Энцыкл. Імя П. Броўкі, 2012, – 234 с.
2. Бизнес-план: метод. материалы / под ред. Р.Г. Маниловского. – М.: Финансы и статистика, 2004.
3. Витко, Ф.П. Организация предпринимательской деятельности : учеб.-метод. пособие / Ф.П. Витко. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2011. – 303 с.
4. Грабауров, В.А. Электронный бизнес : учеб. пособие / В.А. Грабауров. – Минск : БГЭУ, 2007.
5. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Закон Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-3 (текст Кодекса с изм. и доп. На 11.07.2013 г.). – Минск: Амалфея, 2012.
6. Лемешевская, Л.В. Экономическая теория: тесты, ситуации, задачи: учеб. пособие / Л.В. Лемешевская, – Минск: Книжный дом; Мисанта, 2005.
7. Национальная экономика Беларуси : учебник / В.Н. Шимов [и др.] ; под ред. В.Н. Шимова. – Мн.: БГЭУ, 2018.
8. О предпринимательстве в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 28 мая 1991 г. № 813-ХІІ (текст Закона с изм. и доп. на 26.12.2007 г.).
9. Основы предпринимательской деятельности для молодежи: пособие/ Д.Т. Комлач, М.Н. Найдович, Н.К. Наумович. – Минск: Бизнесофсет, 2006. – 200 с.
10. Плотницкий М.И. Основы микро- и макроэкономики: Учеб. пособие для учителей и учащихся / М.И. Плотницкий, Л.В. Лемешевская, Л.В. Воробьева; под ред. М.И. Плотницкого. – Минск: Книжный дом; Мисанта, 2006.
11. Предпринимательская деятельность : курс лекций / Н.М. Зубко [др.]. – Минск : Тетралит, 2014. – 272 с.
12. Прикладная экономика: учеб. пособие для учащихся ст. классов: пер. с англ. / Junior Achievement. – М.: Просвещение, 1992. – 224 с.
13. Савицкая, Е.В. Уроки экономики в школе: в 2 кн. Кн. 2. Пособие для учителя / Е.В. Савицкая [и др.]. – М.: Вита-Пресс, 1999.
14. Современная Беларусь : энциклопедический справочник: в 3 т. Т. 2. Экономический и научный потенциал / редкол.: М.В. Мясникович [и др.]. – Минск : Белорус. наука. 2007.
15. Экономика: учеб. пособие для старших классов общеобразовательных учреждений. – М.: Олимп: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 1999. – 400 с.
16. Экономическая теория. Практикум: учеб. пособие / А.С. Головачев [и др.]; под ред. А.С. Головачева. – Минск : Выш. шк., 2006.
17. Экономическая теория : учебник / под ред. И.В. Новикова, Ю.М. Ясинского. – Минск : ТетраСистемс, 2011. – 464 с.
18. Янчук В.А. Азбука экономики: пособие для учителей общеобразовательных школ / В.А. Янчук. – Минск: Беларусь, 2002.
19. Янчук В.А. В мире микроэкономики: пособие / В.А. Янчук. – Витебск: Издательство УО «ВГУ им. П.М. Машерова», 2006.
20. Янчук В.А. Учебная программа факультативных занятий по предмету «Основы экономики и предпринимательства» / Современное образование Витебщины. – 2018. – № 1(19).
21. Янчук, В.А. Экономическая теория : курс лекций / В.А. Янчук. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2019.
22. Якушкин, Е.А. Основы экономики: учеб. пособие / Е.А. Якушкин, Т.В. Якушкина; под ред. Е. А. Якушкина. – Минск : РИПО, 2014. – 242 с.
23. Я познаю мир: детская энцикл. / авт. О.Г. Исаева; худож. Н.Е. Щербаков. – М.: ООО «Изд-во АСТ» : ООО «Изд-во Астрель», 2003.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
РАЗДЕЛ I. ПОТРЕБНОСТИ. ЭКОНОМИКА. ТОВАР	
Тема 1. Потребности и экономика	5
1.1. Потребности и их виды. Много ли человеку надо?	5
1.2. Экономика и ее ресурсы	6
1.3. Категории, законы и правила экономики	9
1.4. Методы экономики. Кривая производственных возможностей	11
Основные понятия и термины	14
Проверим себя.....	14
Веселая страничка	15
Тема 2. Какая бывает экономика?	16
2.1. Микроэкономика, макроэкономика и мировая экономика	16
2.2. Закрытые и открытые экономические системы	17
2.3. Самоуправляемая, регулируемая и управляемая государством экономики	19
2.4. Капитализм или социализм?	20
2.5. Экономика уходит в тень	24
Основные понятия и термины	24
Проверим себя	24
Веселая страничка	25
Тема 3. Конкуренция, товар, деньги в рыночной экономике	26
3.1. Рыночная экономика и ее предпосылки	26
3.2. Конкуренция бывает совершенная и... ..	28
3.3. Мир товаров	31
3.4. Деньги, их виды и функции	33
Основные понятия и термины	35
Проверим себя	35
Веселая страничка	36
РАЗДЕЛ II. ЗАКОНЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ. МОДЕЛИ И ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ	
Тема 4. Законы и границы рыночной экономики	37
4.1. Спрос и закон спроса	37
4.2. Предложение и закон предложения	40
4.3. Закон взаимодействия спроса и предложения	43
4.4. Закон обмена эквивалентов и его функции	44
4.5. Закон денежного обращения и инфляция	46
4.6. Рынок в экономике: функции, достоинства, недостатки	48
Основные понятия и термины	51
Проверим себя	52
Веселая страничка	52
Тема 5. Домашнее хозяйство в рыночной экономике	53
5.1. Домашнее хозяйство, его функции и структура	53
5.2. Семейный и минимальный потребительский бюджеты. Прожиточный минимум	54
5.3. Уровень и качество жизни. «Лук» Лоренца	58
5.4. Поведение потребителя на рынке однородного товара	60
5.5. Потребитель на рынке разнородных товаров	62
5.6. Хочу иметь «Мерседес», но есть возможность купить мопед	64

Основные понятия и термины	68
Проверим себя	68
Веселая страничка	69
РАЗДЕЛ III. МАКРОЭКОНОМИКА И ГОСУДАРСТВО	
Тема 6. Макроэкономика и ее показатели	70
6.1. Макроэкономика и ее структура	70
6.2. Продукт макроэкономики и его показатели	71
6.3. Потребление и сбережение	74
6.4. Инвестиции и их факторы	76
Основные понятия и термины	78
Проверим себя	78
Веселая страничка	79
Тема 7. Что и как продают на национальном рынке	79
7.1. Розничная и оптовая торговля	79
7.2. Рынок труда и заработная плата	81
7.3. Рынки ссудного капитала и ценных бумаг	84
Основные понятия и термины	87
Проверим себя	87
Веселая страничка	88
Тема 8. Банки и кредит	88
8.1. Банки, их функции и операции	88
8.2. Кредит и его формы. Как банки создают деньги?	91
Основные понятия и термины	94
Проверим себя	94
Веселая страничка	95
Тема 9. Как государство управляет экономикой	95
9.1. Государство и его экономические функции	95
9.2. Финансовая система государства	97
9.3. «Заплати налоги и...»	101
Основные понятия и термины	104
Проверим себя	104
Веселая страничка	105
РАЗДЕЛ IV. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ	
Тема 10. Предприниматель в рыночной экономике	106
10.1. Предпринимательская деятельность, ее признаки и виды	106
10.2. Субъекты и формы предпринимательства	109
10.3. Права и обязанности предпринимателей	110
10.4. Гарантии и поддержка предпринимательства	111
10.5. Факторы, типы и этика предпринимательства	112
Основные понятия и термины	114
Проверим себя	114
Веселая страничка	114
Тема 11. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности	115
11.1. Какой выбор у предпринимателя?	115
11.2. Индивидуальное предпринимательство	116
11.3. Фирмы и их виды	118
11.4. Создание коммерческих предприятий и их государственная регистрация	132
11.5. Жизненный цикл предприятия	133

Основные понятия и термины	135
Проверим себя	135
Веселая страничка	136
Тема 12. Как предприниматель планирует?	136
12.1. Почему предприниматель планирует?	136
12.2. Основные принципы бизнес-плана	137
12.3. Структура и этапы разработки бизнес-плана	137
12.4. Основные разделы и содержание бизнес-плана	138
Основные понятия и термины	142
Проверим себя	142
Веселая страничка	142
Тема 13. Государственная охрана предпринимательской деятельности	143
13.1. Что скрывает предприниматель?	143
13.2. Как охраняется коммерческая тайна?	144
13.3. Изобретения и рационализаторские предложения	146
13.4. Ноу-хау	147
13.5. Лицензии	149
Основные понятия и термины	149
Проверим себя	150
Веселая страничка	150
Тема 14. Государственное регулирование предпринимательской деятельности	150
14.1. Лицензирование предпринимательской деятельности	150
14.2. Сертификация продукции	152
14.3. Государственная гигиеническая регистрация и регламентация	153
14.4. Имущественная ответственность и прекращение предпринимательства	156
Основные понятия и термины	157
Проверим себя	157
Веселая страничка	157
Тема 15. Факторы, издержки и доходы предпринимателя	158
15.1. Факторы производства и закон переменной производительности их использования	158
15.2. Издержки и их виды	161
15.3. Доходы и рентабельность фирм	166
Основные понятия и термины	167
Проверим себя	167
Веселая страничка	168
Тема 16. Менеджмент и маркетинг в предпринимательской деятельности ..	169
16.1. Менеджмент как система	169
16.2. Стратегия фирмы	171
16.3. Стимулирование труда на фирме	173
16.4. Маркетинг в системе управления фирмой	177
Основные понятия и термины	179
Проверим себя	179
Веселая страничка	179
ОТВЕТЫ НА ЗАДАНИЯ	180
СЛОВАРЬ ПОНЯТИЙ И ТЕРМИНОВ	184
ЛИТЕРАТУРА	192

Учебное издание

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Курс лекций

Составитель

ЯНЧУК Валерий Александрович

Технический редактор

Г.В. Разбоева

Компьютерный дизайн

Л.Р. Жигунова

Подписано в печать 2019. Формат 60x84^{1/16}. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 11,39. Уч.-изд. л. 13,91. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение – учреждение образования
«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

Свидетельство о государственной регистрации в качестве издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий

№ 1/255 от 31.03.2014 г.

Отпечатано на ризографе учреждения образования
«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

210038, г. Витебск, Московский проспект, 33.